

Gerhard Lauer, 62, ist Professor für Buchwissenschaft an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz. Er sagt: „Wir bilden für die Verlage und die Buchhandlungen aus, wir sind sehr praktisch unterwegs.“ Lauer, Verfasser eines Buches über „Lesen im digitalen Zeitalter“, hat sich mit dem Hype um die neue Literatur für Jugendliche beschäftigt (auch wenn eines seiner Lieblingsbücher ein Klassiker ist, „Lord Jim“ von Joseph Conrad).

Vergangene Woche hat er die „Bücherwelten“ (Buchausstellung, Lesungen, Debatten, bis 18. Februar; www.kulturinstitut.org) im Waltherhaus in Bozen eröffnet. Seine These: „Selten waren Bücher angesagter. Lesen und schreiben liegen im Trend.“

ff: Echt jetzt?

Gerhard Lauer: 2017 ist Markus Dohle, der damalige Chef von Penguin Random House, dem größten Buchverlag der Welt, auf der Frankfurter Buchmesse aufgetreten und hat gesagt: Das Buchgeschäft erlebt die beste Zeit in seiner Geschichte. Ja, die Absatzzahlen sind sehr gut, auch für den deutschen Buchmarkt.

Das liegt woran?

Unter anderem daran, dass junge Menschen in großem Umfang Bücher kaufen – und sich dabei selbst inszenieren. Basti-Lübbe hat mit seinem Imprint-Verlag Lyx begonnen, auf Buchmessen Bücher im großen Stil zu verkaufen. Andere Verlage ziehen nach. Junge Leute stehen dann schon mal eine Stunde an, um an einen bestimmten Titel zu kommen.

Wie geht das zusammen mit den Klagen, dass junge Menschen nicht mehr lesen?

Die Klage über das Desinteresse von jungen Menschen an der Kultur geht bis auf Platon zurück. Es trifft aber einfach nicht zu, dass junge Menschen nicht mehr lesen – und die digitalen Medien daran schuld sind. Es gibt Zahlen, denen zufolge junge Menschen mehr lesen als ältere, die älteren gucken fern und die jungen lesen. Und sie zeigen sich mit dem Buch auf sozialen Medien, wie es ältere Menschen nie tun würden. Allerdings: Es gibt einen Teil der Gesellschaft,

Gerhard Lauer erforscht, was junge Leute lesen und wie sie sich damit inszenieren: „Ein Randphänomen ist in die Mitte der Gesellschaft gewandert.“

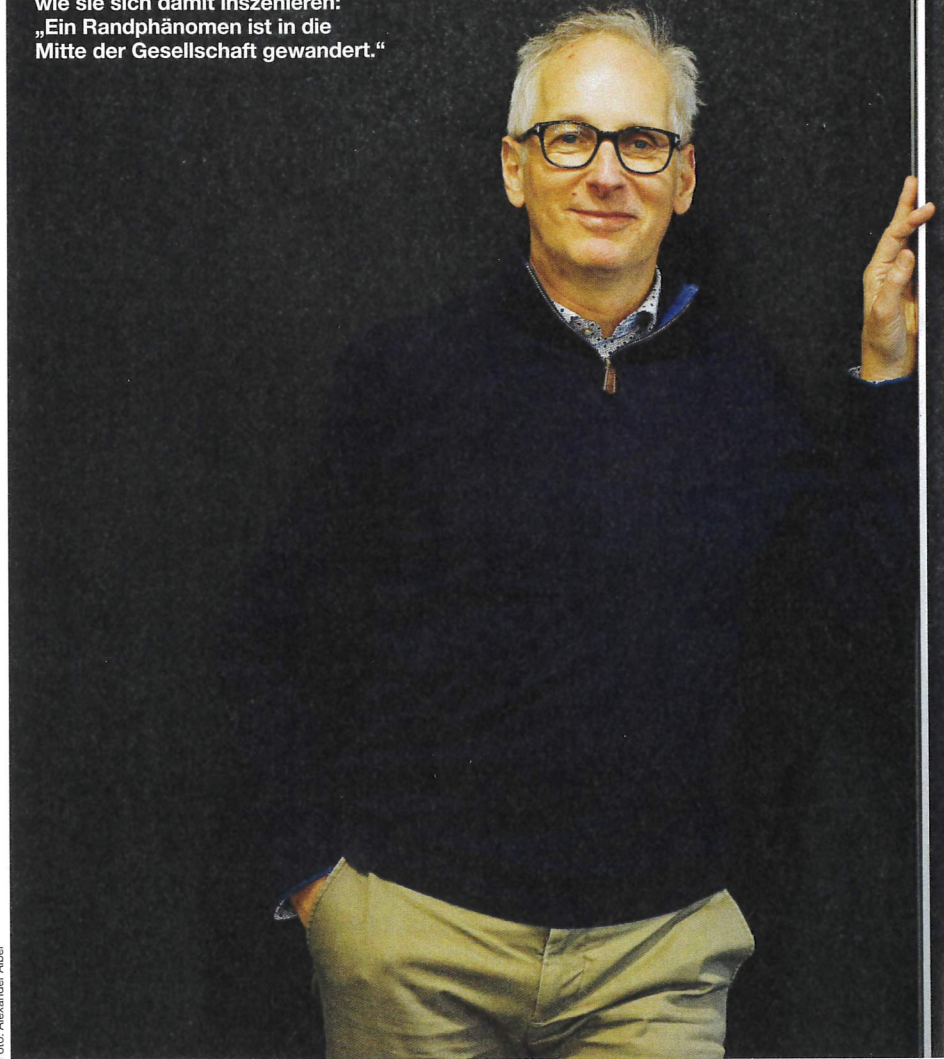


Foto: Alexander Aliber

für den Bücher keine Rolle spielt. Und der bewegt sich auch nicht.

Warum liegt Lesen wieder im Trend?

Weil die jungen Leute, die lesen, in den sozialen Medien unterwegs sind. Und soziale Medien sind wunderbar geeignet, um das Buch in alle Richtungen in Szene zu setzen. Ein Beispiel dafür ist Dark Academia: Es ist Pandemie und sie können nicht raus. Junge Leute starten einen Trend, der anfangs noch diffus ist. Er hat etwas mit Oscar Wilde und seinem Roman „The Picture of Dorian Gray“ zu tun hat. Über soziale Medien verdichtet sich das zu einem Trend. Man präsentiert sich cool und chic, gibt sich kultiviert, garniert es mit einem Schuss

Kriminal- und Lovestory und ordentlich Gefühlsverwirrungen und kreiert so einen Mega-Trend auf BookTok und anderen sozialen Medien.

Welche Geschichten sind das?

Zum Beispiel Geschichten wie „Maxton Hall“ von Mona Kasten, das jetzt auch als Fernsehserie durch die Decke geht. Wer hätte gedacht, dass diese Geschichte, die nicht zu den komplexesten gehört, so einen Hype auslöst? Junge Leute, die nicht auf dem Zettel der normalen Buchmenschen standen, haben einen globalen Trend ausgelöst. Nach etwa zwei Jahren Abwarten sind jetzt auch die Verlage aufgesprungen. Es funktioniert aber nur, weil man in

„Explosion der Kreativität“

Der Buchwissenschaftler Gerhard Lauer widerlegt das Vorurteil, dass junge Menschen nicht mehr lesen und schreiben. Lesen erlebt einen Boom, behauptet er – durch die sozialen Medien.

den digitalen Medien diesen Trend als Fankultur leben kann. Ein Randphänomen ist in die Mitte des Buchgeschäfts gewandert.

Wir reden hier vom Bereich „New Adult“ – die Frankfurter Buchmesse stellt ja eine eigene Halle dafür zur Verfügung. Wovon reden wir da genau?

Von unterschiedlichen Genres. Liebesgeschichten, romantische, oft auch pornografische oder auch dunkle Geschichten – auch Missbrauchsgeschichten, asymmetrische Beziehungen. Und die Fans diskutieren die ganze Zeit, welchem Genre sie folgen sollen. Das ist wie bei Fußballanhängern, die ihrem Verein folgen und denen man auch nicht sagen

kann: Es geht ja immer um die gleiche Sache, um Fußball, egal, wer jetzt spielt. Nein, entweder dieses Genre oder jene Autorin. Davon ist man Fan.

Es gibt einen Kult um die Bücher?

Ja, es sind Bücher mit einer besonderen Ausstattung, Farbschnitten, Lackierung auf dem Umschlag, um sie im Regal inszenieren zu können. Und dann mache ich ein Foto vom Regal, dem Buch und mir und poste es im Internet.

Wer sind die Stars der Szene?

Überwiegend junge Frauen, Sara Sprinz zum Beispiel im deutschsprachigen Raum, Rebecca Yarros, die ein globaler Star ist, ebenso wie Donna Tartt. Viele

beginnen am Küchentisch zu schreiben, ohne Mandat, und einige wenige werden Weltstars. Auf einer Plattform wie Wattpad schreiben gegenwärtig um die 100 Millionen Menschen und von denen schaffen es 100 zum Erfolg. Ich nenne das Phänomen Popindustrialisierung – wie in der Musik werden einige wenige, die schreiben, zu Superstars. Es gibt die sehr Erfolgreichen, dann die mittelmäßig Erfolgreichen wie Josi Wismar, die 2024 auf der Frankfurter Buchmesse den TikTok-Bookpreis erhalten hat – sie ist noch nicht im Millionengeschäft. Und dann gibt es eine sehr lange Reihe von Autorinnen und Autoren, die nur für sich und ihre Freundinnen und Freunde schreiben.

Von wie vielen verkauften Exemplaren reden wir?

Bei Yarros sind es mindestens zwei Millionen pro Buch, bei den anderen 10.000 bis 50.000 – ein normaler Titel bei Suhrkamp hat eine Auflage von 300 bis 500 Stück. Bei einem Buch von Yarros wird etwa schon vorher darüber diskutiert, wie das Buch aussehen wird – er sollte nicht bloß farbig, sondern auch mit Mustern und Symbolen versehen sein. Ihr gerade neu herausgekommenes Buch „Onyx Stone“ geht im Netz durch die Decke. WondaVersum ist ein anderes Phänomen. Die Autorin lässt sich dafür bezahlen, dass sie Bücher signiert, auch wenn es nicht eben gute Literatur, ja, Pornografie ist. Die Autorin organisiert alles selbst, ist also eine Selfpublisherin. Umgekehrt suchen die Verlage in der Selfpublishing-Szene nach neuen, vielversprechenden Namen.

Wie ist nun diese Literatur?

Es ist auch viel Schund dabei. Sie wird überwiegend von Frauen geschrieben und gelesen, sie sind in der Mehrzahl zwischen zwölf und 32 Jahre alt, bildungsnah. Es gibt diese Literatur in praktisch allen Ländern. Sie ist ein Kulturfaktor – und ein Wirtschaftsfaktor. Denn die Buchmessen, die vorher darüber die Nase gerümpft haben, müssen diese Literatur jetzt akzeptieren – für die Buchmesse in Leipzig sind jetzt schon mehrere Hallen dafür vorgesehen.

Wie war das für Sie, in diese Welt einzutauchen?

Ich bin da über meine Studentinnen hineingestolpert. Sie haben mir erzählt, wie viel Zeit sie damit verbringen, einen Buchclub zu organisieren. Und dann lesen sie zusammen „Six of crows“ von Leigh Bardugo, schauen sich zusammen die Verfilmung an, reden darüber und diskutieren, wie die Fortsetzung aussehen könnte. Und dann kommen die Schauspieler der Netflix-Verfilmung nach Paris und der Buchclub reist dorthin. Das heißt, sie investieren Geld und Zeit in diese Bücher und um die Schauspieler zu treffen, die ihre Lieblingsfiguren aus dem Buch darstellen.

Das heißt, diese Popindustrialisierung hat die Literaturwelt verändert?

Ja, vor allem im Publikumssegment. Und es geht weiter. Künstliche Intelligenz treibt die Fankultur an. In einer Software wie Canva ist KI schon etabliert. Sie können über ihr Lieblingsbuch oder ihren Lieblingscharakter in einer Frequenz und einem Design posten, wie es bis vor Kurzem noch nicht möglich war. Sie lassen sich ein Farbschema geben, eine eigene Typografie, sie können Bildmaterial oder Videos selbst erzeugen.

Ist das der Untergang der traditionellen Verlage?

Im Gegenteil, sie springen auf den Trend auf, machen schöne Bücher, gründen

neue Verlage. Lyx etwa hat ein eigenes Festival in Köln veranstaltet und wurde von Anmeldungen überrannt. Gräfe und Unzer, ein Ratgeber-Verlag, hat eine eigene Reihe ins Leben gerufen, weil er sagt, diese Bücher sind auch Ratgeber, etwa für Heranwachsende. Es gibt Abo-Modelle: Verlage kaufen Titel ein, gestalten diese noch aufwendiger und verkaufen sie weiter. Da gibt es dann auch Überraschungsboxen – sie bekommen jeden Monat eine Box und wissen nicht, was drin ist.

Die New Adult-Literatur verbindet sich ja auch mit Klassikern, mit Jane Austen oder Oscar Wilde.

Das Interessante ist, dass über das, was man früher Schund genannt hat, Klassiker wieder einen Status gewinnen, Objekte der Fankultur werden. Es gibt Verlage, die Titel von Austen oder Wilde gezielt neu auflegen, mit aufwendigem Cover und Illustrationen. Diese Titel kosten dann deutlich mehr als die Taschenbuchausgaben. Global die populärste Autorin auf diesem Feld ist Jane Austen.

Eine Autorin aus dem 18./19. Jahrhundert, die durch soziale Medien wieder populär wird?

Durch die Plattform Wattpad oder durch den BookTok-Bookclub. Der erste Roman, der dort besprochen wurde, war „Persuasion“, auf Deutsch „Anne Elliot“, von Jane Austen. Er ist Romance,

verhandelt Beziehungskonflikte, es geht darum, wie Hans und Gretel sich finden. Das ist das immergrüne Thema. Im deutschsprachigen Raum haben Titel von Hermann Hesse wieder Konjunktur, weil das Coming of Age-Literatur ist.

Diese neue Lesefreude ist während der Pandemie entstanden, was ist da passiert?

Die Leute sind daheim gehockt und haben überlegt, was sie tun können. Davon haben Netflix profitiert und die Englischkenntnisse der jungen Generation. Netflix verarbeitet ständig Geschichten aus der Literatur, also ist von dort der Weg zum Buch nicht weit. Menschen haben ein gesteigertes Bedürfnis kreativ zu sein, und generell sagen die jungen Leute: Ich will Zeit für mich haben, um kreativ zu sein, nicht bloß für den Beruf da sein.

Und eine Nebenwirkung ist, wie Sie schreiben, dass die „jungen Leute die etablierte Kulturszene vor sich herreiben“?

Die etablierte Kulturszene ist hierarchisch gegliedert. Hier dürfen nur bestimmte Leute entscheiden, welches Buch erfolgreich ist. Jetzt aber kommen junge Leute, die nicht in dieses System eingebettet sind, und bestimmen zu einem erheblichen Teil den Publikumsmarkt in der Literatur.

Wie ändert das die Gesellschaft?

Wir werden mehr und mehr eine Erlebnisgesellschaft, in der das eigene individuelle Erlebnis wichtig ist – und dieses Erlebnis wollen wir steigern. Eine Zahl, an der man diese Entwicklung ablesen kann, ist der Erfolg der Zeitschrift *Landlust*. Sie ist an ein Publikum gerichtet, das mit dem Landleben, wie es dies noch vor ein paar Jahrzehnten gegeben hat, nichts zu tun hat. Da geht es um die perfekte Marmelade oder die noch perfektere Tischdekoration.

Sie beschreiben gerade eine rückwärtsgewandte Welt.

In manchen Dingen ist es so. Gerichtet auf eine Vergangenheit, die es so nie gegeben hat. Wir leben in einer Gesellschaft, die hochmodern ist, aber



In der Buchszene des „New Adult“ sind es nicht nur die Bücher, die zählen: Man liest und inszeniert sich, es entstehen regelrechte Fanclubs, angeheizt wird der Hype von einem Medium wie TikTok.

sentimental zurückschaut. Das sehen sie auch an den vielen Young Adults Büchern, die in Schulen spielen, die aussehen wie Hogwarts, das Internat aus den Harry Potter-Romanen: die Schule im gotischen Stil, alle tragen Krawatten beim Lesen. Das hat nichts mit der Wirklichkeit der Leute zu tun. Oder man kleidet sich nach der Mode in Dark Academia – blaues Jackett, helle Hose und Krawatte, die Haare gegelt.

Es bildet Gemeinschaft, Lesen ist eigentlich ja ein einsamer Prozess.

Einsam nur auf den ersten Blick. Lesen ist ein Prozess, den wir sozial erlernen, jemand liest uns vor, wir teilen Geschichten, wir reden darüber. Die sozialen Medien ermöglichen das Gespräch über Bücher und erlauben es uns, Rollen einzunehmen, wie wir über Bücher reden – bis hin zur Verkleidung.

Aber begegnet sich diese Gemeinschaft auch in der Realität?

Erstaunlicherweise ja, indem sich zum Beispiel Buchclubs gründen, die sich im realen Leben treffen. Ein solcher ist etwa im deutschsprachigen Bereich „Mädels, die lesen“. Er hat um die 4.000 Mitglieder. Die Mitglieder lesen Neuerscheinungen oder auch Klassiker wie „Anna Karenina“ und treffen sich dann zum Kochen oder für einen Filmabend. Andere verabreden sich über die sozialen Medien zum Kaffee in ein Offline-Café, in dem Handys, Laptops oder Computer nicht erlaubt sind. Aber die Bedingung für offline ist das Digitale.

Sie sind ja begeistert von diesen neuen Möglichkeiten.

Wenn es ums Lesen geht, ja. Im Kultursektor führen die digitalen Medien zu einer Explosion der Kreativität.

Beispiel TikTok.

TikTok hatte am Anfang nichts mit Lesen zu tun, aber junge Leute haben das Medium umfunktioniert. Sie nutzen es, um über ihre eigenen Leseerlebnisse zu reden, um das Lesen zu emotionalisieren. Sie sind von einem Buch so gerührt, dass sie per Video ihr Leseerlebnis dokumentieren und in die Kamera weinen. Einzelne haben so auf BookTok



Foto: Alexander Albar

Gerhard Lauer in den „Bücherwelten“: „Keine Sorge um das gedruckte Buch.“

ein paar Milliarden Views erreicht – Views, nicht Personen. Hätten Sie mich vor fünf Jahren gefragt, ob das geht, dass eine völlig unbekannte Person Milliarden von Leserinnen und Lesern erreicht, hätte ich gesagt, das geht nicht – jetzt geht es.

Auch große Medien sind darauf eingestiegen?

Die Wochenzeitung *Die Zeit* etwa erreicht mit ihrem Kulturkorrespondenten Volker Weidemann auf TikTok ein ganz anderes Publikum. Er sagt: Plötzlich habe ich Rückmeldungen der Menschen, die meine Rezensionen lesen, das gab es vorher in dieser Intensität und Menge nicht. Es ist eine neue Form, um an der Kultur zu partizipieren.

Das böse TikTok, das mancher gerne verbieten würde, ...

... ist der große Multiplikator für die Buchbranche.

Es gibt einen Begriff, um die neue Liebe zum Buch zu bezeichnen: Bookishness.

Bookishness meint, dass das Buch wieder Kult geworden ist. Und zwar so, dass es mich kümmert, wie es ausgestattet ist, mich dabei filme, wie ich es kaufe, ich dafür mehr Geld ausbebe und mehr Zeit aufwende. Auf Videos sieht man dann

die Leute, die mit einem Stapel Bücher in der Buchhandlung zur Kasse gehen, bis zu 3.000 Seiten, und diese tatsächlich in einer Woche lesen. Es wird viel Zeit mit Büchern verbracht, und wer das tut, macht das nicht allein, sondern redet darüber in sozialen Medien. Er ist Fan, hat Fans, und so entsteht Gemeinschaft.

Müssen wir Sorge haben um das gedruckte Buch?

E-Books haben im deutschen Markt einen Anteil von höchstens acht Prozent. Für die Fankultur ist aber gerade das gedruckte Buch entscheidend, und zwar das aufwendig gedruckte Buch. Die Leute sind bereit, dafür mehr zu zahlen, weil sie Fans sind. Mehr Menschen nehmen an der Kultur teil, das ist Demokratie.

Sie haben ein ganzes Buch über das Phänomen geschrieben, „Lesen im digitalen Zeitalter“. Was bedeutet das?

Lesen wird in der digitalen Welt noch wichtiger als vorher, noch mehr Menschen können lesen und Bücher schreiben. Ich teile die Standardthese nicht, dass durch die Digitalisierung das Buch und die klassische Kultur an Bedeutung verliert. Das Gegenteil trifft zu. ■

Interview: Georg Mair