

Der lange Weg des Buchs ins Regal

Am Anfang stand das Wort. Aber wie wird ein Buch daraus? Menschen lieben Geschichten. Vor der Erfindung der Schrift bzw. bevor es erschwinglich wurde, Druckerzeugnisse herzustellen, waren die Erzähler und Erzählerinnen die zentralen Figuren, die nicht nur Geschichten, sondern auch Geschichte überlieferten. Von Mund zu Ohr. Immer weiter getragen, verändert, ergänzt und sicher – Fake News sind keine neue Erscheinung – auch verfälscht. Wer erzählte, war nicht so wichtig. Es ging um den Inhalt, um Wissen, wenn reisende Fahrensleut und Händler in die Dörfer und Städte kamen und von fernen Gestaden und von dem, was im Nachbarort passierte, berichteten. Als die Schrift die Möglichkeit des Festhaltens eröffnete, war das zunächst etwas für die Reichen und die Geistlichkeit, was gerne zusammenging. Bücher wurden von Hand geschrieben – Vorläufer wie die Runen im nordischen Raum hatten sich zwar als haltbar, aber nicht sonderlich praktikabel erwiesen. Mönche verbrachten ihr Leben damit, Bücher abzuschreiben und zu verzieren. Johannes Gutenberg, Erfinder des modernen Buchdrucks mit beweglichen Metallettern und der Druckerpresse, revolutionierte dann durch die Verwendung von beweglichen Lettern ab 1450 die herkömmliche Methode der Buchproduktion. Er löste damit in Europa eine Medienrevolution aus. Herrscher stürzten, weil Bücher, Pamphlete, Plakate gedruckt werden konnten und immer mehr Menschen lesen lernten. Heute stehen wir in Deutschland pro Jahr vor 90.000 Neuerscheinungen. Und das Buch legt einen weiten Weg zurück, den viele begleiten: Am Anfang steht der Gedanke, die Vorstellung, die Fantasie der Schriftstellerin/des Schriftstellers. Die Worte werden zu Papier bzw. zu Schirm gebracht. Agenturen versuchen, das Werk den Verlagen schmackhaft zu machen. Die Verlage wiederum durchdenken ihr Programm, sie sind keine Bücherfabriken, sondern Kulturorte. Ihre Lektoren lesen Probe, beraten und optimieren im Dialog mit Schriftsteller/in. Das Cover wird entworfen. Vielleicht wird auch übersetzt. Werbung wird gemacht. Es wird gedruckt, gebunden, ausgeliefert. Buchhandlungen stellen es aus. Lese-reisen werden durchgeführt. In den Lektoraten der Büchereidienstleister wird erneut gelesen, Empfehlungen werden gegeben. Bibliothekare beschließen die Anschaffung. Das Buch wird bestellt, bearbeitet, ein Datensatz wird erstellt, die Signatur vergeben, es wird erneut ausgeliefert und dann wird es ins Regal eingestellt, damit die Leser/innen es entleihen können. Was für einen weiten Weg hat das Wort hinter sich! Aber dennoch ist es deutlich praktischer, ein Buch auf Papier als Runen auf Stein im Bett zu lesen.

.....
Von Claudia Knauer

Büchereidirektorin, Verband Deutscher Büchereien Nordschleswig