

Litlog

Göttinger eMagazin für Literatur - Kultur - Wissenschaft

Netzblütenlese

Diverse · Saturday, June 4th, 2011

Das Netz treibt zuweilen merkwürdige, mitunter hinreißende Blüten, auch in jenen Gefilden, in denen es um die Präsentation, Distribution, Kommentierung oder Reflexion von Literatur geht. Anlässlich der Podiumsdiskussion »Literaturverteiler« haben sich neun Studierende auf Blütenlese ins Netz begeben. Mal subjektiv, mal distanziert, mal allgemein, mal konkret präsentieren Sie hier, was sie gefunden haben.

Übersicht

- ▶ 1. »Der Salon im Netz«: *Das Berliner Zimmer*
- ▶ 2. Der Buch-Trailer am Beispiel des *Rowohlt Media Centers*
- ▶ 3. Eine Leselupe ist noch kein literarisches Vergrößerungsglas
- ▶ 4. Jim im Netz. Die Autorenwebsite von Michael Ende
- ▶ 5. Papierfresserchens MTM-Verlag
- ▶ 6. Auf der Suche nach meinem Verlag
- ▶ 7. Der Thalia eBook-Shop - Eine etwas ungraziöse Vermittlung
- ▶ 8. Es modern die kritischen Toten, modern sind totale Idioten
- ▶ 9. Der Klassiker? Zur Sparte ›Kultur‹ auf *Zeit Online*

1. »Der Salon im Netz«: *Das Berliner Zimmer*

Von Lina-Sophie Jacobs

Im 18. und 19. Jahrhundert fanden sich Journalisten, Literaten, Wissenschaftler und Künstler in einem sogenannten *Berliner Zimmer* zusammen, um über Literatur zu sinnieren. 1998, als auch allmählich Laien anfangen, das Internet zu nutzen, wurde Literaturinteressierten solch ein Zusammenkommen mit der Gründung der Internetseite *Das Berliner Zimmer* im virtuellen Raum ermöglicht. Dieses Projekt von Sabrina Ortmann und Enno Peter konnte sich ohne Fördermittel bis 2006 halten und blieb während seines Bestehens »öffentlich, aber privat«. Seitdem wird die Internetseite nicht mehr redaktionell gepflegt, die Inhalte sind jedoch noch weiterhin zugänglich. Laut *Com!online* gehört es »zu den Pionieren unter den Literatur-Sites«

und verdient daher nähere Betrachtung.

Wie gestaltet sich das Verhältnis zwischen dem ›antiquierten‹ – oder jedenfalls älteren – Medium ›Literatur‹ und dem neuen, modernen und attraktiven Medium ›Internet‹? Welche Möglichkeiten und Herausforderungen bietet das Netz für die Literaturvermittlung? Welche neuen Erscheinungsformen von Literatur hat das Internet hervorgebracht? Ist digitale Literatur literarisch, ästhetisch? Welche neuen Aufgaben werden dem ›Netzautor‹ zuteil? Diesen zentralen Fragen rund um das Thema ›Literatur und Kultur im Internet‹ nahm sich *Das Berliner Zimmer* an und erörterte sie in zahlreichen journalistischen Artikeln und wissenschaftlichen Arbeiten, die auf der Seite [abrufbar](#) sind. Zusätzlich wurde passend zu diesem Leitthema des virtuellen Salons jeden Monat ein besonders lesenswertes Buch vorgestellt, welches über Literatur im Internet informierte oder im Internet entstand, wie *the buch* von Sven Lager und Elke Nater. Diese recht ausführlichen Empfehlungen wurden in Zusammenarbeit mit dem Literaturmagazin *MACONDO* erstellt und endeten oft mit einem Verweis auf *Amazon*.

Literaturverteiler

Die hier versammelten Texte sind im Rahmen eines universitären Workshops zur Veranstaltungsreihe **Literaturverteiler. Orte, Medien, Akteure im literarischen Leben.** entstanden. In Kooperation mit dem Literarischen Zentrum Göttingen und LitLog werden in zwei Veranstaltungen Kontroversen zur Zukunft der literarischen Öffentlichkeit diskutiert. Geladen wird am **7. Juni 2011 um 20 Uhr** zu einer Podiumsdiskussion über Literatur im Internet. Welche Möglichkeiten eröffnet das Internet und wo stößt es (noch) an seine Grenzen? Die Eventisierung des Literaturbetriebs und die personality show als neue Art der Autorinszenierung werden am **4. Juli 2011 um 20 Uhr** auf den Prüfstand gestellt wird.

Neben dem Hauptthema ›Internet und Literatur‹ bot *Das Berliner Zimmer* viele Datenbanken, die zum Beispiel [Links](#) zur deutschsprachigen Literatur oder anderen Literaturforen verwalteten, oder über Projekte informierten, wie über das Schreibprojekt *Assoziations-Lyrik* von *junge-web-autoren.de*. Diese empfohlenen Internetseiten und Links konnten von den Nutzern bewertet und kommentiert werden, denn *Das Berliner Zimmer* bot den Nutzern immer die Möglichkeit, aktiv zu partizipieren. So gab es neben einem Chat einen Newsletter oder auch ein Literaturpreisrätsel, das aber wohl nur einmal, 1999, durchgeführt wurde. Den Nutzern wurde ermöglicht, verschiedene Rollen einzunehmen, auch als Produzent zu agieren. Dementsprechend legte *Das Berliner Zimmer* den Nutzern Tipps zum kreativen Schreiben nahe, die diese dann an dem sehr interessanten Projekt, dem *Tagebau*, versuchen konnten umzusetzen. Ganze 50 registrierte Autoren arbeiteten an diesem Online-Tagebuch mit. Nutzern war es aber natürlich auch möglich, einfach zu lesen, zu rezipieren: Jan Ulrich Hasecke veröffentlichte regelmäßig [Satiren](#) aus seinem Sudelbuch, zudem bot das Online-Magazin *Erosa erotische Lektüre*.

Den Machern war allerdings auch wichtig, dass Literatur nicht nur online erlebt werden sollte: So informierte ein [Literaturführer](#) über die lebendige Literaturszene

von Berlin und verwies auf aktuelle literarische Veranstaltungen, auf die Stadtmagazine *TIP* und *Zitty* oder auf verschiedene Veranstaltungsorte.

Das Berliner Zimmer ist als Experiment anzusehen, das dem Rezipienten ermöglicht, zu erfahren, was alles im Internet möglich ist, wie Literaturvermittlung im Internet gestaltet werden kann. Allerdings sind die vielen Informationen und Angebote, die zum Teil auch in den Datenbanken zusammengestellt wurden, hinderlich für die Orientierung auf der Internetseite, obwohl die Macher selber die »zuweilen unübersichtliche literarische Welt des World Wide Web« bemängelten und einen Beitrag dazu leisten wollten, dass sich der Literaturinteressierte im Netz zurechtfindet und die vielfältigen Angebote nutzen kann. Trotz dieser Fülle an Informationen, die die Internetseite unübersichtlich erscheinen lassen, war *Das Berliner Zimmer* ein wichtiges Forum für den Austausch über Literatur, besonders wegen der kritischen Grundfragestellung, welche Auswirkungen das Internet auf Literaturproduktion, -rezeption und -distribution hat und haben könnte.

▸ [Zurück zur Übersicht](#)

2. Der Buch-Trailer am Beispiel des Rowohlt Media Centers

Von Marleen Scharninghausen

Auf der Website des [Rowohlt Verlags](#) findet der interessierte Nutzer neben den ›üblichen‹ Angaben zum Verlagsprogramm, auch das [Media-Center](#) als zusätzliches Informationsangebot. Das Media-Center bietet eine umfangreiche Palette von Leseproben, Autoren-Interviews, Homestories, Autorenlesungen und Buch-Trailern. Mit einem Klick kann der Nutzer ein Video auswählen und umgehend anschauen.

Sämtliche Buch-Trailer lassen sich unter der Rubrik ›Videos‹ aufrufen. Wurde ein bestimmter Beitrag ausgewählt, erscheint dieser sogleich im oberen Fenster. Zusätzliche Informationen, am rechten Rand des Videofensters, bieten eine Miniaturansicht des Buchcovers, eine Seitenzahlangabe sowie die jeweilige Reihe, in der das Buch erschienen ist. Darüber hinaus gibt es die Optionen, das Buch direkt online zu bestellen oder sich eine Leseprobe anzuhören. Verweise auf zusätzliche Informationen zum Autor oder Buch integrieren das Video zudem in die anderen Rubriken der Verlagshomepage.

Die Distribution der Videos überlässt der Verlag offensichtlich vollständig dem Nutzer: Unter dem Video-Fenster befindet sich ein HTML-Codeschnipsel mit dem Hinweis ›Medium einbetten‹.

Den Anspruch, seine »Bücherwelt durch Video- und Audiobeiträge in Szene« zu setzen, erfüllt der Verlag je nach Buch auf recht unterschiedliche Weise: So weicht bereits die Länge der einzelnen Trailer stark voneinander ab. Die ›einfachste‹ Gestaltung bietet beispielsweise das Video zu Kim Franks Debüt *27*, das mit einer musikalischer Untermalung und den Porträts der Popstars auskommt, die auch auf dem Buchcover zu sehen sind.

Aufwendiger und umfangreicher sind die Trailer, in denen zum Beispiel O-Töne des Autors verwendet werden, wenn dieser entweder aus seinem Werk vorliest oder in einem Kurz-Interview Informationen zur Entstehungsgeschichte gibt (Bsp.: Nils Mohl: *Indianerland*).

Eine Ausnahme bleiben jedoch die Trailer, welche dem Buch einen wirklichen Mehrwert verleihen können und somit selbst kleine Kunstwerke darstellen. Ein Beispiel ist hier der Trailer zum Buch *Dinge geregelt kriegen - ohne einen Funken Selbstdisziplin* von Kathrin Passig und Sascha Lobo. Das Video überzeugt durch eine amüsante Adaption der Schöpfungsgeschichte und das Spiel mit typographischen Elementen.

Insgesamt betrachtet bin ich der Meinung, dass Buch-Trailer durchaus eine interessante Ergänzung zu bereits bekannten Werbemaßnahmen (Anzeigen, Plakate, Verlagsvorschauen...) sein können. Allerdings sollten die zusätzlichen Möglichkeiten, die das Medium ›Film‹ bietet, auch entsprechend ausgeschöpft werden. Durch die Verlagerung von Buchzitaten in ein Video, die zusätzlich musikalisch untermalt werden, kann noch kein überzeugender Werbespot entstehen. Letztendlich bleibt abzuwarten, ob das Medium ›Film‹ mit dem Buch wirklich die gewünschte Symbiose eingeht und somit ein gesteigertes Kaufinteresse hervorruft oder ob es lediglich bei einem kurzen Schauvergnügen seitens der User bleibt.

▸ [Zurück zur Übersicht](#)

3. Eine Leselupe ist noch kein literarisches Vergrößerungsglas

Von Verena Zimmermann

Eigentlich müsste sich die Seite nicht *Leselupe*, sondern Lesedschungel nennen. Durch verschiedene Grünschattierungen der Seite rankt sich ein wirres Gestrüpp von aufblinkenden Werbeanzeigen: SOS Kinderdorf, eine *Google* Anzeige »Autor werden?«, ein *Amazon*-Button, darunter Bilder von Geländewagen und ein Link zu *automobile.de*, dazwischen aber auch immer wieder (in aggressivem Orange abgesetzt) Werbung für die *Leselupe* selbst, etwa: »... jeden Monat 50.000 Leser für Ihre Werke!«

Scrollt man weiter nach unten, stößt man letztlich unweigerlich auf den obligaten *Facebook*-Button. Auf der linken Seite der Homepage findet sich unter der Überschrift »Meine Leselupe« eine Übersicht über die registrierten Mitglieder (4175) und die Anzahl der besprochenen Themen (gut 63.000), sowie die Möglichkeit, sich als potenzieller Autor mit Benutzernamen und Passwort registrieren zu lassen. Darunter befindet sich eine Art Drop-Down-Menü: Unter »Leselupen-Werke« werden dabei verschiedene Foren, wie z.B. das Prosa-Forum, Lyrik-Foren oder »Das Neuste«, vorgestellt. Diese einzelnen Foren sind dann noch einmal thematisch unterteilt. Außerdem gibt es eine Schreibwerkstatt, in der sich Autoren und solche, die es werden wollen, verschiedenen Schreibaufgaben stellen können. Im Diskussionsforum

werden die neuen Werke der Autoren sowie andere Neuerscheinungen dann eifrig kommentiert.

Unter dem Punkt »Leselupe-Service« können die Anthologien und [Reihen](#) eingesehen werden, die die *Leselupe* bisher im Druck veröffentlicht hat. Eine kurze Inhaltsbeschreibung, ein Bild des Buchcovers, sowie die Namen aller beteiligten Autoren und Autorinnen samt Kauf-Link finden sich dort. Entgegen des Credo der Seite »Wir bieten Ihnen eine Online-Publikation als Alternative zur Verlagsveröffentlichung – ganz ohne Druckerpatronen, gefällte Bäume, oder sonstige kostspielige Büroeinrichtung« soll das Ganze nur eines suggerieren: Seht her, wer für *Leselupe* schreibt, hat es geschafft und wird irgendwann, vielleicht, unter Umständen, eventuell auch mal in Buchform veröffentlicht. Hauptsache, man hat schon mal einen Fuß drin im »Literatur-Betrieb«. An den Wunsch, »groß heraus zu kommen« knüpft auch der Punkt »[Ausschreibungen](#)« an, der einen Überblick über Literatur-Wettbewerbe in ganz Deutschland bietet. Links zu anderen Literatur-Websites in Deutschland bietet zudem der sogenannte »[Literatur-Webkatalog](#)« der Seite.

Ein wichtiger Punkt der Seite ist außerdem der [Lektoren-Service](#), bei dem man sein Manuskript von Benutzern, die als Lektoren registriert sind, kostenlos Probe lesen und bewerten lassen kann. Eigentlich eine nette Idee. Das Problem ist nur, dass man sein Manuskript genauso gut auch von seinen »realen« Freunden Probe lesen lassen kann, als es irgendwelchen Netzbekanntschäften zuzuschicken; denn als spezielle Qualifikation für den Lektor-Job reicht in den Personenbeschreibungen schon ein einfaches »Schon seit meinem sechsten Lebensjahr lese ich gerne« aus. Ob also eine Rückmeldung wie »Naja ich bin skeptisch. Es kommen ja gar keine Elfen vor und trotzdem behauptest du, es sei Horror«, wirklich hilfreich ist, bleibt offen. Einen dementsprechend kritischen Blick sollte man auch auf den Punkt »[Rezensionen](#)« werfen, der (neben noch mehr Werbung) rund 1000 verschiedene Rezensionen versammelt. Diese reichen von Besprechungen von Bildbänden, wie *Landleben zwischen Schafen und Bauerngärten*, über Kritiken zu Bestsellern und Ratgebern, bis hin zu Rezensionen von »Kanon-Literatur«

Und dennoch: Die *Leselupe* scheint zu brummen: Sogar einen »[Fan-Shop](#)« gibt es mittlerweile, in dem vom Mousepad bis zur Kaffeetasse mit Aufdrucken wie »Leselupe – Die Extraportion Text« alles erworben werden kann, was das Fanherz begehrt.

Zum Schluss noch die Meinung der *Leselupe* selbst zu Ihrer Seite: »Literatur ohne doppelten Boden und ohne Versicherung – das erleben Sie auf der Leselupe. Seien Sie jetzt dabei und steigen Sie ein in die Literatur der Zukunft!« Meine persönliche Meinung zur *Leselupe*: Um es freundlich zu sagen: Die Qualität sowohl der Rezensionen als auch der eigenen literarischen Beiträge variiert erheblich. Um nicht ganz so freundlich zu bleiben: Auch ein Gedicht, das ohne die Leselupe wohl nur beim 50. Geburtstag von Onkel Egon zum Besten gegeben worden wäre, landet hier unter »Lyrik« im World Wide Web.

► [Zurück zur Übersicht](#)

4. Jim im Netz. Die Autorenwebsite von Michael Ende

Von Franziska Ebert

50 Jahre Jim Knopf – ein großes Andenken an den bekannten und erfolgreichen Autoren Michael Ende. Auf dessen [Website](#) ist dieser Aufhänger das Zentrum des übersichtlichen Menüs. Interessierte finden hier Informationen zur Person Michael Endes, wie »Leben&Werk«, »Preise&Auszeichnungen« oder »Bibliographie«, Genaueres zu seinen zahlreichen Werken, sowohl Theaterstücke als auch Lyrik oder Belletristik, und können außerdem die eigene Begeisterung und Kritik im [Gästebuch](#) hinterlassen. Zudem werden regelmäßig aktuelle Neuigkeiten veröffentlicht, wie beispielsweise das neu vertonte Hörspiel *Der Spiegel im Spiegel* oder die Möglichkeit, die Website auf Englisch zu besuchen. Trotz Übersichtlichkeit gibt es eine Suchleiste, mit der die Besucher der Website schnell und ohne zu suchen auf gewünschte Werke stoßen.

Für Ende-Fans gibt es zusätzlich eine Schnellwahl-Leiste, durch die man auf die vier bekanntesten belletristischen Werke zugreifen kann: *Momo*, *Die unendliche Geschichte* und *Der satanarchäolügenialkohöllische Wunschpunsch*. Auf diesen Seiten sind Zusammenfassungen, Pressestimmen, die verlegerischen Details (Verlag, Erscheinungsjahr, Auflagen, etc.) und Angaben über mögliche Hörbücher oder Verfilmungen zu lesen.

Durch die farbenfrohe, lebenslustig und kinderfreundlich gestaltete Oberfläche (z.B. mit Illustrationen von Michael Ende) scheinen am ehesten Kinder und interessierte Erwachsene die Zielgruppe zu sein. Grundsätzlich ist die Homepage nämlich einfach und gut strukturiert aufgebaut. Um den Bezug zu den neuen Medien zu erhalten, gibt es *Social Links* zu *Facebook* und *Twitter*. Dadurch erweitert sich der Adressatenkreis durch die Gruppe der internetaffinen Jugendlichen, die dank *Social Networks* ihre Vorlieben äußern wollen und beispielsweise mit dem »Gefällt mir«-Button bei Facebook auch können.

Letztendlich hat diese Seite alles, was eine Autoren-Website haben sollte: Es gibt sowohl Informationen zum Autor selbst, als auch zu seinen Werken und zudem aktuelle Neuigkeiten. Ein Mehrwert für die Literaturvermittlung ist hier wohl vor allem durch die Intermedialität gegeben; die Bücher und Theaterstücke werden im Internet aufbereitet und u.a. durch die sozialen Netzwerke einer breiteren Masse zugänglich gemacht. So können sich Interessierte zuerst die Zusammenfassungen und Pressestimmen durchlesen, um dann vielleicht direkt mithilfe des »auf amazon.de kaufen«-Links das Buch zu erwerben.

Ich finde diese Website sehr informativ und attraktiv für alle Altersgruppen. Sowohl für Ende-Kenner als auch für Neulinge ergeben sich bestimmt überraschende Neuigkeiten und sie ist auf jeden Fall einen Besuch wert.

▶ [Zurück zur Übersicht](#)

5. Papierfresserchens MTM-Verlag

Von Anna Wurm

Das Papierfresserchen ist ein kleiner grüner Drache, der sich nur von Papier ernährt. Der [Verlag](#) entstand aus einem Vorlese- und Leseförderungsprojekt und legt auch seine Grundphilosophie in den Bereich der Leseförderung und der Animation und Anleitung junger Schreibinteressierter. Nach dem Motto *Bücher für Kinder mit Kindern und von Kindern* macht der Papierfresserchen-Verlag vorrangig Bücher für Kinder und Jugendliche. Das Besondere ist dabei die Arbeit mit sehr jungen Autoren und solchen die bisher noch kaum oder gar nicht veröffentlicht wurden. So ist der jüngste Autor zehn Jahre und die älteste Autorin 85 Jahre alt. Für die Autoren gibt es durch verschiedene Projekte viele Möglichkeiten ihre Geschichten, Gedichte oder ganze Romane anderen Literaturinteressierten näher zu bringen.

Neben der, für die Autoren kostenfreien, Veröffentlichung ihrer Werke als Buch gibt es [Papierfresserchens Blog](#). Dieser soll ein interaktives Forum für junge und jung gebliebene Autoren bilden. Es können eigene oder fremde Bücher vorgestellt, aber auch Texte bis hin zu Ausschnitten aus Büchern online gestellt werden. Von anderen Benutzern des Blogs bekommen die Autoren Feedback sowie Schreibtipps und Anregungen. Von der Verlagsredaktion werden zudem ausgewählte Texte des Blogs in der [Lese-Drehscheibe](#), dem verlagseigenen Online-Magazin veröffentlicht. Das Magazin für »junge Literatur und Leseförderung« stellt neben diesen Geschichten Bücher des eigenen aber auch anderer Verlage vor, führt Interviews mit Autoren und gibt Tipps zu Veranstaltungen und Leseförderung.

Ein weiteres mit dem [Papierfresserchen Blog](#) verbundenes Projekt ist der [Club der kleinen Dichter](#). Hier gibt es Schreibtipps für junge Autoren, die verbunden mit dem Blog ihre Geschichten veröffentlichen können. Der Club ist offen für alle Dichter unter 18 Jahren. Als Lese-Drachen können sich Kinder und Jugendliche außerdem beim Verlag um freie Rezensionsexemplare bewerben und ihre Buchbesprechungen dann wiederum im Internet veröffentlichen. Dem selbstgewählten Verlagsauftrag der Schreibförderung wird außerdem durch den jährlichen Schreibwettbewerb nachgekommen. Zu wechselnden Themen können Kinder und Jugendliche bis 15 Jahre hier ihre Gedichte, Geschichten oder auch Illustrationen einreichen. Ausgewählte Texte werden dann in Buchform publiziert.

Der Papierfresserchen-Verlag bietet somit auf kostenlose und auch für junge Autoren sichere Art einen guten Weg zu Literaturvermittlung und Veröffentlichung eigener Werke an. Hierbei sind die Zielgruppe im Besonderen Kinder, sowohl als Autoren als auch als Leser und Kritiker. Dadurch entsteht vor allem im Blog ein reger Austausch der jungen Literaturinteressierten, den es sonst in der weiten Welt des Internets so nicht oft gibt.

▶ [Zurück zur Übersicht](#)

6. Auf der Suche nach meinem Verlag. Möglichkeiten für junge Autoren, im Internet den richtigen Verlag für das fertige Manuskript zu finden

Von Katrin Wellnitz

Stolz scrollt der frisch gebackene Jungautor durch sein fertiges PDF-Manuskript: Sein erstes eigenes Werk ist vollendet. Es mag sich um einen kleinen Roman, oder um eine liebevoll zusammengestellte Gedichtesammlung handeln, vielleicht ist es auch ein Theaterstück, was der Autor nun an die Öffentlichkeit bringen möchte.

Wie haben sich Goethe oder Heinrich Heine eigentlich an den Markt gebracht? Egal, denn zum Glück haben wir heutzutage das Internet, das uns weitaus vielfältigere Möglichkeiten bietet, mit einem möglichen Verlag oder Zeitschriften in Kontakt zu treten. Doch ist das wirklich ein Glück? Gibt man bei der Suchmaschine *Google* prägnante Phrasen wie »Autor werden« oder »Buch veröffentlichen« ein, so erscheinen zahlreiche Internetseiten, die einem schon in den Kurzbeschreibungen den unbedingten Erfolg ankündigen. Entzückt stellt man fest, dass es ganz einfach zu sein scheint, seine Zeilen erfolgreich unter das Volk zu bringen.

An oberste Stelle stehen kleine Verlage oder Organisationen, die speziell auf Neueinsteiger ausgerichtet sind und mit Erfolg und niedrigen Publikationskosten werben. Dazwischen finden sich öffentliche Foren, die sich mit dem Thema ›Literatur‹ befassen, oder private Internetseiten mit Erfahrungsberichten, die teilweise sogar von Autoren gegründet wurden und den Jungautoren auf die Sprünge helfen sollen, wie etwa auf akademie.de. Zunehmend finden sich zudem Verlage, bei denen man die Manuskripte direkt online auf den Weg zur Veröffentlichung schicken kann. Unübersehbare Buttons direkt auf der Startseite werben mit dem Slogan »Jetzt veröffentlichen« - und zielen damit offenbar auf spontanes Handeln.

Auf der Internetseite *Books on Demand* wird es unter dem Slogan »Von der Idee zum Bestseller« noch schöner, denn dort kann man sein zukünftiges Buch, welches natürlich direkt in den Buchhandel geht, auch selbst gestalten - online. Je nach Wunsch gibt es dann das »preiswerte BoD Classic Paket«, das »höherpreisige [so übernommen] BoD Comfort Paket« oder das »professionelle Servicepaket von BoD Layout und Lektorat«. Verschiedene Produkte, die man per Mausklick auswählen kann, führen das eigene Buch dann entweder in den klassischen Buchhandel oder in bedeutende E-Book-Shops und weitere Download-Portale. Und alles schon ab 39 Euro pro Buchprojekt! Die Erfahrungsberichte auf ciao.de sprechen diesem Angebot insgesamt eine sehr gute Leistung zu, Kritik ist im Internet spontan kaum zu finden: Ein Indiz für überzeugenden Service oder nur geschicktes Online-Marketing?

Für den traditionsbewussteren Jungautor bietet die Deutsche Literaturgesellschaft mit Sitz in Berlin auf ihrer [Internetseite](#) ein interessantes Angebot. Auf klassischem Wege kann man dort sein Manuskript einschicken und darauf hoffen, dass es einem der Lektoren auffällt. Die Literaturgesellschaft wirbt mit ihrer bis auf Autoren wie Döblin, Kästner oder auch Brecht zurückreichenden Tradition um bekannte Autoren wie auch um Neueinsteiger. Denn sie will, so stellt sie sich vor, auch und in besonderem Maße Jungautoren die Chance zum Durchbruch liefern. Ganz genau wird der Vorgang vom eingeschickten Manuskript bis zum Buch im Buchhandel beschrieben; vergessen

wurde jedoch, den Preis für die Leistung offensichtlich anzugeben.

Als junger Autor wird man bei der Suche nach einem geeigneten Verlag von einer Flut von möglichen und unmöglichen Möglichkeiten erschlagen. Ich empfehle jedem, der ein Buch veröffentlichen will, sich eher an Literaturforen oder Privatseiten mit Erfahrungsberichten und Leitlinien zu halten und die Verlagsseiten erst anhand einer hilfreichen und auch kritischen Anleitung aufzusuchen.

▸ [Zurück zur Übersicht](#)

7. Der Thalia eBook-Shop – Eine etwas ungraziöse Vermittlung

Von Anna Kleimann

Lesern und Literaturfreunden, die im digitalen Zeitalter den Schritt vom handfesten Buch als Print-Produkt zum sogenannten »eBook« gewagt haben, bietet die [Thalia-Website](#) reichlich Nahrung. Hier können sich Lesehungrige online nach neuen Publikationen umschauen, ohne auch nur die Haustür zu öffnen. Literarischer Konsum mit dem kleinen Finger – *Just do it!* Zumal »eBooks« im Durchschnitt sogar kostengünstiger als »echte« Bücher sind. Allein der haptische Eindruck wurde weggeschrumpft.

Über den Tab »eBooks« gelangt der Besucher zum Verkaufsportal. Per aufmerksamkeitshaschender *Pop-Up-Slideshow* werden hier gleich Neuerscheinungen, Preishits und Sachbücher vorgeschlagen. Außerdem die pseudoindividuellen Rubriken »Unsere Empfehlungen« und »Für Sie zusammengestellt« – Lesetipps aus der Thalia-Redaktion. Unter dem daumengroßen Bild des entsprechenden Buchcovers werden kurz und knapp Autor und Titel sowie (wichtig!) der Preis und (noch wichtiger!) ein grüner »In den Warenkorb«-Button angezeigt. Falls der Besucher im Link-Dschungel vergessen haben sollte, was er eigentlich kaufen wollte – findet sich zudem die Kategorie »Zuletzt angeschaut«.

In den »großen«, nach Inhalt geordneten Kategorien (wie Romane, Sachbücher, Fantasy etc.) erscheinen die Bücher schon etwas detaillierter. Klickt der Nutzer auf ein Buchcover, gelangt er zur interaktiven Besprechungsseite. Hier besteht die Möglichkeit, sich durch die ersten Buchseiten auf einer simulierten eReader-Version zu klicken. Darunter findet sich eine kurze Wiedergabe des Inhalts. Manchmal wird sich ergänzend dazu sogar ein wertendes Zitat (z.B. von stern.de) geborgt. Die »Meinung der Redaktion« versteckt sich unter der Autorbiographie. Der Meinungsinhaber und Verfasser der versteckten Kurzkurzrezension, die zumeist über zwei Sätze nicht hinauskommt, versteckt sich wiederum nicht, sondern drängt dem Literatursuchenden seine eigene Mini-Biographie auf.

Auf thalia.de dürfen auch gesellschaftseigene Buchhändler aus ganz Deutschland ausnahmsweise ungefragt zu Wort kommen. Und das dann auch schon etwas ausführlicher.

Last but not least kommt das Highlight des Rezensionsreigens: Auch die Kunden selbst haben die Möglichkeit zu bewerten, wie ihnen ein Werk gefallen hat. Zusammengefasst werden diese erquickenden Kommentare - mit vielsagenden Überschriften wie »Super« oder »Naja« - durch ein Fünf-Sterne-System. Zu Ruhm und Ehre oder Schande und Schmach können die Poster durch das Kundenbewertungen-Bewertungssystem »Die Rezension war für mich hilfreich / nicht hilfreich« gelangen. Konnte sich der Besucher durch den Meinungswust schlussendlich selbst eine Meinung bilden, kann das entsprechende Werk per Download und Online-Banking gleich auf den Rechner geliefert werden.

Auf meinem PC landet weder das als »Topseller« empfohlene *Der Tag an dem ich beschloss meinen Mann zu dressieren* von Katja Kessler noch *Die Mütter-Mafia and Friends - Das Imperium schlägt zurück* von Kerstin Gier. Ich glaube, ich gehöre nicht zur *Peergroup*.

▶ [Zurück zur Übersicht](#)

8. *Es modern die kritischen Toten, modern sind totale Idioten (Beta-Version)*

Die Literaturkritik liegt am Boden. Alles heult. Dabei leben Totgeglaubte bekanntlich länger.

Von Daniela Lottmann

Die Literaturkritik ist tot, toter, am totesten.

Schon Lessing diagnostizierte ihr eine schwere Krise. Die Literaturkritik ist eine Totgeburt. Auch Friedrich Schlegel vermochte nur noch ein schweres Röcheln zu vernehmen und heutzutage, sagen viele Feuilletonisten, könne man nur noch den Tod feststellen.

Die Literaturkritik nach langer, schwerer Krise sanft entschlafen?

Für Literatur und letztlich alle kulturellen Medien war der Tod noch nie das Ende. So wird unser Geistesleben bevölkert von einer Reihe von Untoten und Volltoten: endgültig ins Gras gebissen im Tatort, Frankenstein, sogar Superhelden sind vom akuten Semitod betroffen, Zombies überrennen Städte und kämpfen gegen Pflanzen und Vampire in Filmen, Büchern - Musicals sind seit einigen Jahren der absolute morbide Trend. Wer also tot ist, muss nicht tot bleiben und gerade der Kulturbetrieb scheint eine wunderbare Wiederaufbereitungsanlage für Leichen aller Art zu sein.

Der neuste Tod der Literaturkritik wird nach Ansicht einiger Journalisten hervorgerufen durch eine parasitäre Lebensform: die *Laienkritik*, deren vorrangiger Lebensraum in den Weiten des Internets anzusiedeln ist. Die Laienkritik bevölkert sämtliche virtuellen Plattformen von Onlineshops über Blogs bis hin zu Community-Foren und bewohnt damit weite Kreise des Netzes. Der starken Ausdehnung der Laien steht eine professionelle Literaturkritik gegenüber, die in Zeiten schwindender Auflagenstärke und stärker wachsendem Kostendruck scheinbar immer mehr an

Bedeutung verliert.

Warum es nicht das Ende ist

Bei allem Zetern und Jammern in Fachkreisen, bei allen Todesahnungen und Krisenschütteln scheint man vergessen zu haben, dass in der Kultur niemand so leicht stirbt und falls doch, der betreffende vielleicht auch selbst eine Mitschuld trägt. Man könnte sich zum Beispiel fragen, warum die Leser zur Laienkritik abwandern. Ein wesentlicher Grund könnte die Fülle an Werken sein, die besprochen werden. So findet man im Internet auch Rezensionen zu Nischenprodukten und Werken jenseits allen Hypes; den schönsten Lyrikband und den abgedrehtesten Fantasieschinken. Natürlich muss der Profikritiker eine Auswahl schaffen, aber diese scheint heute immer mehr mit der verlagseigenen PR übereinzustimmen. Der Buchmarkt verändert sich und schafft massiv beworbene Bücher für die Masse. Immer mehr Leute lesen immer mehr das gleiche. Dem entgegenzutreten, sollte man von einer journalistischen Kritik erwarten können; es wird unbedingt notwendig sein, um gegen die Laien bestehen zu können.

Wo die Laien mit Quantität glänzen können, brüsten die Profis sich mit Qualität. Die Wertung des Laien erscheint manchmal in banal-*facebookischen* Zügen: Daumen rauf, Daumen runter. Nur selten tritt das Urteil als nachvollziehbar hervor, und wo immer Verlage dem Nichtfachmann ein kostenloses Rezensionsexemplar überlassen, bleibt eine unabhängige Wertung zweifelhaft. Der professionelle Kritiker hingegen scheint keinem Verlag, noch nicht einmal seinem eigenen Geschmack verpflichtet, und entwickelt seine Wertung aus einer vergleichenden Übersichtsperspektive heraus.

Aber wer oben steht, darf nicht abheben.

Beizeiten nehmen Kritiken in Zeitungen skurrile Sonderwege über historische Literaturdiskurse bis hin zu hochphilosophischem Feinschnitt. Das mag dem Selbstwertgefühl des Kritikers dienlich sein, der allgemeine Leser tappt aber häufig im Dunkeln, fühlt sich gekränkt oder bestenfalls gelangweilt, und liest nicht weiter.

Um dem Tode nochmal von der Schippe zu springen, muss die Fachkritik daher ihre Qualität halten ohne überheblich zu wirken und weiterhin ihren unterhaltenden Charakter ausbauen, denn dieser ist, wie beispielsweise Sigrid Löffler und Thomas Anz annehmen, ihre Lebensader.

So tot wie sie scheint, ist die Literaturkritik also gar nicht. Sie mag ein paar Leichen im Keller haben, aber ob die journalistische Kritik überlebt oder nicht, scheint davon abzuhängen, ob sie ihre derzeitige Depression therapiert oder sich in den Suizid treiben lässt.

Und hört auf zu jammern!

▶ [Zurück zur Übersicht](#)

9. Der Klassiker? Zur Sparte ›Kultur‹ auf Zeit Online

Von Helge Ernst

Die Zeit – Ein großer Name für eine große Zeitung. Ein großes Feuilleton für ein großes Publikum? Man mag es annehmen.

Klickt man auf *Zeit Online* auf die Sparte ›Kultur‹, die die Unterpunkte ›Literatur‹, ›Film & TV‹, ›Musik‹ und ›Kunst‹ vorschlägt, erwartet einen eine Mischung von Artikeln zu eben diesen Themenbereichen. Was brandneu ist, darf ganz oben stehen, darunter folgen Artikel, die schon einen Moment länger einsehbar sind. Jeder Artikel ist mit einem Bild versehen, einem Teaser sowie mit weiterführenden Links, meist zwei oder drei zum gleichen oder einem ähnlichen Thema wie dem des Artikels. Über der Artikelüberschrift steht ein Schlagwort, klein aber rot, das Textsorte, Künstler- oder Themename oder einfach ein Ereignis angibt. Die Betitelung ist zwar nicht stringent, aber man weiß stets, woran man ist. Neben den Artikeln selbst finden sich die Top 5 der Meistgelesenen und Meistkommentierten, verlinkte Bilder zu Fotostrecken und eingebettete Videos. Für Plaudervögel findet sich ein Fenster zu *Zeit Online Kultur* auf *Twitter* und Links zu den Monatsarchiven des laufenden Jahres fehlen auch nicht. Die Seite ist simpel und aufgeräumt gestaltet, alles passt zueinander und nichts blinkt, wackelt oder versucht sonst, sich Aufmerksamkeit zu verschaffen – sehr angenehm, aber das darf man bei der Internetpräsenz einer solch renommierten Zeitung auch voraussetzen. Wer einen Werbeblocker nutzt, kommt zudem um die wenigen Banner und Anzeigen herum.

Inhaltlich handelt es sich um ein Online-Feuilleton, wie man es erwartet: zumeist Rezensionen von Büchern, Filmen, Musikalben und Veranstaltungen der etwas größeren Natur, bisweilen auch Interviews, Portraits, Kommentare oder Glossen. In der Regel sind die Artikel, unabhängig vom Niveau des betrachteten Gegenstands, angenehm zu lesen, nur selten schleicht sich mal der ein oder andere Text ein, bei dem man den Zeit-Standard vermisst. Die betrachteten, kommentierten und rezensierten Gegenstände und Themen decken dabei eine ganze Bandbreite von Mainstream bis Underground (oder zumindest Alternativ) ab – vom Kino-Blockbuster hin zum musikalischen fast-noch-nicht Newcomer.

Der Unterpunkt ›Literatur‹ – so man ihn anklickt, füllt sich das bekannte Seitenlayout mit entsprechenden Artikeln, Verweisen und Videolesungen – ist nicht minder umfang- und abwechslungsreich. Die Buchrezension ist dabei am häufigsten anzutreffen; als Schnittstelle zwischen Buch und Leser vermittelt sie Literatur auf, in Ermangelung eines besseren Wortes, ›klassische‹ Art und Weise. Was lesenswert ist und was nicht, vermag sie immerhin zu empfehlen, und allein dass sich eine Rezension die Mühe macht, ihren Gegenstand zu beleuchten, lenkt ein gewisses Maß an Aufmerksamkeit darauf. Irgendetwas daran wird folglich erwähnenswert sein.

Betrachtet man den Umfang der Texte, ist allerdings schnell klar, dass man hier nicht die Zeitung liest, sondern nur ihren *Online-Ableger*. Die meisten Artikel haben handliche ein bis zwei Seiten und sind mal eben in einer kleinen Zwischenzeit runtergelesen. Man findet hier einen schnellen Einstieg mit diversen Verweisen auf Verwandtes und Ähnliches. Dabei ist die Seite umfangreich vernetzt – vor allem mit dem eigenen Archiv. Oft finden sich in den Text eingebettete Verlinkungen zum Thema und diese führen stets zu einem anderen *Zeit*-Artikel. Abseits vom *Twitter*-

Fenster wird man durch zirkulative Strukturen auf der Seite gehalten, was für Internet-Verhältnisse erstaunlich hermetisch wirkt. Die Verlinkung mit der Welt ist hier vor allem inhaltlich umgesetzt und die eigene Qualität der Seite scheint sich darin nochmals explizieren zu wollen: Mehr als *Zeit* braucht man nicht - und entsprechend viel kann man dort auch verbringen.

Dennoch: Selten liest man hier derart Ausführliches, wie auf den ausladenden Seiten der papiernen Namensgeberin. Doch das ist nur Recht, man will ja nicht zwangsläufig einen Ersatz für letztere und in diesem Sinne ergänzt *Zeit Online* ihre Printvorlage zeit- und dem Medium ›Internet‹ gemäß sehr zugänglich und aufgeräumt - und ist dabei auch noch leichter umzublättern.

▸ [Zurück zur Übersicht](#)

This entry was posted on Saturday, June 4th, 2011 at 6:51 pm and is filed under [Literarisches Leben, Misc](#).

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.