

Renate Grubert

Massgeschneidert

Die Zielgruppe "16 plus" und was der Buchmarkt für sie bereit hält

Der Beitrag beleuchtet die Leseförderung auf der Übergangsstufe vom Jugend- zum Erwachsenenalter aus der Sicht der Verlage. Die Verfasserin hat die wichtigsten der in dieser Richtung aktiven Kinder- und Jugendbuchverlage angesprochen und gibt hier Eindrücke ihrer Umfrage wieder.

Manche Verlage meinen, es gäbe sie gar nicht, die Zielgruppe "16 plus". Andere setzen anstelle einer einzigen Gruppe eine ganze Palette höchst unterschiedlicher Grüppchen und versuchen, es jedem einzelnen recht zu machen. Allen Verlagen gemeinsam ist der Befund, es hier mit einer "extrem schwierigen" Zielgruppe zu tun zu haben, noch dazu einer, die dem Markt zunehmend abhanden kommt. "Eine Katastrophe, die 14- bis 15-Jährigen", so die Kurzform, die Regina Schneider, Pressefrau bei *Loewe*, wählt.

Was ist da zu tun? Die Rezepte, die ausprobiert werden, um das stetige Abbröckeln junger Leserschaft zu stoppen, sind an einer Hand abzuzählen. Variantenreich läuft die Argumentation auf das Wort "Brückenschlag" hinaus. Das klingt nur auf den ersten Blick theoretisch. Gemeint ist damit nichts anderes als ein gleitender, bruch- und lückenloser Übergang von der Jugend-Literatur zur Erwachsenen-Belletristik. Die Praxis zeigt, was die Zielvorgaben tatsächlich möchten: Bücher, die inhaltlich und formal perfekt auf die Erwartungen junger Erwachsener zugeschnitten sind, Bücher, die wie Masskonfektion "sitzen". Diesem Ziel nähern sich momentan die "Macher" von zwei verschiedenen Seiten.

1. Kinder- und Jugendbuch-Verlage gehen einen Schritt weiter in Richtung Erwachsenen-Belletristik, das heisst, man stockt die KJL-Programme um eine extra Reihe für "Junge Erwachsene" auf - so z. B. *Alibaba* mit *salt & pepper*, *Arena* mit *Chili*.

2. Belletristik-Verlage stossen in Richtung Jugendbuch-Programme vor, das heisst, man klettert auf einer imaginierten Adressaten-Leiter altersgemäss "abwärts" - so z. B. *Goldmann* mit der Reihe *Manhattan*, *Kiepenheuer & Witsch* mit *scene*.

Im KJL-Bereich üben sich in diesem Annäherungsprozedere Verlage mit klassischem Hardcover-Programm, wie z.B. *Kerle* und *Sauerländer/aare*. "Obwohl die Zielgruppe 16 plus nicht eigentlich Lesekundschaft von Sauerländer ist, versuchen wir bewusst Brücken zu bauen, die in die Erwachsenen-Belletristik führen", erklären dezidiert Christine Albert, Presse, und Paula Peretti, Lektorat Sauerländer. Und Helga Thiele (Kerle) verweist darauf, dass man zwar keine eigene Reihe *16 plus* führe, doch "für diese Zielgruppe immer etwas bereitgestellt wird".

Verlage mit gemischtem Programm, wie z. B. *Ravensburger*. Auch Anja Fahs beruft sich auf "Schwerpunkt-Titel für junge Erwachsene": "Im Taschenbuch-Bereich gehen wir mit der Reihe *reality* noch einen Schritt weiter auf die 16 plus-Leserschaft zu. Da besetzen wir alle wichtigen Themen, die das Alter interessieren".

Taschenbuch-Verlage, so z. B. Fischer mit *generation*, Rowohlt mit *rowohlt paperback*. Beide sind bereits mit KJL-Programmen auf dem Markt und diversifizieren jetzt ihr Angebots-Spektrum. Das heisst: man fügt neue Imprints ein, die den Bereich der "16 plus"-Leserschaft gezielt abdecken.

Betreffend Cover-Gestaltung und Namensgebung zeigen die neuen Reihen weitgehende Deckungsgleichheit: Alle arbeiten mit klangvoll-stylisten Reihennamen in bewusst angliertem Ton und sind dem visuellen Geschmack ihrer Adressaten angepasst. Was sich im einzelnen hinter den Novitäten verbirgt, soll Thema der weiteren Betrachtung sein.

Alibaba

"Seit ungefähr einem Jahr haben wir neben den "normalen" Jugendbüchern die Reihe *salt & pepper*, die sich an junge Erwachsene adressiert. Unsere Erfahrungen sind zwiespältig." Anne Teuter erzählt ganz offen, dass die Bücher eine völlig andere Presse bekommen als üblich: von den klassischen Medien "schlicht übergangen", sind Stadtteilzeitungen und Internet darauf eingestiegen. "Auch im *Spiegel* und in *Aspekte* wurden einzelne Titel vorgestellt. Trotzdem kommt bei *Alibaba* keine Begeisterung auf, weil *salt & pepper-Bände* schlechte Umsatzzahlen bringen. Anne Teuter meint, dass man fürs Zielpublikum 16 plus "einen langen Atem braucht und Kapital, um mindestens drei Jahre lang ein Programm durchziehen zu können." Nach wie vor ist Teuter von den *salt & pepper* inhaltlich und formal überzeugt, denn "das Lebensgefühl ist authentisch, die Bücher haben Charme und auch die Broschur stimmt: junge Erwachsene kaufen kein Hardcover."

Arena

"Wer 17 ist, hört andere Musik als ein 14-Jähriger, und hört auch andere Musik als ein 25-Jähriger. Warum soll ein 17-Jähriger nicht auch andere Bücher wollen - Bücher, die erwachsener sind als Jugendbücher, aber jugendlicher als Erwachsenenbücher?" Was da in der *Chili-Debut-Vorschau* über die Zielgruppe *16 plus* steht, klingt logisch. Heike Völker-Sieber schränkt ein: "Schon das Wort 'Gruppe' stimmt nicht. Dieses Alter zerfällt in unzählige Interessegrüppchen. Da gibt es keinen gemeinsamen Nenner." Die fünf CM/'-Titel setzen denn auch sehr unterschiedliche Akzente: Es gibt kriminalistischen Nervenkitzel, futuristische action, Science-fiction-Visionen, Tiefsinn mit einem Hauch Sentimentalität und infernalischen Psychothrill. "Wir wollen junge Leserinnen und Leser in die Belletristik nachziehen," so Völker-Sieber, "und wünschen uns, dass im Buchhandel endlich ein eigener Platz für junge Erwachsene eingeräumt wird, dass man 16-Jährige weder in die Plüschecke abschiebt noch im allgemeinen Sortiment untergehen lässt."

Bertelsmann

"Als wir *omnibus* starteten, wollten wir *16 plus* draufschreiben, haben aber auf Rat des Buchhandels darauf verzichtet. Die Zielgruppe will das nicht. Altersmässig orientiert man sich nach oben, identifiziert sich mit den Erwachsenen." Ulrich Störko-Blume ergänzt: "Unsere höchste Altersangabe heisst also *14 plus*. Bei Büchern für jedes Alter verzichten wir im Hardcover ganz auf das Punktesystem (Buchrücken)." Ab Mai '99 wird es bei uns die ersten Broschur-Titel *omnibus* xl-Titel geben. Wir sehen da unsere Chance zur Expansion."

dtv

"dtv ist mit der Reihe *pocket plus* dabei, den Brückenschlag KJL-Belletristik inhaltlich und auch durch Foto gestaltete Covers auszubauen," erklärt Birgit Niehaus. "Bei dieser Reihe verzichten wir auf das charakteristische dtv-junior-Logo." Der Unterschied wird im Vergleich mit der auf Unterhaltung ausgerichteten *dtv- pocket pur*-Reihe und seinen gezeichneten Covers deutlich. Auch der Schritt zur Erwachsenen-Belletristik, in der allgemeinen dtv-Reihe, dokumentiert sich perfekt.

Fischer

Obwohl *Fischer Schatzinsel* diverse Titel für die Altersgruppe *16 plus* zur Verfügung hat, soll "*generation* noch mehr Aufmerksamkeit auf die Zielgruppe lenken", so Heidi Borhau. "Wir sind neugierig, wie das Sortiment die Bücher wahrnimmt: stellt man sie zu den Taschenbüchern, in die KJL-Abteilung oder zu den Erwachsenen?" Programmleiter Markus Niesen hat die Reihen-Titel, entsprechend dem altersgemässen Lebensgefühl, stimmig selektioniert: *Angel* (Marliese Arold), *Junk* (Melvin Burgess), *Spiel um dein Leben* (Christian Lehmann), *Easy und Scheer* (Gerd Fuchs), *Die grosse Flatter* (Leonie Ossowski). "Wenn wir das Programm als *16 plus* anbieten, sind wir uns bewusst, dass *12 - bis 17 - Jährige* unsere Ansprechgruppe bilden," heisst es bei Fischer.

Goldmann

Berit Böhm findet, dass "*16 Jahre* vielleicht noch etwas zu jung ist fürs *Manhattan-Programm*." Der Übergang zur Belletristik ist signifikant: die Bücher

- im TB-Format daherkommend
- wirken schräg, skurril, eben anders als hoch stilisierte Kinder- und Jugendliteratur. Das Kultbuch *Trainspotting* (Irvine Welsh) gehört hierher. "*Manhattan* gibt es jetzt im dritten Jahr, etwa 60 Titel, deutsche Erstausgaben, liegen vor", so Böhm. "Die Reihe wurde gut angenommen, was im TB-Bereich, mit starker Konkurrenz, durchaus nicht selbstverständlich ist." Typisch auch: Rezensionen laufen vor allem in Stadtmagazinen und Internet.

Kiepenheuer & Witsch

Wer mit so prominenten Autoren wie Irvin Welsh (*Ectasy und The Acid House*), Nick Hornby (*Fever Pitch*) und Benjamin von Stuckrad-Barre (*Soloalbum*) aufwarten kann, befindet sich im Zentrum der *16 plus*-Thematik. Gudrun Fähndrich ergänzt, "dass die bisher einheitlich unter dem Namen *KiWi* geführte Paperback-Reihe ab Frühjahr '99 segmentiert wird". Der Teilbereich fürs junge Publikum läuft unter dem Schlagwort *szene* - sehr treffend, denn hier geht's um Pop- und Jugendkultur in Reinstform. Da passt Benjamin Lebert mit seinem in kürzester Zeit über 50'000 mal verkauften Kult-Buch *Crazy* exakt hinein - ganz gleich, ob man den pro und contra diskutierten Titel nun altmodisch oder cool findet.

Rowohlt

"*16 plus* ist eine extrem alte Zielgruppe für die KJL", so Ralf Schweikart. "Wir wollen da in Zukunft über *Rotfuchs* hinaus zielen, mehr Titel anbieten, die sich altersmässig nicht festmachen lassen und für junge Erwachsene interessant sind - nur dann verkaufen sie sich selbst." Wie sehr sich die Grenze zwischen Kinder- und Jugendliteratur, jungen Erwachsenen und Erwachsenen-Belletristik bei Rowohlt schon bewegt, zeigen Titel wie *Wildwasser* (Paulus Hochgatterer), der parallel bei dtv in der allgemeinen Reihe erscheint. "Wir müssen raus aus dem Ghetto der Kinderbuch-Ecke", postuliert Schweikart, "ein Jugendtaschenbuch-Verlag muss sich nicht nur aus Jugendbüchern rekrutieren." Annäherung also. Wo jedoch die Grenze verläuft, lässt sich nur durch genaue Inhalts- und Textanalyse ausmachen: *Relax* (Alexa Hennig von Lange), beispielsweise, erscheint nicht bei Rotfuchs, sondern in Rowohlts allgemeiner Reihe. Und *Gogo-Girl* (Sarah Kahn) wird bei rowohlt paperback verlegt...

Literatur ist Literatur ist Literatur

Übrigens: Es gibt auch Verlage, die sich aus dem Zielgruppen-Gerangel heraus halten. An-

gefragt, warum dem so ist, kommt bei nahezu allen eine ähnliche Antwort. Man teile seine Leserinnen und Leser nicht gern in Lesealter-Kategorien ein, so Frauke Wedler (Oetinger/Dressler). Fast gleichlautend Klaus Peter Craemer (Beltz & Gelberg): "Bei uns zählen literarische Gesichtspunkte und die Komplexität eines Werks." Thienemann setzt auf "klassische Brücken" und meint damit vor allem Fantasy-Titel (Ralf Isau, Wolfgang Hohlbein). Bei Peter Hammer erklärt Galileo-Herausgeberin Karin Gruss: "Wir haben Begriffe wie Jugendbuch und Literatur für junge Erwachsene immer bewusst vermieden, lösen uns jetzt, um ganz individuell weiterzufahren, sogar von unserem Reihenkonzept". Nagel & Kimche wehrt sich schon gegen den Gedanken an Reihentitel: "Das machen wir grundsätzlich nicht", erklärt Birgit Lockheimer mit Nachdruck und stimmt ganz und gar mit Cornelia Berger (Carlsen) und Saskia Heintz (Hanser) überein, dass gute Literatur "keine Altersschranken kennt, immer für alle geschrieben ist".

Adresse: Dr. Renate Grubert, Kinder-und Jugendliteratur, Möschbergweg 26, CH-3506
Grosshöchstetten, Tel.031/711 32 58 Fax 031/711 32 58, E-Mail: [HYPERLINK
mailto:grubert@bluewin.ch](mailto:HYPERLINKmailto:grubert@bluewin.ch)