

Das Buch – ein Auslaufmodell?

Vortrag zum 200ten Gründungsjubiläum der Öffentlichen Pfarrbibliothek Eupen St. Nikolaus
am 19. September 2018

Dachbodenfund: Jugendliche entdecken Wikipedia-Vorläufer

Heilbronn: Ein Heilbronner Geschwisterpaar hat auf dem Dachboden des Hauses seiner Großmutter eine kuriose Entdeckung gemacht: Durch Zufall stießen die beiden auf mehrere kunstvoll zusammengebundene Stapel Papier, bei denen es sich möglicherweise um einen primitiven Vorläufer von Wikipedia handelt.

Laura Baier (14) und ihr Bruder Sebastian (12) wollten auf dem Dachboden eigentlich nach einem alten iPhone 5s suchen, das ihre Großmutter vor Jahren dort eingemottet hatte. Beim Stöbern stießen sie dann auf eine staubige Kiste, deren Inhalt ihre Neugier weckte: ‚Das waren sechs grüne Quader‘, beschreibt Sebastian den Fund, ‚jeder ungefähr so groß wie ein iPad, aber viel dicker.‘

Nach einigen Versuchen mit unterschiedlichen Touch- und Wischgesten fanden die beiden heraus, dass im Inneren der Blöcke auf Papierseiten Informationen gespeichert sind – pro Gerät mehrere dutzend Megabyte, schätzen die Entdecker. Dabei sind unterschiedliche Begriffe alphabetisch sortiert. Eine Suchfunktion fehlt. Dafür gibt es interne Verweise – ‚allerdings sind diese Links nur mit einem Pfeil markiert und lassen sich nicht anklicken‘, berichtet Sebastian. So weit seien die Vorfahren dann wohl doch noch nicht gewesen.

Zum Alter der kuriosen Geräte haben die Geschwister eine grobe Vermutung: ‚Die sind mit Sicherheit ein paar hundert Jahre alt‘, erklärt Laura. ‚Es gibt ja noch nicht einmal einen Eintrag zu Justin Bieber.‘¹

Meine sehr verehrten Damen und Herren,
liebe Gäste,

Das, was ich so eben vorgetragen habe und sich vielleicht zunächst so angehört hat wie eine seriöse Zeitungsmeldung, ist – und ich hoffe, Sie haben es dann auch gemerkt – **eine Satire**, die ich vor einigen Wochen auf den Internetseiten der

¹ <https://www.der-postillon.com/2017/05/dachboden-wikipedia.html> [zuletzt aufgerufen am 27.8.2018]

beliebten Satirezeitung „Der Postillon“ gefunden habe. Mit ihren witzigen und bissigen Meldungen regt diese immer wieder zum Schmunzeln und Nachdenken an.

Oder hätte ich sagen sollen, die vermeintliche Zeitungsmeldung ist **noch eine Satire**, denn wenn das Buch tatsächlich ein Auslaufmodell ist und der Titel meines Abendvortrages statt mit einem Fragezeichen mit einem Ausrufezeichen versehen worden wäre, dann würde in der näheren oder fernerer Zukunft Heranwachsenden tatsächlich die Kompetenz fehlen, die Funktionalitäten des Mediums Buch richtig zu nutzen oder gar zu erkennen, um was für ein Medium es sich bei ihrem Dachbodenfund überhaupt handelt.

Und steckt nicht auch heute schon ein erhebliches Stück **Realität in dieser Satire**? Das, was Laura und Sebastian gefunden haben, ist, wie unschwer zu erkennen ist, ein sechsbändiges **Lexikon**, vielleicht eine Kompaktausgabe des Brockhaus oder eines vergleichbaren Anbieters. Fakt ist, dass die großen Lexika inzwischen allesamt ihr Erscheinen eingestellt haben und die Verlage die Redaktionen aufgelöst haben. Beim Brockhaus, der auf eine zweihundertjährige, 1809 begründete Tradition zurückblicken konnte und der letztmals mit seiner 21. Auflage in 30 Bänden 2005 auf den Markt kam, war dies 2013 der Fall.² Ein Jahr zuvor hatte es die im englischsprachigen Raum mindestens ebenso renommierte und noch ältere, nämlich in der Zeit der Spätaufklärung begründete Encyclopedia Britannica erwischt.³ Hatte man 1990, dem erfolgreichsten Jahr der Verlagsgeschichte, noch 120.000 gedruckte Enzyklopädien verkaufen können, so betrug der Absatz der 2010 neu verlegten Britannica in den ersten zwei Jahren lediglich 8.000 Stück! 4.000 unverkäufliche Gesamtausgaben mussten eingelagert werden. Innerhalb weniger Jahre ist also der Lexikonmarkt komplett zusammengebrochen, weil das kostenlos verfügbare, mächtige Internetlexikon Wikipedia alles auf den Kopf gestellt hat und das Fachwissen der Experten durch die Weisheit der Vielen ersetzt wurde. Die Präsentation eines großen Lexikons mit den goldgeprägten Rücken in den

² Vgl. Bernd Graff: Wissen, das nie am rechten Ort ist. Die Brockhaus-Enzyklopädie, die Mutter aller Nachschlagewerke, wird eingestellt. Bertelsmann gibt seine Lexikonsparte auf. Ein Nachruf auf das gebundene Wissen in 26 Absätzen - von A bis Z. In: Süddeutsche Zeitung vom 12. Juni 2013. Online unter: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/brockhaus-am-ende-wissen-das-nie-am-rechten-ort-ist-1.1695116> [zuletzt aufgerufen am 28.8.2018].

³ Vgl. Andrian Kreye: Encyclopedia Britannica stellt Druck ein. Unverkäufliches Wissen. In: Süddeutsche Zeitung vom 14. März 2012. Online unter: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/encyclopedia-britannicas-stellt-druck-ein-unverkaeuflisches-wissen-1.1309266> [zuletzt aufgerufen am 28.8.2018].

Wohnzimmern gilt nicht länger als sichtbares Zeichen für die Investition in bürgerliche Bildung. „Heute werden solche Lederfronten im Regal eher als Relikt digitaler Analphabeten gedeutet“⁴

Sie merken also, wir sind bereits mitten drin im Thema des heutigen Vortrags, „Das Buch - ein Auslaufmodell?“, zu dem ich aus Anlass der Feiern des 200sten Gründungsjubiläums der Öffentlichen Pfarrbibliothek St. Nikolaus hier in Eupen eingeladen worden bin. 200 Jahre, das ist für eine Öffentliche Bücherei ein wahrlich „biblisches Alter“ und die Öffentliche Pfarrbibliothek St. Nikolaus kann mit Recht stolz darauf sein, damit sicherlich zu den ältesten Einrichtungen dieser Sparte im deutschsprachigen Kulturraum zu gehören. Sie wurde zu einer Zeit ins Leben gerufen, als die Encyclopedia Britannica und die Brockhaus Enzyklopädie noch in den Kinderschuhen steckten. Doch was bedeutet dieses hohe Alter einer Öffentlichen Bücherei für die Zukunft? Das Fragezeichen hinter der Überschrift „Das Buch – ein Auslaufmodell“ läßt offen, in welche Richtung meine Ausführungen gehen werden. Wird jetzt ein kulturpessimistischer Abgesang auf das Medium Buch folgen oder werde ich dem Buch, und damit indirekt auch dieser Bücherei, hoffnungsfroh und auf die Schultern klopfend ein langes Leben verheißen: Gerade bei Festreden zu runden Geburtstagen eines schon im Alter fortgeschrittenen Jubilars ist es ja so, dass man vom Redner als Essenz ein „*ad multos annos*“ erwartet. Ich glaube, dass sich meine Überlegungen und Beobachtungen, die ich bei der Vorbereitung des Vortrages zusammengetragen habe, irgendwo zwischen der Verheißung einer glorreichen Zukunft und dem Abgesang auf das Medium Buch einordnen lassen. Um diesen Gedanken eine Struktur zu geben, habe ich dabei die Ausführungen zu vier Kerngedanken zusammengefasst, über die wir dann im Anschluss an den Vortrag gerne noch weiter ins Gespräch kommen können.

⁴ Ebd.

Leitsatz 1: Wir befinden uns inmitten des tiefgreifendsten Medienwandels seit der Erfindung des Buchdrucks vor mehr als 500 Jahren

Nicht nur das Verschwinden der Lexika innerhalb weniger Jahre lässt keinen Zweifel an dieser Aussage zu: Wir befinden uns inmitten des tiefgreifendsten Medienwandels seit der **Erfindung des Buchdrucks** vor mehr als 500 Jahren. Als seinerzeit die von Johannes Gutenberg in Mainz in der Mitte des 15. Jahrhunderts erstmals bei einem Bibeldruck erfolgreich eingesetzte Technik, in kurzer Zeit einen längeren Text mittels beweglicher Lettern „massenhaft“ herzustellen, rasch in ganz Europa Verbreitung fand, war damit der Grundstein gelegt für eine bislang nie dagewesene Demokratisierung der kulturellen Überlieferung und des Wissens, für einfachere Möglichkeiten, mit anderen Gelehrten über neue Erkenntnisse und Forschungen in einen wissenschaftlichen Diskurs zu treten, für eine schnellere Verbreitung von Nachrichten und für die Möglichkeit, Meinungen und Propaganda rasch unter das Volk zu bringen. Nicht ohne Grund wird daher die Erfindung des Buchdrucks in der Geschichtswissenschaft als eine der vielleicht insgesamt vier oder fünf epochalen Umwälzungen angesehen, die an der Wende vom 15. zum 16. Jahrhundert in unserem Kulturraum den Übergang vom Mittelalter in die Neuzeit markieren.

Zwar haben auch in den letzten beiden Jahrhunderten etliche mediale Innovationen wie etwa die Ausbreitung der „Massenmedien“ Zeitung, Rundfunk und Fernsehen weitreichende Auswirkungen auf unsere Gesellschaft gehabt. Deren Wirkungen und Folgen dürfen jedoch nicht mit dem durch die Computer und die Digitaltechnik ausgelösten Umbruch auf eine Stufe gestellt werden. Zu Recht spricht man bei letzterem von der **Digitale Revolution**⁵, oft auch von einer Digitalen Transformation oder sogar einer **Digitalen Disruption**, um auf den radikalen Bruch mit dem bisher Dagewesenen zu verweisen.

In rascher Geschwindigkeit vollzieht sich vor unseren Augen ein Wandel, der Veränderungen in nahezu allen Lebensbereichen bewirkt. Vielfach gilt die Mitte der 90er Jahre des letzten Jahrhunderts einsetzende Popularisierung des Internets als eine besondere Initialzündung bei diesem Kontinuitätsbruch. Das Internet versetzt „... alle mit einem anschlussfähigen Gerät Ausgestatteten in die Lage, nahezu überall auf der Welt jederzeit Informationen aller Art aus den elektronischen

⁵ Vgl. zum folgenden den Wikipediaeintrag zum Stichwort „Digitale Revolution“: https://de.wikipedia.org/wiki/Digitale_Revolution [zuletzt aufgerufen am 28.8.2018].

Netzwerken abzurufen oder eigene Impulse und Beiträge zu versenden.“ Aber auch die Ausbreitung erschwinglicher Personal Computer in den 80er Jahren des letzten Jahrhunderts und die Mutation der Mobiltelefone zu hochleistungsfähigen multifunktionalen Smartphones im letzten Jahrzehnt sind auf der technischen Seite als Meilensteine dieser Revolution zu nennen. Die Rechenkapazitäten der Mikrochips in den Computern haben sich in den letzten vierzig Jahren nahezu alle zwei Jahre verdoppelt, die Datennetze werden immer leistungsfähiger und die Kapazitäten der Datenspeicher sind immens angewachsen.

Jenseits dieser eher technischen Beschreibung der Digitalen Revolution bleibt festzuhalten, dass sich unsere **Kommunikation** bereits vielfach verändert hat: Unter elektronischen Bedingungen findet ein radikaler Wandel der Gewohnheiten statt: Der Radius dieser Kommunikation ist erheblich angewachsen. Über die sozialen Netzwerke, über Instagram, Facebook, Twitter oder Chatrooms sind wir nicht nur in ständigem Echtzeitkontakt mit der Familie, Verwandten und Freunden, sondern pflegen grenzüberschreitend oder global einen Austausch mit Gleichgesinnten in virtuellen Gemeinschaften. Unter elektronischen Bedingungen wird die zwischenmenschliche Kommunikation allerdings von eingeschränkten Wahrnehmungs- und Kontrollmöglichkeiten mitbestimmt und sie kann einen unverbindlichen, anonymen Charakter annehmen. Hassmails, Hetze und Mobbing sind weitverbreitete negative Folgen dieser enthemmten, sozial nicht mehr kontrollierten Kommunikation.

Mit dem Internetzugang auf dem Smartphone verfügt man permanent über ein gigantisches **mediales Unterhaltungs-, Informations- und Wissensangebot in der Hosentasche**. Wozu noch eine Zeitung kaufen, wenn die News sofort über die Nachrichtenportale „aufploppen“. Neben dem Verschwinden der Lexika stellt der Niedergang der analogen Zeitungskultur eine der bislang drastischsten Auswirkungen der digitalen Welt auf die althergebrachten Printmedien dar. Doch andere Sektoren der Medienindustrie hat es im letzten Jahrzehnt fast noch härter getroffen: Die Anzahl der verkauften Audio-CD-Tonträger, die 1982 erstmals auf dem Markt angeboten wurden, ist in der Bundesrepublik Deutschland seit 2001 Jahr für Jahr rückläufig: Wurden damals 133,7 Millionen CD's verkauft, so waren es 2016 nur noch 73,8 Millionen CD's, was fast eine Halbierung bedeutet.⁶ Eine ähnliche

⁶ Vgl.: https://de.wikipedia.org/wiki/Compact_Disc_Digital_Audio [zuletzt aufgerufen am 29.8.2018].

Entwicklung steht der Filmbranche mit ihren DVD- und Blue-Ray-Disc-Datenträgern bevor: Downloadmöglichkeiten und Streamingangebote wie Spotify lassen grüßen.

Im **Alltagsleben** hat sich ebenfalls bereits ein vielfacher Paradigmenwechsel vollzogen: Wer eine Reise plant, geht nicht mehr ins Reisebüro, sondern bucht sein Hotel über booking.com oder sucht ein preiswertes Quartier bei Airbnb. Letzteres Angebot führt an den touristischen Hotspots zunehmend zu einem Verdrängungswettbewerb auf dem Wohnungsmarkt. Nicht nur Buchhandlungen macht Amazon das Leben schwer: Ganze Geschäftsstraßen in vielen Innenstädten veröden und verlieren ihre Angebotsvielfalt an den boomenden Internethandel. Besonders unter Jugendlichen ist die Selbstinszenierung des eigenen Lebens über die Sozialen Medien ausgesprochen populär. Selfies werden ins Netz gestellt, um möglichst viele Likes zu erhalten oder Follower zu gewinnen. Influencer, die ihr Leben ins Netz stellen und dabei - von der Werbeindustrie längst als Multiplikatoren entdeckt – oftmals bestimmte Produkte bewerben, sind in dieser Altersgruppe inzwischen beliebter als Stars aus der Musik- und Filmbranche oder Sportler. Die mit der Digitalisierung einhergehende massenhafte Sammlung und Speicherung von Daten eröffnet ganz neue Möglichkeiten der Überwachung und des Eindringens in die Privatsphäre des Einzelnen. Das Product Placement, das ständige Bewerben von Produkten aus Webseiten, die man zuvor oder irgendwann einmal beim Surfen im Netz besucht hat, ist dabei noch eine relativ harmlose Form dieser Datentransparenz.

Lassen wir aus Zeitgründen die Bereiche Bildung und Arbeit außer Acht und werfen wir noch einen kurzen Blick auf den **gesellschaftlichen und politischen Raum**: Auch hier treten die mit der Digitalen Revolution verbundenen Umwälzungen immer deutlicher zu Tage. „*Im Internet merkt keiner, dass ich ein Hund bin*“, so lautet die Bildunterschrift eines bereits vor etlichen Jahren erschienenen Cartoons, der einen Vertreter eben dieser Spezies an einer Computertastatur zeigt. Wichtiges und Banales, Wahres, Behauptetes und Lügen stehen gleichberechtigt im Netz nebeneinander. Sensationelle Behauptungen verbreiten sich oft schneller als harte Fakten. Begriffe wie „fake news“ und „alternative Wahrheiten“ sind Kinder des Internetzeitalters. Gesellschaftliche Gruppen organisieren sich in Windeseile über die sozialen Netzwerke. Eine unbedachte Äußerung – und schon bricht ein Shitstorm über den Betreffenden herein. Politik wird trivialisiert und das Handeln der Akteure nimmt auf der Jagd nach Followern, nach permanenter Selbstbestätigung und

Eigenlob häufig populistische Züge an. Man denke nur an die zahlreichen Tweets, die heute täglich aus dem Weißen Haus kommen: eine noch vor wenigen Jahren völlig undenkbare Form der politischen Kommunikation.

Wohin die Reise hier noch gehen wird, wissen wir nicht. Fakt ist jedoch, dass sich das gedruckte Buch heute in einem völlig anderen medialen Umfeld behaupten muss, als dies noch bis vor wenigen Jahren der Fall war.

Und damit komme ich auch schon zu meinem zweiten Kerngedanken:

Leitsatz 2: Prognosen über den Ablauf des Medienwandels waren in der Vergangenheit oftmals falsch und werden es auch in Zukunft sein, und: „Totgesagte leben länger“

Als ich vor etlichen Jahren häufiger mit Studentinnen und Studenten des Bibliothekswesens über den Medienwandel diskutiert habe, habe ich zur Anregung gerne einen **Cartoon** gezeigt, auf dem ein Mann zu sehen ist, der an einer Lücke einer ansonsten geschlossenen Häuserzeile in einer Stadt sitzt und dem von einem Passanten der Frage gestellt wird: „**War hier nicht früher die Stadtbücherei?**“.

Darauf gibt dieser zur Antwort: „*Ist jetzt alles auf Diskette!*“

Heute würde manche Studierende diesen Witz vielleicht gar nicht mehr verstehen, weil sie Disketten, dieses fehleranfällige Speichermedium mit nur marginalen Kapazitäten, nur noch vom Hörensagen kennen, es andererseits aber die Stadtbücherei immer noch gibt. Würde ich allerdings die Antwort auf die Frage in „**Ist jetzt alles in der Cloud!**“ abändern, so könnte ich den Cartoon immer noch und auch heute Abend bei meinem Vortrag verwenden. Auch Sie würden dann über die Möglichkeit nachdenken, dass es vielleicht bald keine Öffentlichen Bibliotheken mehr gibt, weil alle Daten in digitaler Form im Netz vorliegen.

Dieses Beispiel zeigt sehr anschaulich, dass **Prognosen über den fortschreitenden Medienwandel in der Vergangenheit oftmals falsch** waren, weil man sich inmitten eines rasch fortschreitenden Änderungsprozesses zu einem bestimmten Zeitpunkt nur sehr schlecht vorstellen kann, wie die digitale Zukunft aussehen wird. Und so ich wage zu behaupten, dass das heute nicht anders ist und z.B. Vorhersagen über die künftige Rolle und Bedeutung künstlicher Intelligenz in Arbeitsprozessen und in unserem Privatleben oder die Aussage, dass das autonome

Fahren bald zu einer weit verbreiteten Realität werden wird, sich irgendwann in der Rückschau als eine Utopie erweisen wird, die sich so nie hat verwirklichen lassen.

Apropos Science-Fiction: Es lohnt sich manchmal alte Science-Fiction-Filme anzuschauen, um zu ergründen, welche Vorstellungen die Filmemacher zu ihrer Zeit von der in der Zukunft eingesetzten digitalen Technik hatten. Ein schönes und zum Schmunzeln anregendes Beispiel ist für mich immer wieder der Bordcomputer im **Raumschiff Orion**, das im Mittelpunkt der Ende 1966 erstmals im Ersten Deutschen Fernsehen ausgestrahlten siebenteiligen Serie *Raumpatrouille*⁷ stand. Die Älteren von Ihnen werden sich vielleicht auch an diese Kultserie erinnern: Mühsam musste in diesem „Märchen von übermorgen“ der mannshohe Bordcomputer ohne Bildschirm mittels einer einfachen, wohl nur wenige Optionen bietenden Tastatur gefüttert werden. Als Antwort spuckte der Rechner dann nach einigen Sekunden Rechenzeit einen schmalen codierten Lochstreifen aus!

Und oftmals wird eine später bahnbrechende, weltverändernde Innovation zum Zeitpunkt ihrer Entstehung oder Entdeckung überhaupt nicht als solche erkannt oder wahrgenommen: Im Rückblick wissen wir, dass der heute globale IT-Konzern Apple 1976 von **Steve Jobs** und zwei Freunden in Kalifornien gegründet wurde. Die Bedeutung ihres Vorhabens wird den drei jungen Studenten damals aber gar nicht bewusst gewesen sein, als sie in elterlichen Garage ihre ersten Computer, den Apple I, der für 666 Dollar angeboten wurde, zusammenschraubten, und mit einem selbst gebastelten Holzgehäuse versahen.⁸ Und sie haben auf dieses Werk sicherlich auch nicht mit einem Glas Champagner angestoßen!

Insofern sind alle **Aussagen über die künftige Rolle und Bedeutung des gedruckten Buches** – und damit verbunden auch herkömmlicher, konventioneller Bibliotheken – ebenfalls mit einem großen Fragezeichen zu versehen. Dies gilt selbstredend auch für das in diesem Vortrag Gesagte.

Blicken wir jedoch zunächst noch einmal kurz zurück, dann bleibt festzuhalten, dass das gedruckte **Buch** bislang **seinen Platz** innerhalb der vielfältigen medialen Angebote und des digitalen Wandels **recht gut behauptet** hat. Schon 1962, also zu einem Zeitpunkt, als die Computer noch in den Kinderschuhen steckten, beschäftigte

⁷ Vgl.:

https://de.wikipedia.org/wiki/Raumpatrouille_%E2%80%93_Die_phantastischen_Abenteuer_des_Raumschiffes_Orion [zuletzt aufgerufen am 29.8.2018].

⁸ Vgl.: https://de.wikipedia.org/wiki/Steve_Jobs [zuletzt aufgerufen am 29.8.2018].

sich der kanadische Philosoph und Medientheoretiker Marshall McLuhan in seinem Buch *Die Gutenberg Galaxis – Das Ende des Buchzeitalters*⁹ mit der Frage, „in welcher Weise elektronische Medien die kognitive Organisation und in Folge die soziale Organisation beeinflussen“ und eine auf der Schriftkultur basierende Gesellschaft verändern wird.¹⁰

In der Folgezeit wurde immer wieder einmal das rasche Ende der Buchkultur vorhergesagt, wenn sich ein neues Medium oder ein neuer Datenträger zu etablieren begann. Ich erinnere mich noch gut daran, dass mit dem Aufkommen der **CD-ROM** Ende der 80er / Anfang der 90er Jahre die Erwartung verbunden war, das Sachbuch und die gedruckten Nachschlagewerke haben sich bald überlebt. Ende 1992 sprach z.B. der Autor eines längeren Artikels in der Wochenzeitung *Die Zeit* die Erwartung aus, dass Literaturlexika bald nur noch auf der CD-ROM erscheinen werden, die gerade einen Boom erlebt. Ein CD-ROM-Laufwerk, das an einen PC angeschlossen werden könne, sei ja bereits für 400 bis 1.500,- DM, also ca. 200 – 750 €, zu haben, und: „Das gedruckte, gebundene Nachschlagewerk wird heutigen Ansprüchen nicht mehr gerecht.“¹¹

Vor einigen Jahren waren es die für den privaten Bereich angebotenen **E-Book-Reader**, die dem gedruckten Buch das Totenglöckchen läuten sollten. Tatsächlich haben wir es hier momentan jedoch mit einem **stagnierenden**, wenn nicht sogar leicht rückläufigen **Markt** zu tun: Laut Börsenverein des Deutschen Buchhandels ist nämlich der Umsatz von E-Books am Publikumsmarkt in Deutschland 2017 um 1,4% gegenüber dem Vorjahr geschrumpft. 2016 hatte es gegenüber 2015 noch ein leichtes Plus von 2,6% gegeben. Die Zahl der Käufer sank sogar um 7,7% von 3,8 Millionen 2016 auf 3,5 Millionen im letzten Jahr. Da die Käufer allerdings mehr und billigere E-Books erwarben, stieg gleichzeitig die Zahl der abgesetzten Exemplare um eine Million auf 29,1 Millionen an. Im Publikumsmarkt liegt der E-Book-Anteil gegenwärtig bei 4,6%, wobei 4 von 5 der an die private Leserin oder den privaten Leser verkauften elektronischen Exemplare der Belletristiksparte zugeordnet werden

⁹ Im Original: Marshall McLuhan: *The Gutenberg Galaxy. The making of typographic man.* Toronto: University of Toronto Press 1962.

¹⁰ Vgl.: https://de.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan [zuletzt aufgerufen am 29.8.2018].

¹¹ Michael Bauer: Ein Kampf um CD-ROM. Literatur scheinchenweise. Revolution der Lesekultur: Werden wir in Zukunft Bücher am Bildschirm lesen? In: *Die Zeit*, Ausgabe 50/1992 vom 4.12.1992. Internet: <https://www.zeit.de/1992/50/ein-kampf-um-cd-rom/komplettansicht> [zuletzt aufgerufen am 30.8.2018]

können. Oder anders ausgedrückt: Das gedruckte Buch hat im Publikumsbereich in Deutschland immer noch einen Marktanteil von über 95%!“ Angesichts dieser doch für die elektronischen Bücher ernüchternden Zahlen zog der Vorsteher des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, Heinrich Riethmüller, das Fazit: „[...] Der Wettbewerb um Zeit und Aufmerksamkeit der Menschen [macht] auch vor dieser Editionsform nicht Halt. [...] Die Branche analysiert derzeit intensiv, aus welchen Gründen und Motiven Käufer abwandern. Ziel ist es, Käufer für das gedruckte wie digitale Buch zu begeistern und zurückzugewinnen.“¹²

Aber, so werden Sie vielleicht einwenden, diese Zahlen gelten nur für den Publikumsmarkt, also neben der Belletristik für die Kinder- und Jugendbücher und für die Sachbücher. Haben nicht im **Wissenschaftsbetrieb**, mithin bei der **Fachliteratur**, elektronische Publikationsformen den Printmedien längst den Rang abgelaufen? Sicherlich haben diese hier inzwischen eine höhere Bedeutung gewonnen, doch eine Antwort auf diese Frage muss aufs Ganze betrachtet differenziert ausfallen: So geht etwa aus dem Jahresbericht der Universitäts- und Landesbibliothek Bonn für das Jahr 2017¹³ hervor, dass diese wissenschaftliche Universalbibliothek einer großen deutschen Hochschule mittlerweile 71% ihrer Erwerbungsmittel für digitale Medien und nur noch 29% für analoge Medien aufwendet. Ein Jahrzehnt zuvor (2008) wurden hingegen noch fast 70% der Mittel für Bücher und andere Printmedien ausgegeben und lediglich gut 30% für digitale Medien. In absoluten Zahlen ausgedrückt bedeutet dies, dass der Etat dieser Bibliothek für den Ankauf von Büchern und anderen Druckwerken zwischen 2008 und 2017 von 2,4 Mio. € auf 1,1 Mio € zurückgegangen ist, sich also halbiert hat, während er für die digitalen Medien im gleichen Zeitraum von etwa 1,2 Mio. € auf 2,8 Mio. € anwuchs. Hinter diesen Ausgaben stecken natürlich nicht nur Kosten für E-Book-Lizenzen, sondern vor allem auch für elektronische Zeitschriften und für Zugänge zu Fachdatenbanken. Die Erzbischöfliche Diözesan- und Dombibliothek Köln, in der ich beschäftigt bin, gab hingegen 2017 rund 95% ihrer, gegenüber der ULB Bonn um den Faktor 10 geringeren Erwerbungsmittel für Printmedien aus und

¹² Zahl der Käufer sinkt. E-Book-Markt 2017. Börsenblatt [für den Deutschen Buchhandel] vom 22. Februar 2018. Internet: https://www.boersenblatt.net/artikel-e-book-markt_2017.1434008.html [zuletzt aufgerufen am 30.8.2018].

¹³ Vgl.: <https://www.ulb.uni-bonn.de/de/die-ulb/publikationen-veranstaltungen/jahresberichte/bericht-ueber-das-jahr-2017> [zuletzt aufgerufen am 30.8.2018]. – Hier S. 3, [Graphik] Entwicklung der Ausgaben für den Literaturerwerb.

vielleicht etwa 5% für elektronische Medien in Form von zusätzlichen Zugriffen auf die Online-Version von Fachzeitschriften, die nach wie vor auch als gedruckte Exemplare vorgehalten werden. Bei dieser unterschiedlichen Bedeutung der digitalen Medien in den beiden Bibliotheken ist nicht einfach von einer Rückständigkeit der Kölner Diözesanbibliothek gegenüber der Bonner Universitätsbibliothek auszugehen, auch wenn die Diözesanbibliothek sicher noch einen gewissen Nachholbedarf hinsichtlich der Erwerbung digitaler Medien hat. Es spiegelt sich hier auch wieder, dass im Wissenschaftsbetrieb momentan vor allem die Medizin, die Naturwissenschaften und die Technik, wo Zugriffe auf stets topaktuelle und neueste Forschungsergebnisse und Informationen im Vordergrund stehen, Vorreiter der Nutzung elektronischer Medien sind. In den Geisteswissenschaften und natürlich auch in der Theologie, wo der wissenschaftliche Diskurs, das Abwägen von Argumenten und Gegenargumenten auf den Schultern der Erkenntnisse früherer Gelehrter, im Mittelpunkt steht, spielt dagegen das gedruckte Fachbuch nach wie vor eine viel größere Rolle. Selbst die ULB Bonn stellt in ihrem Jahresbericht 2017 fest, dass sie, die sich im Bereich der Literaturversorgung als „Moderatorin der Digitalisierung“ versteht, „in ihrem Erwerbungs Handeln die weiterhin hohe Nachfrage der Geisteswissenschaften nach gedruckter wissenschaftlicher Literatur zu berücksichtigen hat.“¹⁴

Angesichts derartiger Beobachtungen trifft auf die Rolle und Bedeutung des gedruckten Buches im derzeitigen Medienwandel ziemlich gut das altbekannte Sprichwort „**Totgesagte leben länger**“ zu. So möchte ich nach diesem Rückblick nun meinen dritten Kerngedanken, verbunden mit einer Prognose für die Zukunft des Buch, formulieren:

Leitsatz 3: Auch wenn die Bedeutung der Printmedien insgesamt sinkt - es wird für einen längeren Zeitraum noch ein Nebeneinander von Printmedien und digitalen Medien geben

Im bisherigen Verlauf des Vortrags wurden mit dem Ende der großen Universallexika, mit dem Niedergang der Zeitungskultur und mit der zunehmenden Verdrängung des gedruckten Buches in einigen Wissenschaftsfächern bereits drei

¹⁴ Ebd.

Beispiele dafür, dass die Bedeutung der Printmedien insgesamt sinkt, angesprochen. Schauen wir uns jetzt auf dem **Buchmarkt**¹⁵ als Ganzem um, so gibt es hier ebenfalls einige Indizien für eine Stagnation bzw. für einen Rückgang, der allerdings bislang eher nur gering ist und nicht auf ein rasches „Aus“ für das herkömmliche Buch hindeutet. Wiederum kann ich Ihnen hierzu allerdings keine Zahlen aus Belgien sondern nur aus dem benachbarten **Deutschland** bieten: Nach wie vor gibt es dort jedes Jahr ein riesiges Angebot an Neuerscheinungen; 2017 waren dies ziemlich exakt 72.500 Titel. Im Zehnjahresvergleich ist diese Titelproduktion aber durchaus rückläufig, denn 2007 wurden noch rund 88.000 Neuerscheinungen registriert.¹⁶ 2017 wurden auf dem deutschen Buchmarkt insgesamt 9,13 Milliarden € umgesetzt. Im Langzeitvergleich war das fast so viel wie 2002, als der Umsatz bei 9,22 Milliarden € lag, so dass die Branche von langfristig stabilen Umsatzzahlen spricht. Allerdings darf man nicht die Teuerungsrate außer Acht lassen und muss wissen, dass im bislang besten Jahr, 2010, auf dem deutschen Buchmarkt auch schon einmal Bücher im Wert von einer halben Milliarde Euro mehr verkauft wurden.¹⁷ Nach Warengruppen verkauft sich mit über 30% Marktanteil die Belletristik weiterhin am erfolgreichsten. Kinder- und Jugendbücher und Ratgeber kommen zusammen auf weitere 30% der Umsätze auf den deutschen Buchmarkt.¹⁸ 44% der Privatpersonen, die älter als 10 Jahre sind, hatten 2017 mindestens einmal ein Buch gekauft. Das waren in absoluten Zahlen fast 30 Millionen Buchkäuferinnen und -käufer. Vor einigen Jahren lag der Anteil der jährlichen Buchkäufer allerdings noch bei 50% oder sogar leicht darüber.¹⁹

Die **Stagnation auf sehr hohem Niveau bzw. Tendenzen eines leichten Rückgangs im letzten Jahrzehnt** sind also für den Buchmarkt in Deutschland nicht zu übersehen. Nach Meinung der Branche führen vor allem folgende vier Faktoren zu einem schleichenden Rückgang des Bücherlesens:

¹⁵ Börsenverein für den Deutschen Buchhandel (Hrsg.): Buchkäufer: Entwicklung und Chancen – Der Buchmarkt in Deutschland 2017. Wirtschafts-Presskonferenz, Frankfurt am Mai, 7. Juni 2018. 33. Bl. Internet: http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/1117/Wirtschaftspressekonferenz_2018.pdf [zuletzt aufgerufen am 30.8.2018].

¹⁶ Ebd., Blatt 9.

¹⁷ Ebd., Blatt 3

¹⁸ Ebd., Blatt 8

¹⁹ Ebd., Blatt 4.

- Die Zeitknappheit durch ein wachsendes Angebot an Freizeitaktivitäten; auch die sozialen Medien erfordern ein hohes Zeitbudget
- Aufmerksamkeitsdefizite durch eine Fülle von Informationen und Inhalten auf zahlreichen medialen Kanälen
- Schwierigkeiten, sich länger auf eine Sache zu konzentrieren (Stichworte: Multitasking und Zapping)
- Das Gefühl, sich von manchen digitalen Angeboten nicht lösen zu können (Stichworte: Computerspiele, aber auch permanente Präsenz in den sozialen Netzwerken)²⁰

Und dennoch: Ein baldiges Ende der Buchkultur ist angesichts dieser Befunde momentan nicht zu erwarten. Vielmehr ist davon auszugehen, dass es auch auf längere Sicht weiterhin ein **Nebeneinander von gedruckten Büchern und digitalen Medienangeboten** geben wird. In der Medientheorie geht man allgemein davon aus, dass jedes Medium seine spezifischen Eigenschaften hat, oder wie Marshall McLuhan es formulierte: *The medium is the message*. Zwei unterschiedliche Medien können solange in **Koexistenz** nebeneinander bestehen, wie für die Nutzerinnen und Nutzer jedes der beiden Medien gegenüber dem anderen Vorteile hat. Erst wenn diese Vorteile nicht mehr wahrgenommen werden oder ganz verschwunden sind, kommt es zu einer völligen **Substitution** oder Verdrängung des einen Mediums durch das „überlegenere“ andere Medium. Nehmen Sie als Beispiele aus der jüngeren Vergangenheit für eine solche Verdrängung das Verschwinden der Tonbänder, der Tonkassetten und der Disketten.

Vergewissern wir uns also an dieser Stelle, worin die aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer die **Stärken des Buches** gegenüber anderen Medien liegen: Gemäß der Buchmarktforschung verbinden Leserinnen und –leser, die in der Freizeit zum Buch greifen, damit positive Erlebnisse wie Entspannung und Eskapismus, also die Flucht vor dem Alltag und seinen Problemen, das Eintauchen in andere Welten, die Chance, den eigenen Horizont zu erweitern und das Gefühl des ganz auf sich selbst Bezogen seins.²¹ Solche stark emotional geprägten Erfahrungen lassen sich grundsätzlich auch mit einem E-Book-Reader machen, werden aber sicherlich von dem einzelnen stärker wahrgenommen, wenn damit zugleich die Haptik eines

²⁰ Vgl. ebd. Blatt 25.

²¹ Vgl. ebd., Blatt 33.

neuwertigen und fest gebundenen, typografisch ansprechend gestalteten Druckwerkes verbunden ist. Ein solches Buch in der Hand weckt Erwartungen und vermittelt per se ein gutes Gefühl. Im heimischen Regal aufgestellt, ermöglicht die Kollektion zugleich den jederzeitigen Zugriff auf das, was dem Einzelnen wertvoll und wichtig ist. Eine größere private Büchersammlung ist in ihrer Gesamtheit stets auch ein Spiegelbild der Persönlichkeit des Sammlers. (Klammerbemerkung: Ich weiß nicht, ob man dies eines Tages auch von der Summe der auf einem privaten Laptop angesammelten Dateien sagen wird.). Das gedruckte Buch ist, sofern man für seine Herstellung säurefreies Papier verwendet wurde, ein sehr beständiges Medium. Es begleitet seine Besitzerin oder seinen Besitzer ein Leben lang. Ein unschätzbare Vorteil gegenüber digitalen Datensammlungen, deren Lesbarkeit angesichts mangelnder Langzeitarchivierung, rasch wechselnder Datenformate und schleichender Datenverluste bereits nach wenigen Jahren eingeschränkt ist und nur unter Mühen wiederhergestellt werden kann. Als Beispiel für diese Kurzlebigkeit digitaler Daten möchte ich nur kurz erwähnen, dass in der Kölner Diözesan- und Dombibliothek derzeit in einem zeit- und kostenaufwändigen Projekt die digitalen Bilddateien und die dazu gehörenden Metadaten zu den mittelalterlichen Handschriften, die um die Jahrtausendwende entstanden sind, also nicht einmal 20 Jahre alt sind, in eine „moderne“ Softwareumgebung migriert werden. Schließlich sind gedruckte Bücher nach wie vor ein sehr beliebter Geschenkartikel. Nicht ohne Grund erzielt der Buchhandel seine stärksten Umsätze im Laufe eines Jahres im Weihnachtsgeschäft. Ich bezweifle sehr, dass man sich bald zu Weihnachten anstelle von Büchern Zugriffe auf digitale Dateien schenkt.

Diese Beobachtungen sollen als Nennung der Stärken des Mediums Buch gegenüber anderen Medien genügen; sicherlich ließe sich bei weiterem Nachdenken noch das eine oder andere weitere Argumente anfügen. Die Stärken sorgen gegenwärtig und auch für eine überschaubare Zukunft dafür, dass das Buch keineswegs ein Auslaufmodell ist, sondern sich weiterhin in einer rasch verändernden Medienwelt behaupten wird. Ob diese **Koexistenz zwischen Buch und digitalen Medien** allerdings auch noch in 50 oder 100 Jahren der Fall sein wird, vermag ich nicht zu prognostizieren. Es kann so sein, es ist aber genauso gut möglich, dass eines fernen Tages die digitalen Medien gedruckte Bücher ganz ersetzen. Werfen wir hier einen Blick in die Mediengeschichte, so stellen wir z.B. fest, dass auch nach der Erfindung des Buchdrucks Mitte des 15. Jahrhunderts über

Jahrzehnte hinweg weiterhin viele Texte per Hand abgeschrieben worden sind, ehe diese ältere Form der Textvervielfältigung nach dem ersten Drittel des 16. Jahrhunderts völlig verschwindet.

Und damit komme ich zu meinem abschließenden, vierten Kernsatz:

Leitsatz 4: Ob das Buch langfristig überlebt, hängt ganz entscheidend von dem Mediennutzungsverhalten und -nutzungsgewohnheiten künftiger Generationen von Leserinnen und Lesern ab.

Mit **rechtlichen oder politischen Vorgaben** allein wird sich das „Kulturgut“ Buch nicht schützen lassen: Weder die Buchpreisbindung, die gerne als Argument für ein vielfältiges Buchangebot genannt wird, noch das geltende Urheberrecht, das der Verbreitung digitaler Kopien von aktuellen Werken enge Grenzen setzt, wird auf Dauer zur Bewahrung des gedruckten Buches etwas Substantielles beitragen. Der deutsche Schriftsteller Florian Illies, künftiger Chef des Rowohlt-Verlages, hat diese Erkenntnis kürzlich in einem Interview im Wochenmagazin „Der Spiegel“ so ausgedrückt: „Man muss das Buch nicht schützen, es ist vital und geheimnisvoll und unzerstörbar. Aber es muss seinen Platz behaupten, muss es schaffen, attraktiver zu sein als der Blick zum Handy, als Gegengift sozusagen.“²²

Letztlich entscheiden vor allem die **Nutzerinnen und Nutzer** mit ihren **Medienpräferenzen** darüber, welche Medien sich auf dem Markt behaupten können und welche mehr und mehr in eine Nische abgedrängt werden oder ganz verschwinden. Um noch ein letztes Mal auf das eingangs herangezogene Beispiel der Universallexika zurückzukommen: Diese stellten nicht *aufgrund der bloßen Existenz von Wikipedia* ihr Erscheinen ein, sondern weil sie *wegen Wikipedia quasi unverkäuflich* geworden waren. Was können wir also tun, damit nicht ein Szenario Wirklichkeit wird, wie es die Werbemacher des schwedischen Möbelhauses IKEA uns in ihrem neusten Jahreskatalog aufzeigen, der sich an ein junges Publikum richtet: Dort werden nämlich kaum noch Bücherregale als Wohnaccessoires abgebildet. Stattdessen wohnt man in einer Welt ohne Bücher, Jugendliche machen

²² Vgl.: <http://www.spiegel.de/plus/kuenftiger-rowohlt-chef-florian-illies-das-buch-ist-unzerstoerbar-a-00000000-0002-0001-0000-000159189666> [zuletzt aufgerufen am 14.9.2018].

es sich mit ihrem Handy auf Sitzmöbeln bequem und das einzige Fotomodel mit Buch-Zuwendung wird von der Lektüre erschlagen auf einem Sofa inszeniert.²³

Wenn uns als Bücherliebhaber oder Bibliothekarinnen und Bibliothekaren das gedruckte Buch am Herzen liegt, dann müssen wir uns immer wieder in unserem Umfeld für dieses Medium einsetzen. Das gilt natürlich einmal gegenüber erwachsenen „Noch-“ oder „Nicht-Mehr“-Leserinnen und Lesern, in dem wir Bücher zum Beispiel zum Gespräch machen und von dem Gelesenen erzählen. In Öffentlichen Büchereien sind da beispielsweise Autorenlesungen, Buchvorstellungen oder Literaturgesprächskreise ein probates Mittel für diese – und ich benutze hier bewusst ein altertümliches Wort – **Literaturpropaganda**.

In einem noch stärkeren Maße sollten wir dabei aber unser Augenmerk auf die nachwachsende **Generation der Kleinkinder und Kinder** richten, die heute in einer ganz anderen Medioumwelt aufwachsen, als wir Ältere. Für uns gibt es in Bezug auf viele Medien ein „vor“ und ein „seit“, je nach dem in welches Jahrzehnt unsere Kindheit fiel, eine Zeit vor dem Fernsehen zu Hause, eine Zeit vor dem PC, eine Zeit vor dem Internet oder eine Zeit vor dem Smartphone. Für Kinder, die heute geboren werden, sind diese Medien alle von Anfang da und gleichzeitig hoch verfügbar, weil wir praktisch von einer Vollversorgung mit den genannten Medien in Haushalten mit Kindern unter 14 Jahren ausgehen können.²⁴ Und ich darf behaupten, dass schon Einjährige es sehr bewusst wahrnehmen, wenn für die Mutter oder den Vater bei der Spazierfahrt mit dem Kinderwagen das Smartphone wichtiger ist als die personale Zuwendung zum Kind.

Für alle, die sich für das Buch stark machen, gilt es also in besonderer Weise sich für **Leseförderung für Kinder** einzusetzen, sei es im eigenen persönlichen Umfeld für die Enkelkinder, bzw. – wenn sie noch jünger sind – für die eigenen Kinder oder aber im Kontext von Kindergarten, Schule oder Öffentlicher Bücherei. Und diese Leseförderung im Kontext einer allgemeinen Literacy-Erziehung, also der Vermittlung von Sprach-, Lese- und Schreibkompetenz kann nicht früh genug anfangen, sie

²³ Vgl.: <https://www.buchreport.de/2018/08/29/verdraengung-im-buecherregal/> [zuletzt aufgerufen am 14.9.2018].

²⁴ Vgl.: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (Hrsg.): KIM-Studie 2016. Kindheit, Medien, Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6 bis 13jähriger. Stuttgart 2017. 86 S. – Hier S. 8. - Internet: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2016/KIM_2016_Web-PDF.pdf [zuletzt aufgerufen am 3.9.2018].

muss also bereits im Säuglingsalter beginnen. Jede neue Generation muss so den Wert des Lesens und des Buches immer wieder neu für sich selbst erfahren.

Das Vertrautmachen mit dem Medium Buch kann bereits durch das gemeinsame Betrachten von ganz einfachen kleinförmigen, dickseitigen Pappbilderbüchern im Babyalter erfolgen und sich dann kontinuierlich über andere, altersadäquate Formen von Bilderbüchern (Elementarbilderbücher, Wimmelbücher, **Bilderbuchgeschichten**) fortsetzen. Überhaupt kann man die Bedeutung des gemeinsamen Anschauens von Bilderbüchern und das Vorlesen kleiner Geschichten aus diesen Büchern oder aus anderen Textsammlungen nicht hoch genug für die frühkindliche Förderung und dabei insbesondere für den Erwerb einer hohen Sprach- und Lesekompetenz einschätzen. Die Geschichten fördern die Fantasie, die Bilder regen zum Verweilen und wiederholten Betrachten an und es gibt immer wieder etwas Neues und Interessantes zu entdecken und darüber mit der Vorleserin oder dem Vorleser zu besprechen. Die **Vorlesesituation** ist von Konzentration, Zuwendung und großer emotionaler Nähe geprägt, alles Faktoren, die die Aufnahmebereitschaft des Kindes erhöhen und ein günstiges Lernklima schaffen. Wer auf diese Weise mit Bilderbüchern groß geworden ist, wird auch leicht die nicht einfache Hürde des Lesen Lernens überspringen und als Erstleserin oder Erstleser die Welt der Geschichten in Büchern für sich entdecken. In dieser Altersphase, wo die Lesekompetenz durch Übung noch entscheidend verbessert werden muss, ist es dabei nicht so wichtig, was ein Kind liest, sondern dass es liest. Und wenn es gut läuft, dann wird die vormals kindliche Leserin oder der kindliche Leser auch als späterer Erwachsener wieder gerne zum Buch greifen, auch wenn vielleicht zwischendurch beim Eintritt in die Pubertät ein Rückgang der Lesebegeisterung festzustellen gewesen ist; ein Phänomen, das in der Mediennutzungsforschung als sogenannter „Leseleck“ gut bekannt ist...

Diesem Plädoyer für die Lesefrüherziehung möchte ich abschließend noch **einige Ergebnisse der Leseforschung** in Deutschland aus den KIM-Studien, einer Langzeituntersuchung zum Mediennutzungsverhalten von 6-13jährigen Kindern gegenüberstellen, die auch zeigen, wo Handlungsbedarf besteht:

- Von der Bedeutung her ist Lesen für Kinder heute eine nachrangige mediale Beschäftigung. Bis etwa 11 Jahre ist das Fernsehen quantitativ und qualitativ

das wichtigste Medium, wird aber inzwischen bereits bei den 12-13jährigen vom Smartphone und Internet verdrängt.²⁵

- Etwa die Hälfte der Kinder im lesefähigen Alter liest mindestens einmal die Woche in der Freizeit ein Buch, die andere Hälfte liest seltener oder greift überhaupt nicht freiwillig zu einem Buch.²⁶
- Dieser Wert hat sich im letzten Jahrzehnt trotz einer deutlichen Zunahme der digitalen Medienangebote nicht wesentlich verändert. In etwa gleich geblieben ist auch die tägliche Dauer des Lesens in der Freizeit unter Kindern. Sie liegt gemittelt auf alle Kinder bei 20 bis 25 Minuten pro Tag und damit z.B. deutlich unter der täglichen Nutzung des Fernsehens und, besonders bei älteren Kindern auch erheblich unter den Werten, die Handy-, Internetnutzung und Computerspiele erreichen.²⁷
- Unter den Kindern, die gerne lesen, dominieren die Mädchen.²⁸ Und ob ein Kind gerne liest, hängt auch stark davon, inwieweit die Eltern Lesevorbilder sind und die Kinder in einer buchfreundlichen Umgebung, einem „Haus voller Bücher“ heranwachsen.²⁹

Ist das Glas also halb voll oder halb leer? Die gute Nachricht dieser Untersuchungen, also das volle Glas, ist, dass viele Kinder auch heute in der Freizeit zu einem Buch greifen, auch wenn andere Medien vielleicht eine größere Rolle spielen. Die schlechte Nachricht, also das leere Glas, ist, dass insbesondere Jungen aus lesefernen Elternhäusern kaum einmal freiwillig zu einem Buch greifen und einer besonderen Förderung bedürfen.

²⁵ Vgl. Kim-Studie 2016 (wie Anm. 22), S. 82.

²⁶ Kim-Studie 2016 (wie Anm. 22), S. 21.

²⁷ Kim-Studie 2016 (wie Anm. 22), S. 72.

²⁸ Mindestens einmal pro Woche wird gelesen: Mädchen 59%, Jungen 39%; Kim-Studie 2016 (wie Anm. 22), S. 21.

²⁹ Nur 6% aller befragten Kinder gaben an, dass sie am wenigsten auf das Medium Buch verzichten können. Betrachtet man nur die Kinder, deren Eltern das Buch am wichtigsten ist, so verdoppelt sich dieser Wert auf 12%. - Vgl.: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (Hrsg.): KIM-Studie 2014. Kinder und Medien, Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6 bis 13jähriger. Stuttgart 2015. 77 S. – Hier S. 62ff. - Internet: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2014/KIM_Studie_2014.pdf [zuletzt aufgerufen am 3.9.2018].

Meine Damen und Herren,

ist das gedruckte Buch also ein Auslaufmodell? Wie Sie anhand meiner Ausführungen hören konnten, sind angesichts des rasch fortschreitenden Medienwandels die Zeiten für das gedruckte Buch deutlich rauer geworden. Aber am Abgrund steht das gedruckte Buch noch nicht. Auch wir können dabei manches zum Erhalt des Buches und der damit verbundenen Buchkultur beitragen.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und stehe nun für Fragen und auch für eine Aussprache gerne Verfügung.

Prof. Dr. Siegfried Schmidt

Kontakt:

Erzbischöfliche Diözesan- und Dombibliothek Köln

www.dombibliothek-koeln.de

siegfried.schmidt@erzbistum-koeln.de