

Nicht *nur* eine Messe!

Die Frankfurter Buchmesse bietet Studierenden Wege und Möglichkeiten zur beruflichen Orientierung. Ein Leitfaden.

Mit mehr als 6.000 Ausstellern aus über 100 Ländern ist die Frankfurter Buchmesse der größte und wichtigste Treffpunkt in der Buchbranche.

Auf der 163.883 m² großen Ausstellungsfläche kommen viele internationale Vertreter zusammen: Autoren und ihre Agenten, Übersetzer, Illustratoren, Bibliothekare, Dokumentare, Branchendienstleister und nicht zu vergessen die Verlagsmitarbeiter. Die Aussteller lassen sich thematisch folgenden Sachgruppen zuordnen: Film und Fernsehen, Literatur und Sachbuch, Literatur und Kunstbuch, Kinder- und Jugendbuch, Comic, Religion/Spiritualität, Touristik, Bildkunst, Wissenschaft und Technik.

Stärkste Ausstellernation ist Deutschland mit 2809 Firmen, gefolgt von Großbritannien mit 868 und den USA mit 717. Generell kann festgestellt werden, dass sich immer mehr englischsprachige Aussteller vor Ort befinden. Das Rahmenprogramm der Buchmesse umfasst ca. 3000 Veranstaltungen in Frankfurt und Umgebung - von Autorenlesungen, Preisverleihungen und Signierstunden über Pressekonferenzen und Fachseminare bis hin zu Diskussionen und Vorträgen. Erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang auch das Literaturfestival "Leseland Hessen", das 2003 startete, mit 400 Veranstaltungen und rund 200 Autoren in 21 Städten des Landes.

Zur Durchführung der verschiedenen Veranstaltungen wurden spezielle Foren und Zentren auf der Buchmesse eingerichtet: Forum Kinder- und Jugendbuch, SPIEGEL Bildungsforum, Forum Film und TV, Forum Belletristik, FOCUS Forum Hörbuch, Forum Innovation (Integration der neuen Medien), Forum Dialog, Comic-Zentrum, Internationales Zentrum, Lesezelt, Ehrengast-Präsen-

tion (Ehrengast 2004: "Arabische Welt"). Zudem gibt es folgende Fachzentren, die die Vielfalt der Fachbesucherinteressen und damit auch die internationale Bedeutung der Buchmesse unterstreichen: Literary Agents & Scouts Centre (Lit AG), Übersetzer-Zentrum, Sortiment-Zentrum, Forum Management, Internationales Bibliotheks-Zentrum (ICC), Zentrum für Illustration und Fotografie, Internationales Agentenzentrum für Adaption und Drehbuch.

Die Aussteller gehören verschiedenen Branchen an und die Verlage nehmen bei dieser Zuordnung mit 67,3 % den größten Raum ein. Doch nicht mehr allein die Bücher stehen im Vordergrund, es werden vermehrt Multimediale Produkte präsentiert. Zudem ist die Buchmesse eine Handels- und Arbeitsmesse, d.h. man informiert sich nicht ausschließlich über Neuerscheinungen und aktuelle Trends, sondern schließt an den Ständen Verträge ab, treibt Verhandlungen voran und pflegt Kontakte. Natürlich bezieht sich dieser Aspekt der Messe hauptsächlich auf die Aussteller und Fachbesucher. Doch wie sind bei dieser Vielfalt die wissenschaftlichen Verlage, insbesondere die literatur- und sprachwissenschaftlichen Verlage vertreten und welche Intentionen sind für sie ausschlaggebend, sich auf der Frankfurter Buchmesse zu präsentieren?

Statistisch gesehen sind von den über 6000 Ausstellungen ca. 870 im literaturwissenschaftlichen und ungefähr ebenso viele im sprachwissenschaftlichen Bereich angesiedelt. In der Abteilung Belletristik finden sich etwa 2000 Ausstellungen. Zu beachten ist, dass bei allen Kategorien Mehrfachnennungen möglich, d.h. dass natürlich bei vielen Verlagen Belletristik und Sachbuch gleichermaßen vertreten sind. Dennoch ist festzustellen, dass die wissenschaftlichen Verlage gegenüber den

Publikumsverlagen weniger repräsentiert sind und von den Privatbesuchern weniger wahrgenommen werden. Aus diesem Grunde ist die bevorzugte Zielgruppe auf der Messe für wissenschaftliche Verlage die der Fachbesucher, insbesondere Buchhändler und Verleger. Die Buchmesse ist für diese Verlage eine reine Arbeitsmesse, auf der Rechte- und Lizenzhandel, Messerabatte und vor allem das Knüpfen neuer Kontakte im Vordergrund stehen. Daneben ist natürlich auch die Imagepflege von Bedeutung, auch gegenüber den eigenen Autoren, die schließlich mit der Erwartung auf die Messe kommen, ihren Verlag (und damit auch ihre eigenen Bücher) dort anzutreffen. Teilweise wird auch Autorenakquise betrieben.

Für viele kleine Verlage ist die Buchmesse oft auch die einzige Möglichkeit, sich und ihre Neuerscheinungen einer breiteren Öffentlichkeit zu präsentieren, zumal gerade wissenschaftliche Verlage immer weniger in Buchhandlungen vertreten sind. Auch Germanistikstudierenden bietet die Buchmesse somit die Möglichkeit, sich gezielt und umfassend zu informieren, da das Personal an den einzelnen Ständen, so weit es die Zeit erlaubt, bereitwillig und ausführlich Auskunft gibt. Dies trifft auch auf Anfragen bezüglich der eigenen Berufsplanung zu. Während allerdings wissenschaftliche Verlage diesem Thema offener gegenüber stehen und in einer persönlichen Vorstellung einen Vorteil gegenüber einer traditionellen schriftlichen Bewerbung sehen, lehnen die Publikumsverlage solche Anfragen eher ab. Grund dafür ist wahrscheinlich der unterschiedliche Zulauf von Bewerbungen und Anfragen. Bewerbungsgespräche werden auf der Buchmesse prinzipiell nicht geführt und es werden diesbezüglich auch keine verbindlichen Aussagen getroffen, weil für eine solch intensive Unterhaltung einfach die Zeit

und oft die richtigen Ansprechpartner fehlen. Die Buchmesse ist dennoch eine geeignete Plattform, um sich erste Eindrücke und vor allem einen genauen Überblick zu verschaffen.

Auch die Online-Services unter www.buchmesse.de bieten dafür eine gute Möglichkeit. Besucher und Aussteller können in den weltweit umfangreichsten Adressdatenbanken der Branche kostenfrei nach Verlagskontakten, Übersetzern und Journalisten recherchieren, sich im Veranstaltungskalender ein individuelles Messeprogramm zusammenstellen und sich über den interaktiven Hallenplan schon vorab mit der Standbelegung vertraut machen. Empfehlenswert ist außerdem das Abonnement des kostenlosen monatlichen Newsletters, der Neuigkeiten, Tipps, Termine und andere Informationen aus der Branche enthält. Man hat die Gelegenheit neue Verlage kennen zu lernen und sich gezielt über deren Angebote zu orientieren. Auf diese Weise kann man schon im Vorfeld eine engere Auswahl derjenigen Aussteller treffen, die man gezielt ansprechen möchte.

Durch die persönliche Vorstellung wiederum lassen sich erste Kontakte knüpfen, die für eine spätere Bewerbung von Vorteil sein können. Hier bietet sich auch die Möglichkeit herauszufinden, ob der jeweilige Verlag und die eigene Person zueinander passen oder was man beim weiteren Vorgehen beachten sollte. Zudem kann man die zuständigen Ansprechpartner ermitteln. Um sich bestmöglich zu präsentieren, sollte man schon vorab telefonisch Kontakt mit dem entsprechenden Verlag aufnehmen und den Besuch auf der Messe ankündigen. Dadurch wird nicht nur die Kontaktpflege erleichtert, sondern man erfährt unter Umständen auch, wann man den richtigen Ansprechpartner antreffen kann. Generell können aber durch vorherige Informationen Fauxpas beim Messebesuch oder einer Bewerbung vermieden werden. Zudem hat man die Chance, bei dem jeweiligen Aussteller einen persönlichen Eindruck zu hinterlassen, der etwa die Chancen auf ein Praktikum erhöhen oder für den Berufseinstieg von Vorteil sein kann. Dementsprechend ist es durchaus sinnvoll, zusammenfassende Unterlagen zur eigenen Person dabei zu haben, um sie dem Ansprechpartner des jeweiligen Verlages, sofern dies erwünscht ist, mitzugeben.

Neben den Verlagen sind auf der Buchmesse Zeitungs- und Fernsehredaktionen (z.B. Die Zeit, FAZ, 3sat, arte) vertreten, die für Studierende der Germanistik ebenfalls von Interesse sein können. Die Zeitungen sind meist sehr offen für Gespräche; häufig sind auch die zuständigen Ansprechpartner anzutreffen und geben ausführliche Auskünfte. Dennoch ist eine persönliche Vorstellung nicht ausschlaggebend, weil für Bewerbungen jeglicher Art starre Richtlinien formuliert sind (z.B. ist eine Praktikumsvergabe notenabhängig oder Voraussetzung für eine redaktionelle Hospitation sind ein abgeschlossenes Studium und journalistische Erfahrungen), von denen in keinem Fall abgewichen wird. Ganz anders sieht es bei den Fernsehanstalten aus. Bewerbungsanfragen und eine persönliche Vorstellung sind in jedem Fall von Vorteil und zudem erwünscht. Zwar werden auch hier keine Bewerbungsgespräche geführt, aber für

die erste Kontaktaufnahme ist die Gelegenheit ideal, zumal in den meisten Fällen extra ein Ansprechpartner vor Ort ist, der sich intensiv mit den einzelnen Personen unterhält und auch Gesprächsnotizen anfertigt. Die Chancen gegenüber anderen Bewerbern erhöhen sich damit drastisch.

Abschließend bleibt nur zu betonen, dass Eigeninitiative, Interesse und Durchhaltevermögen allgemein geschätzt werden und sich somit auf jeden Fall auszahlen.

MELANIE HÜTTENBERGER
studiert Germanistik, Wirtschaftswissenschaften
und Psychologie an der TU Darmstadt.



Termine der Frankfurter Buchmesse:

10.-23. Oktober 2005

04.-08. Oktober 2006

10.-14. Oktober 2007

Die Frankfurter Buchmesse im Netz:

www.buchmesse.de

Anzeige

ESV-Studienbücher

Deutsche Dichter und Dramatiker

<p>DETLEF KREMER E. T. A. Hoffmann Erzählungen und Romane 1999, 241 S., € (D) 16,80, ISBN 3 503 04939 8 <i>Klassiker-Lektüren, Band 1</i></p>	<p>MARTIN SWALES Epochenbuch Realismus Romane und Erzählungen 1997, 204 S., € (D) 19,95, ISBN 3 503 03754 3 <i>Grundlagen der Germanistik, Band 32</i></p>
<p>SABINE MOSER Günter Grass Romane und Erzählungen 2000, 215 S., € (D) 16,80, ISBN 3 503 04960 6 <i>Klassiker-Lektüren, Band 4</i></p>	<p>ALO ALLKEMPER / NORBERT OTTO EKE (Hg.) Deutsche Dramatiker des 20. Jahrhunderts 2002, 920 S., € (D) 26,80, ISBN 3 503 06149 5</p>
<p>ROLF SELBMANN Gottfried Keller Romane und Erzählungen 2001, 192 S., € (D) 16,80, ISBN 3 503 06109 6 <i>Klassiker-Lektüren, Band 6</i></p>	<p>HARTMUT STEINECKE (Hg.) Deutsche Dichter des 20. Jahrhunderts 1996, 912 S., € (D) 26,80, ISBN 3 503 03073 5</p>
<p>MICHAEL NEUMANN Thomas Mann Romane 2001, 227 S., € (D) 16,80, ISBN 3 503 06118 5 <i>Klassiker-Lektüren, Band 7</i></p>	<p>CHRISTOPHER BALME Einführung in die Theaterwissenschaft 3., durchges. Aufl. 2003, 200 S., € (D) 16,80, ISBN 3 503 06183 5</p>
<p>RÜDIGER ZYMNER Friedrich Schiller Dramen 2002, 187 S., € (D) 16,80, ISBN 3 503 06133 9 <i>Klassiker-Lektüren, Band 8</i></p>	<p>Weitere Informationen zum Programmbereich Germanistik entnehmen Sie bitte unserer Website: www.ESV.INFO</p>

ERICH SCHMIDT VERLAG
E-Mail: PHILOLOGIE@ESVmedien.de
www.ESV.info