

Workshop-Bericht: Literaturpreise – Theorie, Ökonomie, Politik

Dieser Bericht fasst die Vorträge und Diskussionen des Workshops „Literaturpreise – Theorie, Ökonomie, Politik“ zusammen, der am 25. und 26. April 2019 in Essen stattfand. Er erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und bemüht sich, alle Beteiligten richtig wiederzugeben. Die Vorträge werden nicht in der Reihenfolge abgehandelt, wie sie in Essen gehalten wurden, sondern nach systematischen Kriterien zusammengefasst: zunächst theoretische Schwerpunkte, danach die Beiträge aus dem DFG-Projekt „Literaturpreise im deutschsprachigen Raum seit 1990: Funktionen und Wirkungen“, und zum Abschluss Fallbeispiele und Ergebnisse der Roundtable-Diskussion. Innerhalb dieser Anordnung werden die Vorträge im Allgemeinen in ihrer ursprünglichen Reihenfolge behandelt, lediglich in wenigen Fällen sollen Umstellungen beispielsweise den thematischen Zusammenhängen zwischen Burckhard Dückers und Thomas Wegmanns Vorträgen gerecht werden. Insbesondere hinsichtlich der Fallbeispiele ist die Darstellung keineswegs als Gewichtung oder Wertung zu verstehen.

1 | Theorie

Die Ehre des Eröffnungsvortrags gebührte Andreas Joh. Wiesand, dem Herausgeber des *Handbuchs der Kulturpreise*, der unter dem Titel „Literaturpreise im Kontext – zu viel vom immer Gleichen?“ mit Hilfe empirischer Fakten einige Spekulationen bezüglich der Literaturpreislandschaft zu beenden versuchte.

Der weit verbreiteten Unterstellung, dass zu viele Preise zu viel Geld an die Schriftsteller*innen ausschütten würden, begegnet Herr Wiesand mit der Beobachtung, dass rund ein Fünftel der Preise gänzlich undotiert seien. Laut den verfügbaren Zahlen werden jährlich ca. 1,5 Millionen Euro an Preisgeldern ausgeschüttet, durchschnittlich 4500 Euro pro Vergabe. Diese Zahlen sind allerdings bereits zehn Jahre alt, und Herr Wiesand betont die Dringlichkeit einer Neuberechnung anhand aktuellerer Daten. Dem Handbuch der Kulturpreise, das inzwischen in die Internet-Datenbank www.kulturpreise.de überführt worden ist, fehle es jedoch an Unterstützung, beispielsweise durch die preisvergebenden Institutionen. Wenn jede Institution ihre eigenen Informationen aktuell hielte, könnte eine umfassende Überblicksdatenbank gewährleistet werden, die erheblich zur Transparenz im unübersichtlichen Feld der individuellen Kulturförderung beitragen könnte.

Allein die Frage nach der Anzahl der Literaturpreise ist nicht ganz einfach zu beantworten. Es gibt ca. 400 Preisnamen, wie beispielsweise den Büchnerpreis. Da bei einigen allerdings de facto mehrere verschiedene Preise vergeben werden, beispielsweise ein Haupt- und ein Förderpreis, gibt es insgesamt ca. 600 Preiseinheiten für Literatur. Wenn man jedoch auch solche Preise mit einbezieht, die sich nicht ausschließlich auf Literatur beziehen, bei denen Literatur aber einen potentiellen Förderungsgegenstand darstellt, gibt es schätzungsweise 1200 Preiseinheiten. Diese Zahlen sind zwischen 1978 und 2000 enorm angestiegen und haben sich seitdem nur geringfügig verändert. Allerdings hat die Zahl der Literaturpreise im

Vergleich zu anderen Sparten deutlich weniger zugenommen und dadurch in der Gesamtheit der Kulturpreise an Bedeutung verloren.

Laut Andreas Wiesand könne man von „zu vielen“ Preisen in Deutschland nur in Bezug auf ein standardisiertes Preisprofil sprechen. Gut zwei Drittel der Literaturpreise sind allerdings grenzüberschreitend für den gesamten deutschsprachigen Raum offen. Literaturpreise täten unter Umständen gut daran, nicht allzu allgemein zu agieren, sondern sich auszudifferenzieren und gezielt Anreize für beispielsweise bestimmte Themen, Autor*innen oder Genres zu schaffen. Der Anteil der weiblichen Gewinnerinnen liegt seit Jahrzehnten zwischen 30 und 35 Prozent. Dem könnte beispielsweise durch gezielte Preise entgegengewirkt werden. Natürlich lässt sich auch ganz generell die Aussage in Frage stellen, zu viel Geld lasse die Qualität von Literatur leiden. Auch Autor*innen sind auf Geld zur Bestreitung des Lebensunterhalts angewiesen. Zudem fördern Literaturpreise nicht nur Schriftsteller*innen, sondern als Leseempfehlung oder Event auch die Leserschaft zu einem nicht unerheblichen Teil.

Burckhard Dücker von der Universität Heidelberg beschäftigte sich in seinem Vortrag mit „Geschichtsbildung durch Anerkennungsrituale: Zum Format Gabentausch als Struktur von Literaturpreisen“. Er stellt Literaturpreise als Gabentausch dar, bei dem die verleihende Institution auf die Gabe des Textes mit der Gegengabe des Preises reagiert und dafür, in der Regel, eine Erwiderung in Form des persönlichen Erscheinens zur Verleihung inklusive einer Dankesrede erwartet wird. Bei diesem Gabentausch gehe es vor allem darum, das symbolische Kapital beider Seiten zu erhöhen. Die*der ausgezeichnete Autor*in erhält symbolisches Kapital dadurch, dass ihrem*seinem Text offenbar ein gewisser Wert beigemessen wird, der ihn auszeichnungswürdig macht. Die verleihende Institution erlangt symbolisches Kapital dadurch, dass sie die*den Autor*in auszeichnet und auch sich selbst damit einen Namen macht.

Auch die Nominierung, bzw. das Führen mehrerer Autor*innen auf einer Long- und/oder Shortlist, kann bereits als Gabentausch angesehen werden, da auch hier beide Seiten an Prestige gewinnen. Der tatsächliche Preis allerdings ist der einzige Gabentausch in diesem Zusammenhang, bei dem eine Erwiderung erwartet wird, da die durch einen gemeinsamen Auftritt bei der Preisverleihung inszenierte Bindung zwischen verleihender Institution und Preisträger*in ein starkes symbolisches Kapital darstellt. Im deutschsprachigen Raum spielt die körperliche Präsenz eine derart zentrale Rolle, dass bei einigen Preisen nur Autor*innen in Frage kommen, die zur Preisverleihung erscheinen würden. Abgelehnte Preise werden ebenso memoriert wie angenommene. Eine Preisverleihung, egal wie die Erwiderung ausfällt, ist immer ein historisches Ereignis.

Der Dankesrede als ritualisierte und damit erwartbare Reaktion auf die Verleihung eines Literaturpreises widmete sich Thomas Wegmann aus Innsbruck in seinem Vortrag „Epitexte als ritualisiertes Ereignis? Überlegungen zu Dankesreden im Rahmen von Literaturpreisverleihungen“. Im Gegensatz zu Burckhard Dücker stellt Wegmann die Dankesrede zwar als Gegengabe zur Gabe des Preises dar, allerdings denke ich, dass das in diesem Zusammenhang als gleichbedeutend zu Dückers Darstellung als Erwiderung zur Gegengabe des Preises auf die Gabe des Textes angesehen werden kann. In beiden Fällen ist die Dankesrede eine Reaktion auf die Preisverleihung, die in den allermeisten Fällen erwartet und vorausgesetzt, jedoch nicht immer von der*dem Preisträger*in gewährt wird. Als Beispiel hierfür diente Thomas Bernhard.

Was genau von einer Dankesrede erwartet wird, hängt dabei von verschiedenen Faktoren ab. Beim Deutschen Buchpreis, wo die*der Preisträger*in erst im Moment der Preisverleihung bekanntgegeben wird, genügt eine kurze und spontan formulierte Danksagung, die oft formelhaft ausfällt. Beim Büchner-Preis hingegen wird eine längere und durchkomponiertere

Rede erwartet, da die*der Preisträger*in bereits deutlich im Voraus informiert ist. Solche Dankesreden werden später auch publiziert, beispielsweise in Sammelausgaben der verleihenden Institution oder in Werkausgaben der Autor*innen.

Die Dankesrede stellt einen Epitext dar, der in materieller Entfernung zum Bezugstext steht, aber dennoch entscheidend zu unserem Verständnis des Bezugstextes beitragen kann. Ob Dankesreden damit den Blick auf das ‚wahre‘ Kunstwerk ver- oder eine notwendige Reaktion auf die Kommentarbedürftigkeit der modernen Kunst darstellen, bleibt wohl Ansichtssache. Auf jeden Fall sind sie eine Art Auftragsprosa fernab jeder Genieästhetik, in der sich die*der Autor*in selbst inszenieren und im literarischen Feld positionieren kann. Zudem wird eine vermeintlich persönliche Beziehung zwischen Redner* in und Publikum hergestellt und potentiell symbolisches Kapital vom literarischen ins politische Feld überführt.

Auch Nick Cichon, Masterstudent der Universität Duisburg-Essen und Referent der Sektion ‚Junge Preisforschung‘, hat sich für sein Bachelor-Projekt „Trianguläre Konsekrationsprozesse. Gabe und Gegengabe am Beispiel des Thomas-Mann-Preises“ eingehend mit der Gabentheorie beschäftigt. Er beobachtet einen regen Gabentausch zwischen preisverleihender Institution, Preisträger*in sowie der*dem Namenspatron*in. Während die Gaben des Textes und des positiven Images sowie die entsprechenden Gegengaben in Form von Preisgeld, Urkunde, medialer Aufmerksamkeit und Marktförderung bereits bei Burckhard Dücker und teilweise bei Thomas Wegmann angesprochen wurden, nimmt Nick Cichon auch den jeweiligen Gabentausch der beiden soeben erwähnten Akteure mit der*dem Namenspatron*in unter die Lupe.

Während die*der Namenspatron*in symbolisches Kapital auf die*den Preisträger*in überträgt und damit eine Reputationssteigerung veranlasst, erfährt die*der Namenspatron* in erneute Aufmerksamkeit sowie eine Werteaktualisierung und kulturelle Bedeutung beispielsweise durch die Dankesrede der*des Preisträgers*in. Die verleihende Institution profitiert von ihrer*ihrem Namenspatron*in durch gesteigerte Aufmerksamkeit und Legitimität, und bietet im Gegenzug fortdauernde Wirkung durch den Kommemorationsritus beispielsweise einer Preisverleihung. Die Beziehung zwischen Institution und Namenspatron*in scheint dabei enger zu sein, je bewusster die*der Namenspatron*in ausgewählt wurde. Dadurch entsteht ein Dreieck der gegenseitigen Bestätigung und Bestärkung von Preisträger*in, Namenspatron*in und verleihender Institution.

Ein weiteres Projekt der Jungen Preisforschung stammt von Birthe Kolb und trägt den Titel „Selfpublishing-Preise, Social Reading und der Autor als Unternehmer“. Das boomende Feld des Selfpublishing ist keineswegs eine Erfindung des 21. Jahrhunderts, sondern existiert bereits seit dem 18. Jahrhundert in England. Moderne Selfpublishing-Verlage sind Dienstleister, die Autor*innen die Möglichkeit bieten, unabhängig von einem klassischen Verlag und vermeintlich fernab des Mainstreams, aktiv ihr eigenes Buch zu gestalten und zu publizieren. Die modernen Selfpublishing-Verlage werden bisweilen auch von klassischen Verlagen bzw. Verlagshäusern gefördert und gehören oft zu größeren Verlagsgruppen.

Die in diesem Umfeld entstandenen Selfpublishing-Preise zeichnen sich durch eine, in Hinblick auf die versprochene Unabhängigkeit, hohe Vernetzung mit der Buchbranche aus, beispielsweise hinsichtlich Jurybesetzung und Sponsoren. Im Gegensatz zu ‚herkömmlichen‘ Literaturpreisen spielen umfangreiche Marketingpakete als Teil der Gratifikation eine zentrale Rolle und stärken damit das Bild des *Authorpreneurs*, also der*des Autors*in als Unternehmer*in. Außerdem fällt die Einbindung von Social Reading und Lesecomunities auf, die den Kontakt zwischen Autor*innen und Lesepublikum und damit auch das Selfmarketing fördert, indem sie die ohnehin enge Bindung der Leserschaft nutzt.

Während Selfpublishing ein Sprungbrett in den ‚klassischen‘ Verlagsmarkt sein kann, stellt es sich meist als vermeintlich demokratische und gleichberechtigte, aber vor allem unabhängige Parallelwelt dar. Das Selbstbild der Autor*innen wandelt sich hin zum Unternehmertum und bringt eine erzwungenermaßen engere Beziehung zum Lesepublikum mit sich. Wie die Karrieren von Selfpublishing-Preisträger*innen verlaufen und ob diese später eher bei ‚herkömmlichen‘ Verlagen landen, bleibt zu beobachten.

Da Michael Dahnke leider verhindert war, nahm sich Sarah Maaß vom Essener DFG-Projekt der Aufgabe an, Dahnkes Frage „Wer konkurriert womit worum bei Literaturpreisen?“ zu beantworten. Ausgehend von Dahnkes Dissertation und von Erkenntnissen aus dem Projekt Literaturpreise im deutschsprachigen Raum seit 1990: Funktionen und Wirkungen stellte sie die Vielfalt der relevanten Akteure im Feld der Literaturpreise dar. Als Konkurrent*innen lassen sich beispielsweise die verleihenden Institutionen, Geldgeber*innen, Autor*innen, Verlage, Juror*innen sowie das Publikum identifizieren. Als Konkurrenzmittel kommen dementsprechend das ökonomische Kapital, die Zahl und Reputation der Preisträger*innen, Alleinstellungsmerkmale, Orientierungsfunktionen, und viele mehr zum Einsatz. Dies ist selbstverständlich abhängig von der*dem jeweiligen Konkurrenten*in. Ebenso unterschiedlich sind die angestrebten Konkurrenzobjekte: Beachtung/Anerkennung, Monopol literarischer Legitimität, Förderung, Dotierung, und vieles mehr. Mit Bezug auf Andreas Reckwitz’ Die Gesellschaft der Singularitäten könne man hierin die ‚Auswüchse‘ einer ‚Valorisierungsgesellschaft‘ sehen, in der Wertungsdiskurse omnipräsent sind und sein müssen, um der modernen Logik der Singularität zu folgen.

2 | DFG-Projekt: „Literaturpreise im deutschsprachigen Raum seit 1990: Funktionen und Wirkungen“

Auch für das Essener Projekt spielt die Valorisierung eine entscheidende Rolle, wie Alexandra Pontzen in ihrer Kurzzusammenfassung darstellt. Allein in Deutschland werden jährlich etwa 900 Literaturpreise verliehen (Stand März 2019). Dabei wird sehr viel Arbeit in die aktuelle Verleihung, jedoch eher wenig Arbeit in die Archivierung und Memorialisierung (etwa von Dokumenten wie Laudationes und Dankesreden) gesteckt. Literaturkritik und Literaturwissenschaft reagieren mit der Sorge, ob eine solche Vielzahl an Preisen die Literatur und ihre Preise nicht entwerte. Da die große Zahl der Preise jedoch weiterwächst und sich die meisten Preise zu festen Bestandteilen der Preislandschaft entwickeln, scheint von einer Inflation (noch) keine Rede sein zu können. Die Funktionsweise des Preisnetzwerks lässt sich, jenseits einer solchen Inflationsthese, mit Hilfe der Begriffe Heterarchisierung, Diversifizierung und Valorisierung besser erklären – so die Ausgangsthese des Essener DFG-Projekts.

Die Preislandschaft ist eben nicht hierarchisch mit einer klaren Rangfolge aufgebaut, sondern heterarchisch. Das bedeutet nicht, dass jeder Preis ebenbürtig zu allen anderen ist, sondern dass es viele miteinander verwobene Rangfolgen gibt, abhängig davon, welche Aspekte oder Werte als Maßstab anlegt werden. Denn Dank der Diversifizierung, also der Auffächerung und Erweiterung von Formen und Strukturen, und der Valorisierung, also der Auf- und Abwertung aufgrund unterschiedlicher Werteordnungen, gibt es viele Möglichkeiten, sich als Preis zu profilieren. Auf diese Art konkurrieren die Preise nur bedingt miteinander, können aber durch die Hervorhebung und Förderung bestimmter Genres, Stile, Autor*innen das literarische Feld vielfältiger machen und Debatten anregen.

In ihrem Vortrag „Heterarchisierung, Valorisierung und Diversifizierung – Überlegungen zur Modellierung der Literaturpreislandschaft“ versuchten Dennis Borghardt und Sarah Maaß die folgenden Fragen zu beantworten: Tragen Literaturpreise zur Förderung der Heterarchisierung bei? Valorisieren Preise bestimmte Arten oder Inhalte von Literatur bzw. verknüpfen sie diese mit außerliterarischen Werten? Diversifizieren Literaturpreise das literarische Feld?

Heterarchie wird nach McCulloch als simultane Gültigkeit unterschiedlicher Wert bzw. Präferenzordnungen definiert. Durch diese simultane Gültigkeit ergibt sich eine Vielzahl an Kombinationsmöglichkeiten. Maaß und Borghardt stellen einerseits Literaturpreise als heterarchisch dar, weil das Vergabesystem beispielsweise durch die erwähnte Vielzahl der Akteure auf mehreren Wertesystemen basiert. Außerdem bezeichnen sie auch die Preislandschaft als heterarchisch, weil es keinen gemeinsamen Wertemaßstab für den Gesamtverbund der Literaturpreise im deutschsprachigen Raum gibt.

Die Valorisierung, also die Erzeugung und Manifestation von Werten im literarischen Feld, vollzieht sich in zwei Schritten: Zunächst setzt die verleihende Institution axiologische Werte in Form von Teilnahmevoraussetzungen in ihrer Ausschreibung des Preises fest. Erst im attributiven Wert, der von der*dem Preisträger*in erwartet und dann erfüllt wird, vollzieht sich die Valorisierung endgültig. Durch die stetige Erzeugung von Werten in einer heterarchischen Gesamtstruktur, wird das literarische Feld diversifiziert und ausdifferenziert. Es gibt viele Literaturpreise, aber aufgrund unterschiedlicher Voraussetzungen und Funktionen der einzelnen Preise gewinnen sehr unterschiedliche Texte und Autor*innen.

Das Projekt arbeitet in Hinblick auf die Wertmaßstäbe der verleihenden Institutionen vorrangig mit den äußeren Selbstdarstellungen. Die Frage, ob die behaupteten Wertmaßstäbe auch die tatsächlichen Wertmaßstäbe der verleihenden Institution sind, ist zwar interessant und vermutlich in vielen Fällen mit Nein zu beantworten. Allerdings sind die Intentionen bisher aus der Forschung ausgenommen, da sie schwer objektifizierbar sind und den Diskurs und die Wertmaßstäbe nach außen nicht derart beeinflussen wie die Selbstdarstellung.

3 | Fallbeispiele

Anna Köbrich stellte ihr Projekt der Jungen Preisforschung vor, das mit den regionalen kulturpolitischen Dimensionen von Literaturpreisen eine der o.g. vielfältigen Funktionen von Preisen genauer beleuchtet: die Studie „Der E.T.A. Hoffmann-Preis der Stadt Bamberg - zwischen Autor- und Stadtpreis“. Dabei handelt es sich um einen mit 6000 Euro dotierten Mehrspartenpreis, der mit deutlichem Autorbezug gegründet wurde. Seit der Satzungsänderung 2019, ist der Autorbezug allerdings zugunsten von Verdiensten um das kulturelle Leben der Stadt Bamberg verschwunden. Die Preisträger*innen sollen nun als überregionale und internationale Kulturbotschafter*innen der Stadt fungieren. Mangels medialer Berichterstattung und Einbindung in das örtliche Literaturfestival hält sich die Beteiligung der Bevölkerung allerdings in Grenzen. Besonders bei einem derart lokalen Preis wäre diese jedoch äußerst sinnvoll.

Torsten Casimir, Chefredakteur des Börsenblatts des deutschen Buchhandels, stellte den deutschen Buchpreis vor, der als Nachfolger des zu Unrecht verspotteten und wieder abgesetzten Deutschen Bücherpreises (2002-2004) nach dem Vorbild des britischen Booker Prize für den deutschsprachigen Raum entwickelt wurde. Der Deutsche Buchpreis hat zum Ziel, durch die Auszeichnung des besten deutschsprachigen Romans des Jahres

Aufmerksamkeit für deutschsprachige Autor*innen, das Lesen und das Leitmedium Buch zu schaffen. Die Verlage und der Buchhandel werden aktiv eingebunden und die Unabhängigkeit der Jury sowie die hohe Dotierung sollen für Akzeptanz bei Kritiker*innen sowie Autor*innen sorgen. Die hohen Ansprüche bei der Auswahl der siebenköpfigen, international sowie interdisziplinär besetzten Jury, so Casimir, werden in den nächsten Jahren zu Problemen führen, da professionelle Leser*innen eine endliche Ressource sind.

Der Deutsche Buchpreis betreibt großen Aufwand, um das Ziel der Aufmerksamkeit zu erreichen. Wahrnehmbare, deutliche Impulse werden über das ganze Jahr hinweg in diversen Medien gesetzt. Von der Bekanntgabe der neuen Jury, über die Publikation der Longlist mitsamt Leseproben, bis zur Shortlist mit Blind-Date-Lesungen und der Preisverleihung mit Bekanntgabe der*des Siegers*in vor Publikum und Übertragung per Live-Stream, sowie der nachfolgenden Preisträger*innenlesung auf der Frankfurter Buchmesse wird in Print- sowie Onlinemedien berichtet. Es gibt Kooperationen mit Bloggern, aber auch mit Lesekreisen und lovelybooks.

Diese große Maschinerie sorgt für eine starke (inter-)nationale Medienresonanz und enorme Verkaufssteigerungen, auch für Lizenzen ins Ausland. Gleichzeitig wird der Deutsche Buchpreis von Autor*innenseite dafür kritisiert, er kommerzialisiere Literatur und die Autor*innen zu sehr und stelle durch die überraschende Bekanntgabe ein Schaulaufen dar, bei dem es eben immer auch fünf Verlierer*innen gibt. Dieser Umstand wird von Veranstalterseite für die Spannung des Verleihungsrituals in Kauf genommen. Verlage und Buchhandlungen kritisieren weniger den Verleihungsmodus als vielmehr die große Marketingaktivität im Vorhinein. Diese Sorge dafür, dass nicht-nominierte Titel sich besonders schlecht verkauften. Die Gegenargumente, nicht-nominierte Titel würden dennoch im Feuilleton besprochen und die Verlage könnten ja auch aus der Skandalisierung einer Nicht-Nominierung Kapital schlagen, scheinen eher schwach. Auch die persönliche Beratung im Buchhandel kann nur bedingt gegensteuern.

Der Preis, den Sandra Poppe von der Crespo-Foundation in ihrer Präsentation „Am Nerv der Zeit. Der WORTMELDUNGEN-Literaturpreis für kritische Kurztexte“ vorstellte, sorgt (bisher) nicht für derartige Verwerfungen auf dem Buchmarkt. Das liegt daran, dass er einerseits erst 2018 ins Leben gerufen wurde und andererseits kritische Kurztexte prämiert, die ohnehin einen geringeren Einfluss auf den Buchmarkt ausüben als Romane. Verliehen wird der WORTMELDUNGEN-Literaturpreis von der Crespo-Foundation in Frankfurt.

Der Hauptpreis ist mit 35.000 Euro dotiert und wird an einen Text verliehen, der maximal 25 Textseiten umfasst, nicht älter als zwei Jahre ist und ein aktuelles gesellschaftskritisches Thema aufgreift. Die*der Autor*in muss bereits eine Buchveröffentlichung vorweisen können. Der Förderpreis ist mit 15.000 Euro dotiert, die auf maximal drei Preisträger*innen aufgeteilt werden können, und wird an Texte verliehen, die maximal 4-8 Seiten lang sind und ein gemeinsam mit der*dem Hauptpreisträger*in abgestimmtes Thema behandeln. Die*der Bewerber*in auf den Förderpreis darf maximal 30 Jahre alt sein und noch kein Buch veröffentlicht haben.

Der WORTMELDUNGEN-Literaturpreis möchte finanzielle Künstler*innenförderung bieten, aber auch Kontexte schaffen, in denen Künstler*innen ihre Arbeit einem möglichst großen Publikum präsentieren können. Dabei soll es sich um eine substantielle Förderung ohne Auflagen oder Einschränkungen handeln. Durch den Fokus auf zeitkritischen Themen möchte der Preis den populistischen Tendenzen der letzten Jahre und ihrer verkürzten Darstellung von Sachverhalten entgegenwirken und durch diese Hervorhebung einer politischen und gesellschaftskritischen Funktion von Literatur mehr Autor*innen ermutigen, politisch und gesellschaftskritisch zu schreiben. Kurztexte ermöglichen einen aktuelleren Zeitbezug als

längere Gattungen und spielen im Allgemeinen eine untergeordnete Rolle auf dem deutschsprachigen Buchmarkt. Der Preis soll demnach auch einen Anreiz darstellen, sich der kurzen Form zu widmen. Durch eine größere öffentliche Reichweite für kritische literarische Stimmen soll der öffentliche Diskurs mitgestaltet und, sofern möglich, ausgehend vom Preisträger*innentext eine öffentliche Debatte angestoßen werden.

Aus den Beiträgen der offenen Bewerbung wird durch eine interdisziplinäre Jury eine Shortlist (10 Titel) zusammengestellt und im Anschluss ein*e Preisträger*in ausgewählt. Gemeinsam mit dieser*diesem Preisträger*in werden das Thema für den Förderpreis sowie eine Podiumsdiskussion bei der Preisverleihung konzipiert. Auch für den Förderpreis wird zunächst von der Jury eine Shortlist (10 Titel) und im Anschluss ein*e Preisträger*in ausgewählt. Die Preisverleihung ist eingebettet in eine Lesenacht mit allen Shortlistautor*innen. Die Preisträger*innentexte werden einzeln in kooperierenden Zeitungen und Zeitschriften abgedruckt und alle Shortlisttitel eines Jahres werden gemeinsam als Buch publiziert. Durch die Kombination von Preisverleihung und Podiumsdiskussion bzw. Lesenacht erhofft man sich eine bessere Einbindung des Publikums. Inwiefern sich dieser Wunsch erfüllt und ob der Preis sich langfristig etablieren kann, bleibt abzuwarten.

Auch Antonius Weixler aus Wuppertal stellte in seinem Vortrag „Sonthofen, Allgäu, oder Putting the Province on the Map“ einen noch sehr jungen Literaturpreis vor, nämlich den 2018 erstmals verliehenen ‚Kulturpreis der literarischen Provinz‘ der Stadt Sonthofen im Allgäu. In Anbetracht der Tatsache, dass rurale Regionen in den letzten Jahren (wieder) vermehrt Einzug in die Literatur gehalten haben, empfindet es Antonius Weixler als geradezu folgerichtig, dass sich dieser Trend auch in anderen Gebieten des literarischen Feldes widerspiegelt.

Der Preis wird im Rahmen eines jährlich stattfindenden Literaturfestivals verliehen und legitimiert seine Existenz mit der inszenierten Untertreibung, das Allgäu und Literatur seien schwer vereinbar. Ob die ausgezeichneten Texte aus, für oder über die Provinz sein sollten, ist nicht klar definiert. In Hinblick auf das Fehlen einer Jury wird allerdings deutlich, dass die literarische Qualität womöglich eher ein nebensächliches Auswahlkriterium darstellt. Da Sonthofen als Hochburg der Freien Wähler inmitten einer streng konservativ dominierten Region bekannt ist und die Preisstifterin als Kandidatin der Freien Wähler ausgerechnet im Jahr vor den Kommunal- und Europawahlen diesen Preis gestiftet hat, scheint es vielmehr so, als ob der Preis eher repräsentative und kulturpolitische Funktionen erfüllen soll.

Ziele sind demnach eine gesteigerte Aufmerksamkeit für die Region Sonthofen sowie eine bewusste Abgrenzung sowohl von Metropolregionen als auch dem politisch konservativeren Umfeld. Inwiefern zu diesem Zweck auch vorrangig Preisträger*innentexte ausgewählt werden, die die Provinz als modern und weltoffen darstellen, bleibt abzuwarten, ebenso wie zu beobachten bleibt, ob der Preis nach den Kommunal- und Europawahlen wieder eingestellt werden wird.

Anna Auguscik aus Oldenburg schließlich widmete sich in ihrem Vortrag „Der Booker Prize und seine Ableger. Überlegungen zu Literaturpreisen im (trans)nationalen Raum“ vor allem einem Vergleich zwischen dem britischen Man Booker Prize und dem Deutschen Buchpreis.

Der Man Booker Prize ist mit 50.000 Pfund dotiert und wurde 1969 vom britischen Lebensmittelgroßhändler Booker ins Leben gerufen, um die Kolonialvergangenheit des Unternehmens auszugleichen. Lange Zeit handelte es sich um einen Commonwealth-Preis, der dadurch das alte Empire zumindest auf literarischer Ebene zusammenzuhalten schien. Seit 2014 sind auch US-amerikanische Autor*innen zugelassen. Der Preis hält die mediale Aufmerksamkeit über das gesamte Jahr hinweg aufrecht, allein schon dadurch, dass andere englische Preise regelmäßig mit ihm verglichen werden. Er erzielt enorme Verkaufsteigerungen der Preisträger*innentitel und gilt im englischen Sprachraum als das

Nonplusultra der Literaturpreise. Ganz nach britischer Art kann auch auf den Man Booker Prize gewettet werden. Der namensgebende Sponsor, die Man Group, hat sich Anfang 2019 zurückgezogen, weil die Preisträger*innentexte ihnen ideologisch nicht konform genug bzw. zu kritisch waren. Inwiefern hier eine versuchte Einflussnahme der Wirtschaft auf den Literaturmarkt vorliegt oder ob es als erfolgreiche Abwehr einer solchen Einflussnahme anzusehen ist, kann diskutiert werden.

Der Deutsche Buchpreis hat sich in seiner Konzeption stark am Booker Prize orientiert. Aufgrund der Absatzstärke des deutschsprachigen Buchmarkts erzielt der Deutsche Buchpreis ähnlich hohe Verkaufszahlen wie der Booker Prize. Bei einer Beobachtung der beiden Preise ist es jedoch wichtig, anzumerken, dass der Booker Prize auf einem viel stärker ökonomisierten, professionalisierten und zentralisierten Buchmarkt agiert, während im deutschsprachigen Raum strenger zwischen Literatur und Literaturbetrieb unterschieden wird, auch in der Preislandschaft. Beide erfüllen jedoch die zentralen Aufgaben von Literaturpreisen, wie auch (fast) alle anderen Literaturpreise weltweit: Sie stellen ein wichtiges Moment der Öffentlichkeit für die sonst eher leise Kunst der Literatur dar und schaffen Aufmerksamkeit für Autor*innen sowie für den Buchmarkt und den Literaturbetrieb. Dabei sind auch Streitigkeiten und Skandale nicht notwendigerweise nur negativ zu sehen, da sie das Medieninteresse massiv erhöhen. Gerade durch umstrittene Entscheidungen, wie beispielsweise den Literaturnobelpreis für Bob Dylan, bieten Literaturpreise Anreize, um auch auf transnationaler Ebene über das Wesen und das Verständnis von Literatur zu diskutieren.

4 | Roundtable-Diskussion

Funktionieren Literaturpreise (noch) als Qualitätssicherungselement?

Bei dieser Frage stellt sich grundsätzlich erstmal das Problem, dass jede*r etwas anderes unter dem Begriff der Qualität in Hinblick auf Literatur versteht. Die Vorstellungen von literarischer Qualität können sich auch innerhalb einer Jury erheblich voneinander unterscheiden und das Publikum hat meist noch ganz andere Ansichten. Publikumspreise sind oft eher ‚Sympathiepreise‘, aber auch bei Jurypreisen können Bekanntheit oder Ruf der*des Autor*in sowie Themenwahl und Zeitgeist die Auswahl beeinflussen. Einige Preise, wie beispielsweise der „Open Mike“ setzen daher auf eine anonyme Bewerbung. Insgesamt sind die meisten Juries jedoch zumindest bemüht, nach literarästhetischen Gesichtspunkten zu entscheiden. Dies funktioniert, so die Einschätzung einiger Diskussionsteilnehmer*innen, mindestens insofern, als dass nie ‚Kitsch‘ ausgezeichnet werde.

Ob Qualitätssicherung allerdings tatsächlich das Ziel von Literaturpreisen sein sollte oder ob alle Juries einer dahingehenden Beurteilung auch wirklich gewachsen sind, ist eine andere Frage. Es erwächst der Eindruck, die Qualitätssicherung finde eher durch die Longlists und Shortlists statt, während bei der Auswahl der*des Preisträgers*in auch pragmatischere Überlegungen zum Tragen kämen, etwa ob diese*r bereit wäre, persönlich zur Verleihung zu erscheinen.

Ist die klassische Verleihungszeremonie ein Auslaufmodell oder die Zukunft?

Es kommt darauf an. Insgesamt ist ein Trend zur Präsenzkultur zu beobachten. Allerdings muss eine Preisverleihung sowohl der*dem Preisträger*in als auch der verleihenden Institution, dem Publikum und gegebenenfalls auch noch einer*m Namensgeber*in des Preises gerecht werden. Es muss also eine individuelle Mischung aus einem medien- und

publikumswirksamen Event sowie einem angemessen würdevollen Zeremoniell gefunden werden. Eine Einbindung des Publikums kann ein nachhaltigerer Weg sein, Aufmerksamkeit für sich zu gewinnen, als ein mediales Dauerschnellfeuer, das nicht lange im Gedächtnis bleibt. Die Verleihung bleibt dabei stets abhängig von den Zielen des Preises und die Wahl der Mittel und Methoden muss sich aus diesen Zielen herleiten lassen.

Die Verleihung kann als eigenständiges Event von Bedeutung sein, vor allem aber sollte es Lesungen und andere Präsenzveranstaltungen im Vorlauf oder Nachklang geben, um die Attraktivität und die Aufmerksamkeit zu steigern. Außerdem kann hierbei der Buchhandel eingebunden werden und profitieren.

Wie ist das Verhältnis zwischen Verlagen und Preisen? Wer braucht wen?

Große Preise können kleine Verlage durch die enorme Verkaufssteigerung regelrecht retten. Kleine Preise hingegen machen für die Verlage kaum einen Unterschied. Für Autor*innen können Preise eine wichtige finanzielle Entlastung sowie eine psychologische Bestätigung des eigenen Schaffens und eine Art Empfehlungsschreiben für den weiteren Werdegang darstellen. Teilweise werden jedoch auch überhöhte Hoffnungen in die Wirkung eines Preises gelegt.

Eine zuverlässige Verlagsförderung könnte Autor*innen zumindest finanziell unabhängig von Preisgeldern machen. Das österreichische System der Verlagsförderung führt zu experimentierfreudigeren Autor*innen und Verlagen, die nicht gleichermaßen erpicht darauf sind, sich an den (Preis-)Markt anzupassen wie deutsche Autor*innen. Große Preise erfüllen also eine wichtige finanzielle Funktion. Diese könnte jedoch sinnvoller durch eine strukturelle Förderung übernommen werden, um durch zuverlässige Unterstützung der Branche wirklich zu Stabilität zu verhelfen.