

# **Der irische Buchmarkt**

**Verlage und Buchhandel im Spannungsfeld  
zwischen nationaler Selbstbehauptung und  
sprachraumbedingter internationaler  
Abhängigkeit**

**Hausarbeit**

**zur Erlangung des Akademischen Grades eines  
Magister Artium**

**vorgelegt dem Fachbereich Geschichtswissenschaft der  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz**

**von**

**Sibylle Möll  
aus Mainz**

**April 2003**

# Inhaltsverzeichnis

## Tabellenverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	1
1.1 Forschungsstand.....	2
1.2 Aufbau der Arbeit .....	7
1.3 Inhaltliche Abgrenzung und Begriffsbestimmung .....	8
Die Verwendung des Ausdrucks ‚Irish Interest‘ .....	9
<b>2. Irland – ein historischer und landeskundlicher Abriss</b> .....	11
2.1 Geschichte.....	11
2.2 Politik & Wirtschaft .....	12
2.2.1 Irland und die Europäische Union .....	13
2.2.2 Irlands Beziehungen zu Großbritannien und den USA.....	14
2.3 Soziokulturelle Charakteristika .....	15
2.3.1 Sprache.....	15
2.3.2 Diaspora und die Definitionsproblematik von ‚irischer Literatur‘ .....	16
2.3.3 Bildungssystem und funktioneller Analphabetismus.....	17
2.3.4 Zensur und andere Einschränkungen der freien Meinungsäußerung .....	18
<b>3. Zur Entwicklungsgeschichte des irischen Buchmarkts</b> .....	21
3.1 Stationen des irischen Buchwesens bis ins 20. Jahrhundert .....	21
3.2 Der englische Sprachraum.....	23
3.3 Die Entstehung der Verlagsbranche nach dem 2. Weltkrieg .....	27
3.3.1 Die verlegerische Renaissance im freiheitlichen Klima der 60er Jahre .....	27
3.3.2 Institutionalisierung in den 70er Jahren .....	28
3.3.3 Professionalisierung und Differenzierung in den 80er Jahren .....	31
<b>4. Analyse der aktuellen Marktstrukturen</b> .....	33
4.1 Rahmenbedingungen .....	34
4.1.1 Buchmarkt ohne Preisbindung .....	34
Die Situation vor und nach dem Wegfall des Net Book Agreement .....	34
Die langfristigen Auswirkungen im Vergleich zu Großbritannien .....	36
4.1.2 Staatliche Förderung .....	38
The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon .....	38
The Arts Council: Förderungspolitik für Literatur- und Verlagswesen .....	39
Allgemeine staatliche Verlagsförderung .....	42
4.1.3 Steuergesetzgebung.....	45
Steuerliche Befreiung von Künstlern.....	45
Mehrwertsteuer .....	46
4.1.4 Urheberrecht .....	47
4.1.5 Das Manko einer fehlenden Nationalbibliographie.....	48
4.1.6 Verbände, Organisationen, Institutionen .....	49
Booksellers’ Association of the United Kingdom and Ireland Ltd .....	50
Irish Book Publishers’ Association/ CLÉ .....	51
Irish Educational Publishers’ Association.....	52
Ireland Literature Exchange/Idirmhalartán Litríocht Éireann .....	53
Irish Writers’ Centre .....	53
4.1.7 Ausbildung.....	55
Die Situation im Einzelhandel.....	55
Die Situation in Verlagen .....	56
4.2 Marktteilnehmer.....	58
4.2.1 Verlage.....	58
General Trade-Verlage .....	62
Lehrbuchverlage .....	64

4.2.2	Zwischenbuchhandel.....	67
	Großhandel .....	68
	Verlagsauslieferung.....	70
4.2.3	Einzelhandel .....	71
	Sortimentsbuchhandel – Allgemeiner Überblick.....	72
	Sortimentsbuchhandel – Buchhandelsketten.....	74
	Online-Buchhandel .....	76
	Buchclubs.....	77
4.2.4	Autoren und literarische Agenturen .....	77
4.2.5	Endabnehmer und die Einstellung zu Büchern .....	79
	Lese- und Kaufverhalten .....	79
	Buchformate und –ausstattung.....	81
4.3	Titelproduktion und charakteristische Warengruppen .....	83
4.3.1	Die Erhebungsproblematik der Titelproduktion .....	83
4.3.2	Irishes Sachbuch/Irish Interest .....	84
4.3.3	Belletristik/Irish Fiction .....	85
4.3.4	Irish Women’s Fiction.....	87
4.3.5	Irischsprachige Publikationen.....	88
4.3.6	Schulbuch.....	90
4.3.7	Kinderbuch .....	91
4.4	Der irische Buchmarkt – Teil des englischsprachigen Buchmarkts: Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken .....	92
<b>5.</b>	<b>Strategien irischer Verlage im In- und Ausland .....</b>	<b>96</b>
5.1	Maßnahmen gegen die britische Dominanz auf dem heimischen Markt.....	96
5.1.1	Irische Territoriallizenzen selbst verwerten .....	96
	Co-Edition mit gemeinsamen Imprint .....	96
	Co-Publishing .....	97
5.1.2	Allgemeine Kapitalkraft stärken .....	99
5.1.3	Auf Kernkompetenzen konzentrieren .....	101
5.1.4	Das Verlagsprogramm diversifizieren .....	103
5.1.5	Subventionierungspolitik optimieren .....	103
5.2	Maßnahmen für Wachstum durch Handel mit dem bzw. im Ausland.....	104
5.2.1	Auslandsdistribution.....	106
	Vereinigtes Königreich, Europa und Commonwealth-Staaten .....	106
	USA/Kanada .....	108
5.2.2	Co-Publishing/Co-Edition.....	110
5.2.3	Lizenzverkauf .....	112
5.2.4	Auslandsniederlassung .....	114
<b>6.</b>	<b>Das Spezialitätengeschäft neben dem Supermarkt? .....</b>	<b>116</b>
	Abkürzungsverzeichnis .....	121
	Glossar .....	122
	Quellen- und Literaturverzeichnis.....	124

## Anhang

Anhang I	Struktur des irischen Buchmarkts
Anhang II	The Arts Council – Budgetverteilung 2002
Anhang III	Titelproduktion
Anhang IV	Unternehmensprofile – eine Auswahl: Verlage, Großhändler, Buchhandlungen
Anhang V	Interviews: Sinéad Mac Aodha, The Arts Council Gemma Barry, Booksellers’ Association/ Dubray Books Edwin Higel, New Island Books Tom Owens, Eason Wholesale Fergal Stanley, Argosy Libraries

## Tabellenverzeichnis

.....	Seite
Tabelle 1 – Vereinigtes Königreich: Buchexport nach Zielländern 1997–2001 .....	26
Tabelle 2 – The Arts Council: Budgetaufteilung der Abteilung ‚Literature‘ 1994.....	41
Tabelle 3 – Irische Verlage: Gesamtumsatz im Jahresvergleich 1985–1997.....	60
Tabelle 4 – Irische Verlage: Einkunftsgrößenordnung 1994.....	61
Tabelle 5 – General Trade-Verlage: Umsätze 1985–1997 .....	62
Tabelle 6 – Lehrbuchverlage: Umsätze 1985–1997 .....	64
Tabelle 7 – Irischer Einzelhandel: Buchumsätze 1985–1997 .....	72
Tabelle 8 – Verlagsexporte 1994 und 1997 (inklusive Lizenzhandel) .....	106

# 1. Einleitung

Die Existenzbedingungen der irischen Verlage und Buchhandlungen können nur in Verbindung mit dem englischsprachigen Buchmarkt und insbesondere mit dem Nachbarland Großbritannien betrachtet werden. Die Entstehung der irischen Verlagsszene ist dabei das Resultat eines erstaunlichen Emanzipationsprozesses der letzten Jahrzehnte.

Die ‚grüne Insel‘<sup>1</sup> hat in den vergangenen Jahrzehnten einen einschneidenden Wandel vollzogen. Das Land im ‚Hinterhof Europas‘ entwickelte sich in den 90er Jahren zum ‚Celtic Tiger‘<sup>2</sup>, das Ergebnis der kontinuierlichen Loslösung aus der Rolle des wenig beachteten Anhängsels Großbritanniens. Ähnlich wie die allgemeine Situation gestaltet sich der Buchmarkt: Wenn er auch inzwischen ein dynamischer Wirtschaftszweig mit beachtlichem jährlichen Umsatzwachstum darstellt, so ist der irische Buchmarkt auf Grund seiner historischen Gewachsenheit weiterhin als Teil eines britisch beherrschten Marktes anzusehen. Bücher aus Großbritannien dominieren das Bild im Einzelhandel. Strukturelle Determinanten erschweren die Loslösung vom ‚Großen Nachbarn‘: Die Zugehörigkeit zum englischen Sprachraum bedeutet gleichzeitig die Zugehörigkeit zum größten Buchmarktsektor und harten internationalen Wettbewerb. Das Heimatland von James Joyce, John Banville und Frank McCourt wird gern als besonders ‚buchaffin‘ bezeichnet. In der Tat hat das kleine Irland eine außerordentliche Anzahl an Literaturnobelpreisträgern (William Butler Yeats, George Bernard Shaw, Samuel Beckett sowie Seamus Heaney) und Bestsellerautoren (Maeve Binchy, Roddy Doyle oder Marian Keyes) vorzuweisen. Zum Leidwesen irischer Verlage wird die überwiegende Mehrheit der bekannten Autorinnen und Autoren jedoch von britischen (Groß-) Verlagen verlegt – eine Tendenz, die nicht aufzuhalten scheint. Ein weiteres

---

<sup>1</sup> Auszeichnungen werden wie folgt eingesetzt: Einfache Anführungszeichen kennzeichnen Begriffe und Bezeichnungen. Doppelte Anführungszeichen stehen für wörtliche Zitate. In Kursiv gesetzt sind Buch- und Zeitschriftentitel bzw. Reihen (nicht jedoch Titel aus dem Literaturverzeichnis in den Fußnoten). Verlage, Buchhandlungen und andere Unternehmen des Buchhandels sind mit Kapitälchen hervorgehoben.

<sup>2</sup> Der Begriff entstand in Anspielung auf die ‚asiatischen Tigerstaaten‘, die zu Beginn der 90er Jahre einen wirtschaftlichen Boom erlebten.

Problem irischer Verlage liegt auf der Hand: Die Nachfrage nach Büchern ist im Kleinstaat Irland – nach absoluten Zahlen gemessen – gering.

Das Ziel dieser Arbeit ist, die Eigenheiten des irischen Buchmarktes darzustellen, seine historische Entwicklung aufzuzeigen und die Ambivalenz zwischen Autonomiestreben und Einbettung in den englischsprachigen Buchmarkt zu analysieren. Warum sind britische Verlagsprodukte in irischen Bücherregalen bis heute dominant? Warum können in Irland nur kleine und mittelständische Verlage existieren? Wie ausgeprägt und wie sinnvoll ist die Kulturförderung einer wirtschaftlich unrentablen nationalen Minderheitenkultur? Die Arbeit ist mit dem umfangreichen Überblick über Zustand und Bedingungen des irischen Buchmarkts die erste dieser Art und muss deshalb auf die Einzelbetrachtung vieler wichtiger Details zugunsten eines Gesamtbildes verzichten.

## 1.1. Forschungsstand

Selbst im eigenen Land ist der aktuelle irische Buchmarkt bisher noch nicht wissenschaftlich dargestellt worden. Zu den umfangreichsten Quellen gehören zwei Marktstudien aus den Jahren 1986 und 1995. Francis Fishwick von der Cranfield School of Management war 1986 im Auftrag der Irish Books Marketing Group die erste Unternehmensberatung überhaupt, die mit einer Untersuchung des Buchmarkts beauftragt wurde.<sup>3</sup> Primäres Ziel dieser Studie war die empirische Untersuchung des Lese- und Kaufverhaltens in Irland. In dem Abschnitt über den irischen Buchmarkt wurde zum ersten Mal versucht, die jeweiligen Marktanteile von britischen und irischen Verlagen zu bestimmen. Vermutlich weil dieser Teil lediglich auf einer Zusammenführung von Umfrageergebnissen, persönlichen Einschätzungen und groben offiziellen Statistiken besteht, wurde der Untersuchung des Buchmarktes sehr viel weniger Umfang eingeräumt als der des Lese- und Kaufverhaltens. Da die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Verhältnisse des Landes seit 1986 erheblichen Veränderungen unterlagen (siehe Kapitel 2.2), kann die Fishwick-Studie inzwischen weniger als Datenquelle denn

---

<sup>3</sup> Zur Datengewinnung wurden Umfragen im Buchhandel und in Haushalten durchgeführt. Aus der Branche befragt wurden 26 Verlage (UK), 20 Verlage (IRL), 30 Buchhändler (IRL), 4 Großhändler (UK), 3 Großhändler (IRL), 4 Bibliothekszulieferer (UK), 3 akademische Buchhandlungen (UK), 20 öff. Bibliotheken und 20 Institutsbibliotheken (IRL). Vgl. Fishwick, Francis: *The Market for Books in the Republic of Ireland*. Dublin: Irish Books Marketing Group 1987. Summary of Report und S. 1.

zur Gewinnung eines Gesamteindrucks dienen. Die 1995 von der Unternehmensberatung Coopers & Lybrand (heute PricewaterhouseCoopers) durchgeführte Studie dagegen ist für die vorliegende Arbeit eine der wichtigsten Quellen betriebswirtschaftlicher Zahlen und Einschätzungen. Im Auftrag des Kulturrats (The Arts Council) und des Verlegerverbandes CLÉ wurde die bis dato tiefgehendste Analyse des irischen Buchmarkts, verbunden mit einer strategischen Beurteilung, vorgenommen.<sup>4</sup> Nach einer ausführlichen, oft etwas langatmigen und sich wiederholenden Betrachtung der Verlagslandschaft unter marktwirtschaftlichem Aspekt spricht Coopers & Lybrand Empfehlungen an alle Marktteilnehmer aus. Insbesondere die Rolle der Verbände und der für Subventionierung zuständigen Behörden wird dabei als zu ineffektiv kritisiert. Da sich nach fast zehn Jahren u. a. die staatlichen Zuständigkeiten bzw. die Aktivitäten Clé's geändert haben, sind die Ergebnisse der Studie jedoch nur noch mit Vorsicht auf die heutige Situation anzuwenden. Weitere vom Verlegerverband in Auftrag gegebene Marktstudien erschienen 1992<sup>5</sup> und 1998<sup>6</sup>; leider lassen sie sich auf Grund der unterschiedlichen Erhebungsweisen nur bedingt miteinander vergleichen und dienen wegen ihrer knappen Darstellung nur als Quelle statistischer Daten. Die wichtigste Informationsquelle zu allen Vorkommnissen in der Branche über die letzten Jahrzehnte ist *Books Ireland*, das Monatsmagazin für den irischen Buch- und Literaturmarkt. *Books Ireland* informiert hauptsächlich über Neuerscheinungen, Autoren und sonstige literarische Themen und erwähnt Branchenereignisse – auf rein nationaler Ebene<sup>7</sup> – nur am Rande. Dennoch kann auf Grund der durchgehenden Berichterstattung über

---

<sup>4</sup> In Auftrag gegeben durch Clé, IEPA, Bord na Leabhar Gaeilge, Forbairt und Arts Council. Ziel war die Identifizierung von das Verlagswachstum fördernde Kriterien sowie deren Lenkungsmöglichkeiten durch Behörden, Verbände und Institutionen. Die Verlagsbefragung (38 Verlage) ermittelte Daten zum Geschäftsjahr 1994. Vgl. Coopers & Lybrand Corporate Finance: The Future of the Irish Book Publishing Industry. A Strategic Assessment. Dublin: Coopers & Lybrand 1995. S. 1.1, 2.2 und 5.10.

<sup>5</sup> Im Auftrag von CLÉ wurden die Betriebsergebnisse von 54 Verlagen ermittelt. Vgl. Conroy O'Neill & Co.: Irish Book Publishing Survey 1992. Dublin: Clé – Irish Book Publishers' Association 1992. S. 2.

<sup>6</sup> 1998 wurde dieselbe Untersuchung von Horwath Bastow Charleton (mit denen Conroy inzwischen fusionierte) durchgeführt. Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998. [Eigenpublikation: Oktober 1998, vervielfältigt]

<sup>7</sup> „Irisches Publizieren kann nur zu Recht der Nabelschau und des Mit-Sich-Selbst-Beschäftigtseins bezichtigt werden. Mein Magazin, Books Ireland, definiert dieses Problem präzise. Welches andere nationale Buchmagazin beschäftigt sich schon ausschließlich mit Büchern über das eigene Land?“ Addis, Jeremy: Irland: Die Insel mitten im Atlantik. In: Magazin Ireland Books Ireland. Hrsg. v. Gerhard Heimler. Frankfurt am Main: Erin Edition 1996, S. 10-11, hier S. 10.

die Jahre ein komplexes und lebendiges Bild des irischen Buchmarkts gewonnen werden. Die einschlägigen britischen Fachzeitschriften (*The Bookseller*, *Publishing News*) thematisieren den irischen Buchmarkt bislang nur selten.

Auch in Deutschland wurde dem irischen Buchmarkt, abgesehen vom Auftritt im Rahmen des Länderschwerpunkts der Frankfurter Buchmesse 1996, bisher kaum Aufmerksamkeit geschenkt. Begleitend zum Buchmessenauftritt erschienen diverse Publikationen, so zum Beispiel das *Magazin Ireland*<sup>8</sup> mit einem sehr guten Überblick über die Kultur-, Verlags- und Literaturlandschaft und ein Sonderheft des *Börsenblatts*<sup>9</sup>, das den Schwerpunkt seiner Berichterstattung auf literarische Aspekte legte. Darüber hinaus ist die Literaturlage in Deutschland dürftig und reicht über internationale Vergleiche und grobe Übersichten kaum hinaus. Auch in der Zeitschrift *Auslands-Info*<sup>10</sup> der Ausstellungs- und Messe-GmbH (AuM) des Börsenvereins finden sich nur sporadische Meldungen. Allerdings besitzt die Internationale Abteilung der AuM einen umfangreichen Handapparat aus Fremd- und Eigenpublikationen zum irischen Markt.

Der Schwerpunkt Irland auf der Frankfurter Buchmesse wurde auch in Irland selbst zum Anlass, Publikationen zur Branche herauszugeben. So entstand beispielsweise die deutsch-irische Co-Publikation *Irland und seine Diaspora-Festival*<sup>11</sup> mit journalistischen Beiträgen zum irischen Buch- und Literaturmarkt. In *Books from Ireland* wurde zum ersten Mal die irische Verlagslandschaft an Hand von Verlagsprofilen ausführlich portraitiert.<sup>12</sup>

Autobiographien irischer Verleger gehen detailverliebt in die (kurze) Geschichte der überwiegend von den Autoren selbst gegründeten und aufgebauten Verlage ein. Die Unternehmensgeschichte von EASON deckt die historischen Entwicklungen des heutigen Buchmarkts mit der Einbettung der Wirkungsgeschichte des Großhändlers, Buchhändlers und Verlegers in die Zeitgeschichte seit Mitte des 19. Jahrhunderts ab.

---

<sup>8</sup> *Magazin Ireland Books Ireland*. Sonderausgabe zur Buchmesse 1996. Hrsg. v. Gerhard Heimler. Frankfurt am Main: Erin Edition 1996.

<sup>9</sup> Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V. (Hrsg.): *Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel*. Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung Nr. 78, 27. September 1996.

<sup>10</sup> Weidhaas, Peter (Hrsg.): *Auslands-Info für den deutschen Verlagsbuchhandel*. Frankfurt: Ausstellungs- und Messe-GmbH des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels.

<sup>11</sup> *Irland und seine Diaspora-Festival/Féile na hEireann agus a diaspora*. Frankfurter Buchmesse 1996. Dublin: The Arts Council 1996.

<sup>12</sup> An diesen Verlagsportraits orientierten sich u. a. auch die deutschen Medien in ihrer Berichterstattung. *Books from Ireland. Ireland and its Diaspora*. Dublin: Irish Book Publishers' Association 1996.



Veröffentlichungen des Arts Councils wie Strategiepläne und Jahresberichte vermitteln einen Überblick über Ziele und Ergebnisse der staatlichen Kulturpolitik.

Die Irlandforschung („Irish Studies“) wird auf Grund der aktiven Diaspora international betrieben; ihre Schirmorganisation ist die 1969 gegründete „International Association for the Study of Irish Literature“ (IASIL).<sup>13</sup> Irische Literaturzeitschriften werden ebenso weltweit veröffentlicht, so zum Beispiel *Irish Literary Supplement. A Review of Irish Books*<sup>14</sup> oder *The Canadian Journal of Irish Studies*<sup>15</sup>. Eine der größten Literaturdatenbanken ist in Monaco erstellt worden: EIRData, ein internationales Projekt unter der Leitung der „Princess Grace Irish Library“.<sup>16</sup> Sie enthält biographische und bibliographische Informationen zu über 4.500 Autoren und Periodika. Dem Einzelaspekt Publishing wurde von Seiten der Wissenschaft – bisher – nur wenig Aufmerksamkeit geschenkt, weshalb die eben genannten Quellen kaum in Anspruch genommen wurden. Dies verwundert in Anbetracht der Tatsache, dass die nationale und internationale Irlandforschung so diversifiziert und tiefgehend ist. Für 2003 sind allerdings die Veröffentlichungen von gleich zwei umfangreichen Werken zu diesem Thema angekündigt. Das fünfbändige, von der Ulster University in Derry betreute Werk *The History of the Irish Book* beginnt im ersten Band mit der gälischen Handschriftentradition und endet mit *The Irish Book in English 1900–2000*.<sup>17</sup> Die IRISH ACADEMIC PRESS wird mit *The Irish Book in the Twentieth Century*<sup>18</sup> einen 256-seitigen Beitrag zur Erforschung des irischen Buchmarkts leisten.

Da Forschungsliteratur und Quellen das Feld der Untersuchung nur lückenhaft abdecken, wurden Interviews zur zusätzlichen Informationsbeschaffung durchgeführt. Befragt wurden:

---

<sup>13</sup> Vgl. <http://www.ulst.ac.uk/faculty/humanities/lang+lit/iasil/>. Stand: 22. August 2002.

<sup>14</sup> Lowery, Robert G. (Hrsg.): *Irish Literary Supplement. A Review of Irish Books*. Wading River, NY: Irish Studies.

<sup>15</sup> Canadian Association for Irish Studies (Hrsg.): *The Canadian Journal of Irish Studies*. Montreal: Concordia University.

<sup>16</sup> Vgl. <http://www.pgil-eirdata.org>. Stand: 22. August 2002.

<sup>17</sup> Vgl. <http://www.arts.ulst.ac.uk/academy/hib/links.htm>. Stand: 12. August 2002.

<sup>18</sup> Hutton, Clare: *The Irish Book in the Twentieth Century*. Dublin: Irish Academic Press 2003.

- Sinéad Mac Aodha in ihrer Funktion als ‚Literature Officer‘ des für Kultursubventionierung zuständigen Arts Councils;
- Gemma Barry in ihrer Doppelfunktion als Vorsitzende der ‚BOOKSELLERS‘ ASSOCIATION OF GREAT BRITAIN AND IRELAND‘ (BA) sowie als Geschäftsführerin der mittelgroßen, irischstämmigen Buchhandelskette DUBRAY BOOKS;
- Edwin Higel als Verlagsleiter des sich aus einer lyrischen Privatpresse heraus entwickelten literarisch-kommerziellen Verlags NEW ISLAND BOOKS;
- Tom Owens als Geschäftsführer des fast monopolistischen Großhändlers EASON WHOLESALE sowie
- Fergal Stanley als Geschäftsführer des einzigen ernsthaften EASON WHOLESALE-Konkurrenten im heimischen Großhandel, ARGOSY LIBRARIES.

Mit der Auswahl dieser Gesprächspartner wurde einerseits aus dem breiten Spektrum der Marktteilnehmer geschöpft, um ein möglichst vielfältiges Bild an Einschätzungen und Meinungen zu gewinnen. Zum anderen wurden die Gesprächspartner bewusst aus den Bereichen gewählt, die von der vorliegenden Fachliteratur nur dürftig behandelt wurde; das erklärt beispielsweise die Befragung von zwei Experten des Zwischenbuchhandels. Mit den Interviews konnten sowohl aktuelle Veränderungen auf dem Buchmarkt erfasst als auch persönliche Einschätzungen von Experten gewonnen werden. Um möglichst viel individuelle Einschätzungen zu erhalten, wurden offene Interviews durchgeführt. Standardisierte Fragebögen wurden nicht angewandt, weil keine empirische Datenerhebung vorgenommen wurde und die angesprochenen Experten ganz unterschiedlichen Sparten der Buchbranche entstammten. Da für Sachinformationen die lautgetreue Wiedergabe des gesprochenen Worts irrelevant ist, wurde die Transkription der Interviews überwiegend in Standardorthographie vorgenommen; aus dem gleichen Grund ist die Niederschrift der Interviews um inhaltlich unwichtige Stellen gekürzt. Die Interviews stellen wichtige Quellen dar, ohne die einige Bereiche der vorliegenden Arbeit nicht ausreichend hätten bearbeitet werden können. Den Gesprächspartnerinnen und -partnern sei an dieser Stelle daher für die freundliche Unterstützung und Kooperation gedankt.

## 1.2. Aufbau der Arbeit

Der Fokus der Arbeit liegt auf der Betrachtung und Analyse des Buchmarktes in der Gegenwart. Diese ist jedoch nur als Ergebnis einer geschichtlichen Entwicklung nachvollziehbar, sodass die Entstehungsphase der heutigen Verlagsszene in den 60er- bzw. 70er Jahren des 20. Jahrhunderts sowie deren Vorbedingungen mit berücksichtigt werden.

Der Entwicklungsgeschichte des Buchmarkts (Kapitel 3) ist ein allgemeines Kapitel mit landeskundlichem Inhalt vorangestellt, da spezifisch irische Charakteristika die Ausformungen des irischen Buchwesens bedingen. Das Herzstück der Arbeit, die Analyse des irischen Buchmarkts und die Strategien der Marktteilnehmer, bilden Kapitel 4 und 5; ein zunächst landeinwärts und aufs Detail gerichteter Blick wendet sich dabei graduell einer Positionsbestimmung im Rahmen des englischen Sprachraums zu, bis er schließlich im Fazit (Kapitel 6) eine übergeordnete Perspektive gewinnt.

Die Erforschung von Buchmärkten legt mit Ländern wie USA, Großbritannien und Deutschland bisher einen Schwerpunkt auf die großen Märkte. Die kleineren Länder, die die Vielfalt des internationalen Buchmarkts ausmachen, bleiben bisher weitgehend ausgeklammert. Ihre Leistungen können aber trotzdem beachtlich sein. So hat der Buchmarkt in Irland inzwischen eine solche Position erreicht, dass irische Bücher beliebt – und nicht nur akzeptiert – sind. Sie scheinen gegenüber britischen Büchern, die die Grundbedürfnisse und den Massengeschmack versorgen, einen gewissen Mehr-Wert darzustellen. Aber kann, bildlich gesprochen, ein Spezialitätengeschäft langfristig neben einem Supermarkt existieren?

In anderen Sprachräumen gibt es mit einem dominierenden und einem untergeordneten Buchmarkt vergleichbare Länderkonstellationen – als nahe liegend wären Österreich und Deutschland zu nennen. Die vorliegende Arbeit kann hierfür interessante Vergleichsmöglichkeiten bieten.

Der Anlass für die Wahl des vorliegenden Themas war ein viermonatiger Arbeitsaufenthalt in einer irischen Buchhandlung. Die als Buchhändlerin ausgebildete Verfasserin gewann in dieser Zeit praktische Erfahrungen in dem vergleichsweise sehr unterschiedlichen buchhändlerischen System. Die hier vorgenommene wissenschaftliche Analyse wird durch dieses Wissen abgerundet und validiert.

### 1.3. Inhaltliche Abgrenzung und Begriffsbestimmung

Die wissenschaftliche Erforschung von Buchmärkten richtet ihr Interesse auf Grund der Ambivalenz des Buches (in seiner Doppelfunktion als Ware und Kulturgut) nicht nur auf ökonomische, sondern auch auf kulturelle Aspekte. Das Streben nach wirtschaftlichen Informationen über den Buchmarkt darf deshalb nicht verwechselt werden mit der rein betriebswirtschaftlich ausgerichteten Marktforschung. Dennoch muss in dieser Arbeit eine Abgrenzung zu einer Betrachtung von Elementen des literarischen Betriebs wie Literaturpreise oder -workshops vorgenommen werden.<sup>19</sup> Auch wird das irische Bibliothekssystem nicht in die Untersuchung miteinbezogen.<sup>20</sup> Das Feld der Literaturzeitschriften ist durch eine kürzlich erschienene Publikation erschöpfend abgedeckt und wird daher im Rahmen dieser Arbeit nicht weiter vertieft.<sup>21</sup>

Die geographisch-politische Abgrenzung zu Nordirland gestaltet sich problematisch. Die Verlage aus der Republik und aus Nordirland arbeiten in Vertrieb und Marketing teilweise zusammen;<sup>22</sup> auch werden die nordirischen Verlage vom irischen Verlegerverband CLÉ als volle Mitglieder angesehen und bekommen bei gemeinschaftlichen Teilnahmen an internationalen Messen auch finanzielle Unterstützung des Irish Trade Board.<sup>23</sup> Gemeinsamkeiten bestehen hinsichtlich der Umsatzgrößenordnung der Verlage und der Autorenabwanderungsproblematik. Auch das Selbstverständnis der nordirischen Verlage basiert auf dem gleichen kulturellen Hintergrund wie das der republikanischen: APPLE TREE pflegt neben international vermarktbareren Geschenkbüchern den

---

<sup>19</sup> Zu erwähnen sei hier lediglich der ‚IMPAC Dublin Literary Award‘, der am höchsten dotierte Literaturpreis weltweit. Er wird in einem internationalen Nominierungsverfahren an ein Werk der internationalen Belletristik vergeben und verfügt über ein Preisgeld von 100.000 Euro. Vgl. <http://www.impactdublinaward.ie>. Stand: 21. Februar 2003.

<sup>20</sup> Das Bibliothekssystem orientiert sich, wie viele andere (Verwaltungs-) Bereiche auch, am britischen Vorbild. Ausstattung und Nutzungsfrequenz befinden sich zwar auf einem geringeren Standard als in Großbritannien, entsprechen aber im internationalen Vergleich dem Durchschnitt. Vgl. The Euromonitor World Book Report. World Book Markets. London: Euromonitor 1992. S. 221.

<sup>21</sup> Clyde, Tom: Irish Literary Magazines. An Outline History and Descriptive Bibliography. Dublin: Irish Academic Press 2003.

<sup>22</sup> Bei Gemeinschaftsständen auf internationalen Buchmessen, bei einer gemeinsamen Marketingkooperative für den Handel mit den USA oder bei gegenseitigen Handelsvertretungen im jeweils anderen Land. Vgl. O’Sullivan, Finola: Irish publishers seek more of their own market. In: Logos. London: Whurr Vol. 6 Issue 3 1995, S. 118-123, hier S. 122.

<sup>23</sup> Vgl. Brown, Richard H.: Books in Ireland: A Booming Market, a Pricing Problem. In: Publ W. Vol. 241 Issue 32, 29. August 1994, S. 18-20., hier S. 20.

Verlagsschwerpunkt ‚Irish Interest‘; der Verlag BLACKSTAFF berücksichtigt in seinem Verlagsprogramm besonders die Nordirland-Problematik. Dennoch wird in dieser Arbeit der nordirische Buchmarkt weitgehend ausgeklammert und lediglich in Ausnahmefällen erwähnt. Diese Entscheidung begründet sich mit den sehr unterschiedlichen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, unter denen die Verlage existieren. So unterscheiden sich beispielsweise die Zuständigkeiten staatlicher Stellen bei finanzieller Unterstützung.<sup>24</sup> Nordirische Verlage besitzen durch die engere Verbindung zu Großbritannien deutlich bessere Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zu britischen Handelspartnern. Auch die Marktforschung legt eine Trennung von Republik und Nordirland zu Grunde: Nordirland wird im Marktforschungsgebiet ‚UK Total Consumer Market‘ (TCM) und Irland durch den ‚Ireland Consumer Market‘ (ICM) von NIELSEN BOOKSCAN erfasst.<sup>25</sup> Die Ambivalenz der nordirischen Verlage vermittelt BLACKSTAFF-Verlegerin Anne Tannahill in folgendem Bild: „Northern Irish publishers are caught between the East–West (London–Belfast) axis and the North–South (Belfast–Dublin) axis.“<sup>26</sup>

### **Die Verwendung des Ausdrucks ‚Irish Interest‘**

Das von Großbritannien regierte Irland war jahrhundertlang nur ein nebengeordnetes Thema für (Sach-) Bücher; wenn Irland eine Rolle spielte, dann im Kontext seiner Rolle innerhalb des Vereinigten Königreichs. Für britische Verlagshäuser war das Verlegen irlandbezogener Literatur unrentabel, und irische Verlage konnten den Schriftstellern des Landes nur in geringem Maße ein Forum bieten. Dementsprechend erlangten bis ins 20. Jahrhundert hinein irische Schriftsteller zwar teilweise hohe literarische Anerkennung; aber nur selten hatten die Inhalte einen irischen Bezug. Durch die neue staatliche Unabhängigkeit wuchs spätestens in der Mitte des 20. Jahrhunderts ein starkes Interesse an Literatur über Irland heran, das durch die Emigrationswelle eine weltweite Nachfrage generierte. Bücher, die dieses Interesse befriedigten, wurden demnach mit dem Schlagwort ‚Irish Interest‘ kategorisiert. Da der Begriff anfangs nur auf eine überschaubare Titellanzahl zutraf, wurde er definitorisch nicht eingegrenzt.

---

<sup>24</sup> Für die Förderung der nordirischen Verlage ist der dortige Arts Council zuständig. Zusätzlich können sie finanzielle Förderung durch das Finanzministerium ‚UK Exchequer‘ erhalten; hierfür gibt es keine Parallele in der Republik. Vgl. O’Sullivan: Irish publishers S. 121.

<sup>25</sup> NIELSEN beginnt 2003 mit der Beobachtung des Buchverkaufs auf dem irischen Markt. Vgl. BookScan widens its reach. In: TheBookseller.com Informer. Newsletter, 29. November 2002.

<sup>26</sup> O’Sullivan: Irish publishers S. 121.

Mit dem Aufkommen der irischen Verlagsszene konnte das Verlegen von Regionalia sein Nischendasein ablegen und sich in der Weise ausdifferenzieren, wie es für eine eigenständige Landeskultur angemessen ist. Der plakative Begriff ‚Irish Interest‘ wird weiterhin als übergreifendes Schlagwort verwendet. Irish Interest im engeren Sinn bedeutet Sachbücher und darunter hauptsächlich Biographien, Autobiographien, Politik und Zeitgeschehen. Im weiteren Sinn wird auch die literarische Verarbeitung eines nationalen Themas zu Irish Interest dazugerechnet. In einer ganz weiten Auslegung des Begriffs, wie er beispielsweise oft bei Buchkatalogen stattfindet, wird unter Irish Interest zusätzlich zum inhaltlichen Bezug auch die Gesamtheit der irischen Verlage und Autoren verstanden. Im Rahmen dieser Arbeit soll die Verwendung des Begriffs, falls nicht anders angemerkt, der engeren Auslegung vorbehalten sein.

## 2. Irland – ein historischer und landeskundlicher Abriss

Das vorliegende Kapitel liefert den nötigen Einblick in die irische Geschichte, Politik, Wirtschaft und Kultur, da die Strukturen des aktuellen Buchmarkts sich sehr gut aus den historischen und wirtschaftspolitischen Einflüssen erklären lassen. In allen Abschnitten wird auf eine detaillierte Ausführung verzichtet, um den inhaltlichen Bezug zum eigentlichen Thema beizubehalten.

Die Republik Irland, ein relativ junger Staat im Nordwesten Europas, nimmt den größten Teil der Insel Irlands ein. Bei einer Fläche von 70.283 km<sup>2</sup> ist die Republik nicht ganz so groß wie der Freistaat Bayern.<sup>27</sup> Mit 3,92 Mio. Einwohnern (zum Vergleich: Bayern hat rund 12 Mio. Einwohner) verzeichnet Irland seit einigen Jahrzehnten ein stabiles Bevölkerungswachstum. Das war nicht immer so: eine im 19. Jahrhundert beginnende Emigrationsbewegung dezimierte die irische Bevölkerung von 6,5 Mio. Einwohnern im Jahre 1840 auf 2,8 Mio. im Jahr 1961. Seitdem wächst die Bevölkerung durch Migration und eine hohe Geburtenrate wieder an.<sup>28</sup> Trotzdem gehört Irland im europäischen Raum mit nur 52 Einwohnern pro km<sup>2</sup> immer noch zu den Staaten mit geringer Bevölkerungsdichte.<sup>29</sup> Der überwiegende Teil der Bevölkerung (87,8 Prozent) gehört der katholischen, 3,7 Prozent der protestantischen Konfession an.

### 2.1. Geschichte

Irlands Geschichte ist seit Jahrhunderten stark vom britischen Nachbarn geprägt, über weite Strecken gar dominiert. Im Jahr 1171 erklärte sich Heinrich II zum Lord of Ireland. Diese Proklamation besaß während der ersten Jahrhunderte nur einen rein no-

---

<sup>27</sup> Vgl. Brockhaus – Die Enzyklopädie. In 24 Bänden. 20. überarb. u. akt. Aufl. Leipzig, Mannheim: Brockhaus 1997. Band 10: HERR-ISS S. 674.

<sup>28</sup> Im Zeitraum zwischen 1996 und 2002 überstieg der Nettozuwachs durch Migration erstmals den natürlichen Bevölkerungszuwachs. Vgl. Central Statistics Office (Hrsg.): Census 2002. Dublin: The Stationary Office 2002. S. 5. und S. 11.

<sup>29</sup> Zum Vergleich: Deutschland hat 230 Einwohner pro km<sup>2</sup>. Vgl. Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Statistisches Jahrbuch 2001. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt 2001. S. 24.

minellen Charakter. Mit den Tudors begann schließlich die vollständige Unterwerfung Irlands. Im Jahr 1541 ließ sich Heinrich VIII vom irischen Parlament den Titel eines Königs übertragen. Als die Reformation und damit die Religion der englischen Krone in Irland nicht durchgesetzt werden konnte, führte das zu einer massiven Entrechtung der katholischen Iren. Am 1. Januar 1801 wurde das irische Parlament durch den ‚Act of Union‘ aufgelöst: Es entstand das ‚Vereinigte Königreich von Großbritannien und Irland‘. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts setzten sich nationalistische Bewegungen für eine Selbstverwaltung ein, was schließlich 1916 im Osteraufstand mit der Ausrufung der Republik gipfelte.<sup>30</sup> Der Aufstand wurde von England niedergeschlagen; erst 1920 beugte sich die britische Regierung den Unabhängigkeitsbestrebungen. Im ‚Anglo-Irischen Vertrag‘ von 1921 wurde der Irische Freistaat (Irish Free State) gegründet. Vom Freistaat ausgenommen blieben die sechs nordöstlichsten, mehrheitlich von Protestanten bewohnten Grafschaften, bis heute das ‚Vereinigte Königreich Großbritannien und Nordirland‘ (United Kingdom, kurz: UK). Die 1937 veränderte Verfassung führte Éire bzw. Ireland als Staatsnamen ein und erhob Anspruch auf die ganze Insel.<sup>31</sup> Mit dem Austritt aus dem Commonwealth löste sich Irland schließlich 1949 vollständig von den Briten.<sup>32</sup> Seitdem ist die Republik Irland – zumindest staatsrechtlich – vom Vereinigten Königreich unabhängig. Die Frage nach der Zugehörigkeit Nordirlands ist bis heute umstritten und ungeklärt. Für die Zukunft streben die Regierungen in Dublin und London ein Referendum an, in welchem die Nordiren über den Anschluss an die Republik oder den Verbleib im Vereinigten Königreich selbst entscheiden sollen.

## 2.2. Politik & Wirtschaft

Irland ist ohne Festlandsanbindung, besitzt keine besonderen Rohstoffvorkommen und hat keine bedeutende Industrialisierung erlebt.<sup>33</sup> Seine Volkswirtschaft war lange Zeit landwirtschaftlich dominiert und auf internationaler Ebene kaum wettbewerbsfähig.

---

<sup>30</sup> Am 24. April 1916; vgl. historischen Abriss in: Brockhaus – Die Enzyklopädie S. 678f.

<sup>31</sup> Vgl. Koßdorff, Felix: Die Republik Irland. Wien: WUV 2000. S.71f.

<sup>32</sup> Am 18. April 1949. Vgl. Jäger, Helmut: Irland. Darmstadt: Wiss. Buchges. 1990. S. 2.

<sup>33</sup> Die Industrielle Revolution erfasste Irland nur peripher und nur in protestantisch besiedelten Gebieten. Belfast übernahm dabei eine Führungsrolle. Vgl. Jäger: Irland S. 95.



Um den jungen Staat wirtschaftlich von Großbritannien unabhängig zu machen, führte der Premierminister (Taoiseach) Eamon de Valera in den 30er Jahren hohe Schutzzölle ein. Da sich aber der geographisch kleine Binnenmarkt durch die protektionistische Politik nur ineffizient entwickelte und er schließlich nicht mehr in der für das Land nötigen Größenordnung weiterwachsen konnte, fiel Irland in den 50er Jahren in eine schwere Wirtschaftskrise. Eine radikale Kehrtwende in der Wirtschaftspolitik mit einem klaren Bekenntnis zu mehr Freihandel und internationaler Ausrichtung führte in den 60er Jahren zu einer langsamen wirtschaftlichen Erholung.<sup>34</sup> Investitionszuschüsse und Steuervergünstigungen verhalfen zur Ansiedlung multinationaler Unternehmen; Industrie- und Dienstleistungssektoren (von Unternehmen aus den USA, Großbritannien und Deutschland) sind besonders zahlreich vertreten.<sup>35</sup> Irland wandelte sich in den 80er und 90er Jahren schließlich zum boomenden Celtic Tiger: Der Agrarstaat stieg durch die Ansiedlung von IT-Konzernen zum größten Software-Exporteur der Welt auf<sup>36</sup> und wurde mit einem Finanzfreihafen in Dublin europaweit zu einem attraktiven Standort für Banken. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts haben die Boomjahre aber offensichtlich ihren Scheitelpunkt erreicht: Das Wirtschaftswachstum, das im Jahr 2000 noch fast 10 Prozent betrug, liegt für das Jahr 2002 voraussichtlich bei 3,5 Prozent, die Arbeitslosenquote wird von 3,8 Prozent auf 4,5 Prozent leicht steigen.<sup>37</sup> Das Bruttosozialprodukt lag 2001 bei 97 Mrd. Euro.<sup>38</sup>

### 2.2.1. Irland und die Europäische Union

Irland ist ein neutraler Staat und seit 1973 Mitglied der EU. Der Mitgliedswunsch war von vornherein wirtschaftspolitisch motiviert: Die Regierung erhoffte sich durch neue wirtschaftliche Kontakte positive Auswirkungen auf die heimische Wirtschaft und die Reduktion der wirtschaftlichen Abhängigkeit von Großbritannien.<sup>39</sup> Der Erfolg stellte

---

<sup>34</sup> Roller, Arndt: Multinationale Unternehmen in Irland. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag/Gabler 1999. S. 1 und S. 32ff.

<sup>35</sup> Z. B. Lufthansa, IBM oder der Finanzdienstleistungssektor von Bertelsmann.

<sup>36</sup> Vgl. Zitzelsberger, Gerd: Globalisierung auf Irisch. In: Südde. Zeitung, 21. Mai 2002, S. 7.

<sup>37</sup> Vgl. Hoffbauer, Andreas: Für Irland sind die goldenen Zeiten vorbei. In: Handelsblatt, 16. Mai 2002, S. 6

<sup>38</sup> Vgl. Zitzelsberger, Gerd: Eine Woge von Kapital schwappt nach Dublin. In: Süddeutsche Zeitung, 30. Dezember 2002.

<sup>39</sup> Vgl. Koßdorff: Die Republik Irland S. 107f. und S. 168.

sich ein: Irland zählte zum Zeitpunkt seines Beitritts zusammen mit Portugal und Griechenland zu den ärmsten Mitgliedsländern; heute hat das Land die mit Abstand höchste wirtschaftliche Wachstumsrate aller EU-Länder vorzuweisen.<sup>40</sup> Vor allem durch die Billigung eines signifikant niedrigen Körperschaftssteuersatzes trug die EU für den irischen Aufschwung bei.<sup>41</sup>

### 2.2.2. Irlands Beziehungen zu Großbritannien und den USA

Sehr enge Handelsverflechtungen besitzt Irland – sowohl historisch als auch durch die geographische Nähe bedingt – mit Großbritannien. Durch die jahrhundertelange Zusammengehörigkeit ist das Wirtschaftswesen und der staatliche Verwaltungsapparat organisatorisch nach britischem Vorbild aufgebaut. Großbritannien ist (trotz kontinuierlich steigender Exporte Irlands in die europäischen Mitgliedsstaaten) weiterhin Hauptabsatzmarkt und Hauptimporteure von Waren.<sup>42</sup>

Während die wirtschaftlichen Beziehungen zu England oft lediglich einer geographischen und historischen Notwendigkeit entspringen, wird der freundschaftliche Kontakt zu den USA aktiv gesucht und gefördert. Das traditionell enge Verhältnis resultiert aus der irischen Emigrationsbewegung, welche die Iren zur drittstärksten ethnischen Gruppe in den USA gemacht hat.<sup>43</sup> Zu den 20 Mio. Amerikanern irischer Herkunft zählen u. a. die ehemaligen Präsidenten Kennedy, Reagan und Clinton, die während ihrer Regierungszeit positiven Einfluss auf die Beziehungen beider Länder ausübten. Irland stellt für die USA einen wichtigen wirtschaftlichen Partner dar, da amerikanische Firmen die Republik gerne als europäisches Standbein benutzen.

---

<sup>40</sup> Im Durchschnitt der 90er Jahre. Vgl. Cullen, Paul: State compares poorly with peers on poverty. In: The Irish Times, 10. Juli 2001, S. 4.

<sup>41</sup> In Ausnahmefällen 10 % und damit der niedrigste aller EU-Staaten, befristete Regelung bis spätestens 2010. Vgl. Zitzelsberger: Globalisierung auf Irisch, 21. Mai 2002, S. 7.

<sup>42</sup> 31 % aller irischen Importe in 1999 stammen aus UK, gefolgt von den USA mit 16 %. Exporte aus Irland nach UK machen 20 % aus, gefolgt von Deutschland mit 15 %. Vgl. von Baratta, Mario (Hrsg.): Der Fischer Weltalmanach 2002. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag 2001. S. 390.

<sup>43</sup> Nach Engländern und Deutschen. Vgl. Koßdorff: Die Republik Irland S. 168 und S. 207.

## 2.3. Soziokulturelle Charakteristika

### 2.3.1. Sprache

Die erste Landessprache ist Irisch, eine zum gälischen Zweig der keltischen Familie gehörigen Sprache. Aber nur ein geringer Bevölkerungsanteil spricht Irisch fließend als Muttersprache.<sup>44</sup> Zurückzuführen ist der Rückgang des Irischen auf die konstante Unterdrückung der Sprache unter britischer Herrschaft. Die Statuten von Kilkenny im Jahr 1366 verboten den englischen Siedlern, Gälisch sprechen. Mit Beginn der Tudor-Herrschaft im 16. und 17. Jahrhundert wurden die Gesetze verschärft und Englisch als Sprache des öffentlichen Lebens vorgeschrieben. Obwohl Irisch in ‚Hedge Schools‘, illegalem Schulunterricht hinter Hecken, weiter gelehrt wurde, beherrschten um 1800 bereits zwei Drittel aller Iren ihre Sprache nicht mehr.<sup>45</sup> Mit den nationalen Unabhängigkeitsbewegungen der Jahrhundertwende lebte die gälische Sprache wieder auf,<sup>46</sup> 1913 wurde sie zum Pflichtfach in den Schulen erklärt. Der junge Staat versuchte, die Nationalsprache durch finanzielle Mittel und durch vorsichtige Modernisierung<sup>47</sup> wiederzubeleben. 1978 wurde mit Bord na Gaeilge (jetzt Foras na Gaeilge) eine Behörde zur Förderung der irischen Sprache ins Leben gerufen, und seit 1996 gibt es einen nationalen irischsprachigen Fernsehsender.

Irisch bleibt trotz aller Anstrengungen eine Randerscheinung im Sprachgebrauch der Insel. Lediglich die Bewohner der Gaeltacht-Gebiete wachsen irischsprachig auf; davon abgesehen lernen Iren ihre Nationalsprache als eine Fremdsprache im Unterricht. Das Interesse an irischsprachiger Lektüre ist dementsprechend gering.<sup>48</sup>

---

<sup>44</sup> Die Prozentzahlen weisen, je nach Erhebungsverfahren bzw. Interessenszugehörigkeit der Quelle, signifikante Schwankungen auf. Das Statistische Jahrbuch Irlands spricht von 10 %. Vgl. Central Statistics Office (Hrsg.): *Statistical Yearbook of Ireland 2001*. Dublin: The Stationary Office 2001. Table 1.10.

<sup>45</sup> Vgl. Semsek, Hans-Günter: *Cead Mille Failte – Hunderttausendmal willkommen*. In: *Magazin Ireland Books Ireland*. Hrsg. v. Gerhard Heimler. Frankfurt: Erin Edition 1996, S. 125–126.

<sup>46</sup> Vgl. Mac Aonghusa, Proinsias: *Publikationen in irischer Sprache/Foilsitheoireacht i nGaeilge/Publishing in the Irish Language*. In: *Irland und seine Diaspora-Festival/Féile na hEireann agus a diaspora*. Frankfurter Buchmesse 1996. Dublin: The Arts Council 1996, S. 24–29, hier S. 24.

<sup>47</sup> Vereinheitlichung der Grammatik und Wechsel von der gälischen zur lateinischen Schrift. Vgl. Mac Aonghusa: *Publikationen in irischer Sprache* S. 26.

<sup>48</sup> Die Frage: *Wären Sie bereit, das Buch, das Sie gerade in Englisch lesen, auch in Irisch zu lesen (ohne Extrakosten)?*, bejahten nur 30 von 928 Befragten. Auch unter den 78 fließend

### 2.3.2. Diaspora und die Definitionsproblematik von ‚irischer Literatur‘

Irland ist ein klassisches Auswanderungsland. Die Große Hungersnot Mitte des 19. Jahrhunderts löste eine massive Emigrationsbewegung aus, in der innerhalb von zehn Jahren vermutlich 2,5 Mio. Menschen aus den ärmlichen Lebensbedingungen flohen.<sup>49</sup> Schätzungsweise weitere fünf Millionen Iren emigrierten von 1856 bis 1961. Der überwiegende Teil wanderte in die USA und nach Großbritannien aus, aber auch Kanada, Australien, Neuseeland, Afrika, Lateinamerika und Asien waren Zufluchtsregionen.<sup>50</sup>

Zwischen der Diaspora und dem Heimatland besteht eine sehr enge Bindung.<sup>51</sup> Auch bei der Titulierung des irischen Schwerpunktthemas auf der Frankfurter Buchmesse 1996 kam zum Ausdruck, dass Emigranten mitberücksichtigt sind (‚Irland und seine Diaspora‘). Mary Robinson, die damalige irische Präsidentin, schrieb im Grußwort: „Zu meiner Amtseinführung als Präsidentin von Irland habe ich gesagt, dass ich mit meiner Präsidentschaft das gesamte irische Volk repräsentieren möchte – nicht nur die in Irland lebenden, sondern ferner die siebzig Millionen weltweit, die die irische Diaspora ausmachen.“<sup>52</sup> Luke Dodd, Kurator des Ausstellungspavillons, erklärt die Auswanderungsbewegung sogar als den Auslöser irischen Schreibeifers: „In der Tat ist Irlands unverhältnismäßig große schriftstellerische Leistung oft als Versuch gekennzeichnet worden, diesem Gefühl des De-Platziertseins, der Erfahrung dieses ‚anderen Irlands‘, das durch Emigration zustande kam, entgegenzuwirken. In Irland wird Schreiben deshalb manchmal als die ‚Nationale Krankheit‘ bezeichnet.“<sup>53</sup>

---

Irisch Sprechenden würden nur zwölf ein irischsprachiges Buch lesen. Vgl. Fishwick: *The Market for Books in the Republic of Ireland* S. 65.

<sup>49</sup> Die durch eine Kartoffelkrankheit ausgelöste nationale Hungerkatastrophe 1845–1849 führte zum Tod von über 1 Mio. Menschen. Vgl. Brockhaus – *Die Enzyklopädie* S. 675.

<sup>50</sup> Vgl. *Whenever green is worn. The story of the Irish diaspora*. In: *Publ W.* Vol. 248 Issue 31, 30. Juli 2001, S. 72.

<sup>51</sup> Die kulturellen Beziehungen zwischen Irland und den USA sind beispielsweise durch das ‚Irish American Cultural Institute‘ (IACI) organisiert. Vgl. *Triple that*. In: *Books Ireland*. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Nr. 51, März 1981, S. 30. [Im Folgenden zitiert als BI]

<sup>52</sup> Robinson, Mary: *Grußwort*. In: *Magazin Ireland Books Ireland*. Hrsg. v. Gerhard Heimler. Frankfurt am Main: Erin Edition 1996, S. 5.

<sup>53</sup> Dodd, Luke: *Die Literatur Irlands und der irischen Diaspora/The Literature of Ireland and the Irish Diaspora*. In: *Irland und seine Diaspora-Festival/Féile na hÉireann agus a diaspora*. Dublin: The Arts Council 1996, S. 14–16, hier S. 14.

Da auch viele Kulturschaffende in Emigration leben, herrscht Uneinigkeit darüber, was irische Literatur ist. Einige Nationalisten wie der Dramatiker Brian Friel ziehen enge Grenzen und schließen Autoren, die der englischen Tradition verhaftet sind (wie Oscar Wilde oder George Bernard Shaw) aus dem Literaturkanon aus.<sup>54</sup> Üblicherweise jedoch werden Werke irischer Emigranten als irische Literatur akzeptiert. Teilweise werden auch Schriftsteller der zweiten Emigrantengeneration als irisch angesehen, wenn sie sich mit ihrem Ursprungsland auseinandersetzen. Was Schriftsteller in die Kategorie Irisch rückt, ist nicht eindeutig festgelegt. Entweder möchten sie ausdrücklich als Iren angesehen werden oder sie leisten einen wichtigen Beitrag zum weiten Gebiet Irish Interest.<sup>55</sup> Die Themen Exil, soziale Mobilität und das Aufwachsen in ländlich-ärmlichen Verhältnissen hat nicht allein der Bestsellerroman *Angela's Ashes* (dt.: *Die Asche meiner Mutter*) von Frank McCourt zum Inhalt. Auf der anderen Seite schließt die archetypische Definition „the nature of being an Irish writer is to explore the notion of the Irishness“<sup>56</sup> alle die Autorinnen und Autoren aus, die inhaltlich darüber hinaus gehen. Deshalb kritisiert auch der irische Kriminalbuchautor John Conolly: „... it's such a narrow definition. It's like there's a committee of people with cardigans and pipes who have a checklist of what has to be in a book by an Irish writer, and the idea that you would write outside that is viewed as offensive.“<sup>57</sup> Die Kultur des Heimatlandes ist ein konstituierendes Element irischer Emigranten und ihrer nachfolgenden Generationen. Dies hat, wie sich im Laufe der Arbeit zeigen wird, jedoch geringere Auswirkungen auf den Buchexport irischer Verlage als der erste Blick suggeriert.

### 2.3.3. Bildungssystem und funktioneller Analphabetismus

Das Bildungssystem wird staatlich finanziert und reguliert. Die Schulpflicht beginnt im Alter von sechs und endet mit 15 Jahren. 85 Prozent der Schüler besuchen die Schu-

---

<sup>54</sup> In einem 1981 veröffentlichten Artikel bezeichnete er lediglich die Dramen als irisch, „die in irischer oder englischer Sprache verfasst sind, irische Themen behandeln und von Iren aufgeführt werden“. Heller, Frithjof: Schenk uns ein Lied! In: Bbl Nr. 78, 27. September 1996, S. 44–49, hier S. 47.

<sup>55</sup> Vgl. Bort, Eberhard: Irland und seine Diaspora. In: Magazin Ireland Books Ireland. Hrsg. v. Gerhard Heimler. Frankfurt am Main: Erin Edition 1996, S. 36–39, hier S. 38.

<sup>56</sup> Nolan, Yvonne: An Irishman in darkest Maine. In: Publ W. Vol. 249 Issue 38, 23. Sept. 2002, S. 45.

<sup>57</sup> Nolan: An Irishman in darkest Maine S. 45.

le weiter bis zum 18. Lebensjahr. Das System ist in ‚Primary Level‘ (bis zum 12. Lebensjahr), ‚Secondary Level‘ (bis zum 18. Lebensjahr, mit dem Leaving Certificate als Hochschulzugangsberechtigung) und ‚Third level‘ (University, College oder Apprenticeship im technischen-handwerklichen Bereich) aufgeteilt.<sup>58</sup> Erst Ende der 60er Jahre wurde das gebührenfreie Secondary Level eingeführt bzw. 1972 als verpflichtend erklärt; Schulbücher müssen allerdings privat gezahlt werden.<sup>59</sup> Die verspätet eingeführte umfassende Schulbildung ist mit ein Grund für das leicht unterdurchschnittliche Abschneiden Irlands in der letzten großen OECD-Studie (1994–1998) über Analphabetismus bei Erwachsenen. Andererseits fördert der Wandel Irlands von einer agrar-ländlichen zu einer informationstechnologischen Gesellschaft die (Aus-)Bildungsbereitschaft und Lesekompetenz. Bei der Frage nach dem Lese- und Fernsehverhalten erlangte Irland neben Deutschland Spitzenwerte: 70,6 Prozent der 16- bis 65-jährigen Befragten geben an, mindestens ein Buch monatlich zu lesen.<sup>60</sup>

#### **2.3.4. Zensur und andere Einschränkungen der freien Meinungsäußerung**

1929 wurde unter dem Einfluss der römisch-katholischen Kirche eine strenge Zensur unsittlicher Publikationen eingeführt. Der ‚Censorship of Publications Act‘ verfolgte strafrechtlich Bücher, die „in ... general tendency indecent or obscene“<sup>61</sup> waren. Die Definition ‚obszön‘ war dabei stark von kirchlich in Verruf stehenden Themen geprägt. Zu zensieren waren beispielsweise Bücher, in denen Empfängnisverhütung, Abtreibung und allgemein sexuell unmoralisches Verhalten eine Rolle spielte.

Bis heute prüft ein aus fünf Mitgliedern bestehendes, vom Justizminister ernanntes ‚Censorship Board‘ Publikationen, welche durch Zollbeamte oder Privatpersonen an sie herangetragen werden. Das Board berichtet dem Justizminister, nicht jedoch der Öffentlichkeit. Wird eine Publikation zensiert, besteht ein Verbot über Import, Ver-

---

<sup>58</sup> Bundesanstalt für Arbeit (Hrsg.): Europa kommt – gehen wir hin! Hochheim am Main: DKF Multimedia 1999. S. 66f.

<sup>59</sup> Fishwick: The Market for Books in the Republic of Ireland, Summary of Report No. 5.

<sup>60</sup> Zum Vergleich: Deutschland: 70,5 %. Bester Wert: Neuseeland mit 73,8 %. Schlechtester Wert mit weitem Abstand: Portugal mit 23,4 %. Vgl. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (Hrsg.): Literacy in the Information Age. Paris: OECD 2000. S. 13ff. und S. 159.

<sup>61</sup> Carlson, Julia; Article 19 (Hrsgg.): Banned in Ireland. London: Routledge 1990. S. 4.

kauf, Werbung und Vertrieb. Nur der Justizminister kann die Zensur wieder rückgängig machen.

Das prude Klima der 20er Jahre war Auslöser für die harschen Zensurmaßnahmen. Katholisch-nationalistische Bürgerbewegungen traten lautstark für strengere moralische Sitten ein und verbrannten in Form von Selbstjustiz Bücher und Zeitungen. Häufiges Opfer des Bürgerzorns waren die über Scheidungsfälle berichtenden englischen Sonntagszeitungen. Das Censorship Board war bei seiner Einführung zeitweise vollkommen überlastet. So wurden Bücher oft nur passagenweise gelesen und die Zensur ohne Berücksichtigung des Gesamtkontexts ausgesprochen. Das führte dazu, dass fast jeder zeitgenössische irische Schriftsteller von der Zensur betroffen war.<sup>62</sup> Der Buch- und Zeitschriftenhändler EASON kooperierte mit dem Censorship Board und fertigte für irische Importbuchhändler (inoffizielle) Listen der zensierten Titel an.<sup>63</sup>

Die Gesetzesgrundlage von 1929 wurde drei Mal liberalisiert. Seit 1946 existiert neben dem Censorship Board ein ‚Appeal Board‘, das sich für eine Aufhebung des Banns einsetzen kann (tatsächlich wurden aber kaum Zensurenentscheidungen angefochten). 1967 wurde die Zensur für ‚obszöne‘ Titel auf zwölf Jahre limitiert (bei der Möglichkeit erneuter Zensur nach Ablauf der Frist). Diese Regelung führte im selben Jahr zu einer plötzlichen Zensurbefreiung von über 5.000 Titeln. 1979 wurden die Zensurbestimmungen abermals geschwächt und das Thema der künstlichen Schwangerschaftsverhütung von der Zensur befreit.<sup>64</sup>

Da die Zensur für Titel im zweiten Teil des ‚Registers of Prohibited Publications‘ (das sind obszöne Bücher, die Verhütung bzw. Abtreibung befürworten) erst dann aufgehoben wird, wenn das Appeal Board nach einer Beschwerde den Bann widerruft, war 1995 kurioserweise noch ein Titel von Barbara Cartland und irische Lyrik des 18. Jahrhunderts zensiert.<sup>65</sup> Gleichzeitig gibt es aber auch Erotica-Titel frei im Handel zu kaufen: Viele fragwürdige Titel bleiben ungebannt, da sie niemand zur Anzeige

---

<sup>62</sup> Vgl. Carlson: Banned in Ireland S. 9f.

<sup>63</sup> Darin verzeichnet war unter anderem auch *Berlin Alexanderplatz* von Döblin und *Amok* von Stefan Zweig. Vgl. Eason & Son Ltd (Hrsg.): Books prohibited in the Irish Free State under the Censorship of Publications Act, 1929. Dublin: Eason & Son Ltd 1935.

<sup>64</sup> Vgl. Carlson: Banned in Ireland S. 4f.

<sup>65</sup> *Marriage for Moderns* von Barbara Cartland ist ursprünglich 1956, *The Midnight Court* von Frank O’Connor 1946 zensiert worden. Vgl. Publish and be banned. Is there a role for the Censorship Board in Ireland? In: BI Nr. 188, September 1995, S. 189–191, hier S. 189.

bringt bzw. der Zoll sie nicht aufgreift. Des Weiteren ignoriert der Handel zunehmend die Bestimmungen des Censorship Boards.<sup>66</sup>

Bis in die 60er Jahre des 20. Jahrhunderts war die Zensur für viele Autoren zwingender Anlass, zu britischen Verlagen abzuwandern. Wenn dies auch heute nicht mehr zutrifft, so sind irische Verlegerinnen und Verleger in ihrer Publikationstätigkeit auch durch andere gesetzliche Maßnahmen eingeschränkt. Das Gesetz gegen Verleumdung beispielsweise übersteigt bei weitem die US-amerikanischen oder kontinentaleuropäischen Regelungen. Manche der extrem veralteten Gesetzestexte sind auf die heutige Zeit nicht mehr adäquat anwendbar,<sup>67</sup> und fiktive Texte, Satire oder Ironie sind aus Verleumdungsklagen nicht ausgenommen. Die potenzielle Möglichkeit einer harten Strafverfolgung bedeutet eine große Bedrohung der freien Meinungsäußerung für Autoren und Verleger.<sup>68</sup>

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass Irlands Gegenwart weiterhin von der vergangenen britischen Kolonialherrschaft sowie von einem streng ausgelegten Katholizismus geprägt ist. Zur gleichen Zeit erweist sich Irland jedoch auch als ein wirtschaftlich und politisch stabiler sowie modernen technologischen Entwicklungen gegenüber aufgeschlossener Staat. Mit der Hilfe der Europäischen Union hat die Republik die traditionell starke Abhängigkeit von Großbritannien reduzieren können. Wenn diese – allein aus den geographischen Verhältnissen heraus – auch nie ganz gelöst werden kann, so befindet sich Irland doch in einer psychologisch gestärkten Position gegenüber dem ‚Großen Nachbarn‘. Diese neu gewonnene Souveränität spiegelt sich auch im irischen Buchhandel wider, wie das folgende Kapitel veranschaulicht.

---

<sup>66</sup> Vgl. Publish and be banned S. 189ff.

<sup>67</sup> Das Justizministerium plant für 2003 eine Überarbeitung des Gesetzes. Brennock, Mark: Minister sets up group on libel law reform. In: The Irish Times, 9. Oktober 2002.

<sup>68</sup> „Da kommt dann die sehr gefährliche Art von Selbstzensur herein, wo man sagt: ‚Ich mach so was nicht wieder‘.“ Edwin Higel: Interview, Anhang V.



### 3. Zur Entwicklungsgeschichte des irischen Buchmarkts

Wie Kapitel 2 verdeutlichte, ging mit der Kolonialisierung Irlands durch die britische Krone die Unterdrückung der irischen Kultur einher. Irland war es demnach von Beginn des Buchdruckzeitalters an auch nicht möglich, eine unabhängige Verlagslandschaft aufzubauen. Des Weiteren bedeutete die Zugehörigkeit zum ‚British Empire‘ auch die Mitgliedschaft im weltweit gespannten englischsprachigen Buchhandel, was die Position des kleinen Landes durch die massiven Importe zusätzlich schwächte. Erst die Unabhängigkeit von Großbritannien ermöglichte den langsamen Aufbau einer eigenständigen verlegerischen Branche.

#### 3.1. Stationen des irischen Buchwesens bis ins 20. Jahrhundert

*„Ireland has lived under the shadow of the union with Great Britain from the start of its modern publishing industry.“*

– Finola O’Sullivan, Lektorin, Gill & Macmillan; Direktorin, ICLA <sup>69</sup>

Im 5. Jahrhundert begann sich in keltischen Klöstern eine spezifische Buchkultur zu entwickeln, die schon zu der damaligen Zeit über die Landesgrenzen hinaus bekannt war und als vorbildlich betrachtet wurde. Die verwendete Schrift, die irische Halbunziale, trat außerhalb Irlands nur noch in England auf. Die Inhalte beschränkten sich nicht nur auf sakrale Texte in Latein, sondern weiteten sich ab dem 7. Jahrhundert auch auf weltliche Texte in Irisch aus. Das im 8./9. Jahrhundert geschriebene Evangelium *Book of Kells* ist wohl das berühmteste Werk dieser Schaffensperiode. Reisende irische Mönche verbreiteten die keltisch geprägte Buchmalerei in Europa und beeinflussten die angelsächsische und karolingische Buchmalerei. Im 8. und 9. Jahrhundert zerstörten einfallende Wikinger viele der irischen Klosterbibliotheken, und die Invasion der Anglonormannen im 12. Jahrhundert brachte die irische Buchproduktion vollkommen zum Erliegen.

Der erste Drucker in Irland, ein Engländer, druckte von 1551 bis 1566 hauptsächlich

---

<sup>69</sup> O’Sullivan: Irish publishers S. 122.

liturgische Bücher. Das erste gedruckte Buch in irischer Sprache, ein Katechismus, erschien 1571.<sup>70</sup> Als Buchdruckzentrum wurde Irland bzw. Dublin zum ersten Mal im frühen 18. Jahrhundert bekannt: Irland unterlag zu diesem Zeitpunkt noch nicht dem britischen ‚Copyrights Act‘, und die Dubliner Verlagsdruckereien konnten durch Zweitverwertung ihre Bücher erheblich billiger als die Londoner Originalausgaben herstellen und verkaufen. Der illegale Export nach England und Nordamerika führte zu einem international florierenden Geschäft.<sup>71</sup> Mit der Angliederung Irlands an Großbritannien und der Einführung eines gemeinsamen Urheberrechts wurde die Nachdruckindustrie eingestellt.<sup>72</sup> Die Unterdrückung der katholischen Bevölkerung führte zu einer massiven Auswanderung irischer Buchhändler nach Nordamerika;<sup>73</sup> erst nachdem die repressiven ‚Penal Laws‘ im späten 19. Jahrhundert etwas abgemildert wurden, konnte sich Irland als Verlagsstandort wieder erholen. Dabei entwickelten sich Zeitungsdruckereien (durch die aufkommenden Zeitungen und Zeitschriften) sehr viel erfolgreicher als Buchdruckereien.<sup>74</sup>

Die Arts and Crafts-Bewegung der Jahrhundertwende übte auch in Irland ihren Einfluss auf die Buchkunst aus. Die bekannteste Privatpresse dieser Zeit war der 1903 von Elisabeth Corbet Yeats als DUN EMER PRESS gegründete und 1908 in CUALA PRESS umbenannte Verlag. Dieser druckte die Werke von William Butler Yeats, Elisabeth’s Bruder, und andere zeitgenössische Literatur;<sup>75</sup> er war jedoch in seiner Art einzigartig und konnte keine umfassende verlegerische Bewegung hervorrufen. Dafür wurden Verleger katholischer Literatur so erfolgreich, dass sich Dublin in der englischsprachi-

---

<sup>70</sup> Vgl. Lennon, Ann; Jefcoate, G. P.: Irland. In: Severin Corsten u. a. (Hrsgg.): Lexikon des gesamten Buchwesens. 2. völlig neu bearb. Aufl. Stuttgart: Anton Hiersemann 1995. Band IV, S. 34–36, hier S. 34.

<sup>71</sup> Vgl. Pollard, Mary: Dublin’s Trade in Books 1550–1800. New York: Oxford University Press 1989.

<sup>72</sup> Diese Phase wird mit spöttischem Seitenblick auf Großbritannien gerne als „The Golden Age of Dublin Publishing“ bezeichnet. Feehan, John M.: An Irish Publisher and his World. Cork: Mercier Press 1969. S. 20.

<sup>73</sup> Vgl. Lennon: Irland S. 34.

<sup>74</sup> In den 40er Jahren des 18. Jahrhunderts waren Bücher das Hauptgeschäft der Bahnhofsbücherstände (Railway Bookstalls); später machten Zeitungen und Zeitschriften die Hauptumsätze. 1901 überstieg die Anzahl der Zeitungshandlungen (Newsagents) zum ersten Mal die der Buchhandlungen. Vgl. Cullen, L. M.: Eason & Son. A History. Dublin: Eason & Son Ltd 1989. S. 4ff.

<sup>75</sup> Vgl. Lennon: Irland S. 35.

gen Welt zum Zentrum katholischer Buchproduktion entwickelte.<sup>76</sup> Zu den wichtigsten Vertretern katholischer Verlage gehörte die Gesellschaft APCK sowie M. H. GILL (später GILL & MACMILLAN). Obwohl selbst protestantisch, verlegte und druckte auch EASON bis in die 30er Jahre sehr erfolgreich katholische Gebetsbücher.<sup>77</sup>

Selbst die staatlichen Förderungsmaßnahmen für irischsprachige Bücher durch den neu gegründeten Staat schafften es zunächst nicht, dass sich in Irland eine Verlagszene aufbauen konnte. Die Buchproduktion verlief im kleinen Rahmen und war inhaltlich auf Regionalia (für den heimischen Markt) sowie katholische Religion (auch für den Export) reduziert.<sup>78</sup> Grund dafür waren unter anderem die qualitativ schlechten, aber kostenintensiven Druckereien, die spätestens zurzeit des Papiermangels im 2. Weltkrieg die verlegerischen Aktivitäten einschränkten.

Vor diesem Hintergrund wirtschaftlich und politisch unsicherer Zeiten sticht die 1913 gegründete TALBOT PRESS hervor: TALBOT war, unter anderem mit der Reihe *Irishman's Library*, der produktivste irische Verlag in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts.<sup>79</sup> Talbot versuchte mit einem Wettbewerb um einen irischen Roman 1921 als erster Verlag offensiv, heimische Autoren von Londoner Verlegern abzuwerben. Sein irisch-nationales Verlagsprogramm in teilweise hervorragender Buchausstattung wurde auch international bekannt.

### 3.2. Der englische Sprachraum

*„The largest producer of English-language titles among all the countries of the world is too near for comfort.“*

– Finola O’Sullivan, Lektorin, Gill & Macmillan; Direktorin, ICLA<sup>80</sup>

Im Unterschied zu den meisten Kleinstaaten Europas (Dänemark, Portugal, Ungarn u. a.) ist der Buchhandel in Irland nicht auf die Landesgrenzen beschränkt, sondern

<sup>76</sup> Vgl. Taubert, Sigfred: *The Book Trade of the World I*. Hamburg, London, New York: Verlag für Buchmarkt-Forschung 1972. S. 291.

<sup>77</sup> Vgl. Cullen: *Eason & Son* S. 223ff.

<sup>78</sup> Vgl. Taubert: *The Book Trade of the World I* S. 294.

<sup>79</sup> TALBOT verlegte in dieser Reihe, in Anlehnung an die erfolgreiche britische Serie *Everyman's Library*, preiswerte Romanklassiker der anglo-irischen Literatur. Vgl. Dunne, John J.: *Sixty Golden Years of Dublin Publishing*. [Dublin: Privatmanuskript 1990]. S. 6 ff.

<sup>80</sup> O’Sullivan: *Irish publishers* S. 120.

Teil eines größeren Sprachraums. Wird die internationale Buchproduktion nach der Sprache aufgeschlüsselt, besitzt der englische Sprachraum mit 27 Prozent den größten Anteil.<sup>81</sup> Großbritannien zählt unter den englischsprachigen Ländern zu den exportstärksten; traditionell wurde die Verbreitung der englischen Kultur in die angeschlossenen Commonwealth-Länder durch Buchexporte unterstützt.<sup>82</sup> Da in allen Commonwealth-Ländern der britische Lehrplan galt, war besonders der Schulbuchexport eine feste Größe im weltweit gespannten Buchhandel.<sup>83</sup>

Der Handel mit Büchern im englischen Sprachraum wird traditionell zwischen Großbritannien und den USA aufgeteilt. Ein Abkommen, das zwar nicht gesetzlich fixiert ist, aber dennoch von den (Publikums-) Verlagen beider Länder akzeptiert und eingehalten wird, regelt die geographische Klassifizierung. Danach unterscheiden sich die buchimportierenden Länder in exklusive, nicht-exklusive und ausgeschlossene Märkte. Exklusive Märkte sind ausschließlich einem der beiden buchexportierenden Ländern vorbehalten: So beliefert nur Großbritannien die Staaten des Commonwealth und Irland. Nicht-exklusive oder offene Märkte wie z. B. Kontinentaleuropa werden von den USA und Großbritannien gemeinsam beliefert. In ausgeschlossenen Märkten wie beispielsweise Kanada verkauft nur der Verlag, der die Originalrechte besitzt – ob britischer oder amerikanischer Herkunft –, seine Bücher. Falls also ein britischer (oder auch irischer) Mutterverlag sein Buch in den USA verkaufen möchte, bietet er einem US-amerikanischen Verlag die Rechte an oder bildet eine Vertriebsgemeinschaft mit einer US-Firma. Umgekehrt wird ein US-amerikanischer Originaltitel für den Absatz in Großbritannien üblicherweise von einem britischen Verleger verlegt bzw. vertrieben. Diese klare geographische Aufteilung verwischt seit den 80er Jahren durch Eingriffe von Regierungen und dem grenzüberschreitenden Internetbuchhandel. Die Länder des Commonwealth beispielsweise beugen sich nicht mehr dem Diktat aus Großbritannien und deklarieren sich zunehmend als offene Märkte.<sup>84</sup> Innerhalb Europas ist die ameri-

---

<sup>81</sup> Der zweitgrößte Sprachraum ist der chinesische mit 13 %, danach der deutsche mit 12 %. Vgl. [http://www.booksellers.org.uk/newlibrary/document\\_view.cfm?document\\_id=206](http://www.booksellers.org.uk/newlibrary/document_view.cfm?document_id=206). Stand: 8. November 2002.

<sup>82</sup> Z. B. 1974: Mit einem Anteil von ca. 45 % des Gesamtumsatzes nimmt UK die Spitzenposition im Buchexport ein. Vgl. Meyer-Dohm, Peter; Strauß, Wolfgang (Hrsgg.): Handbuch des Buchhandels in vier Bänden. Hamburg: Verlag f. Buchmarkt-Forschung 1974. Bd. 1 S. 160.

<sup>83</sup> Vgl. Clark, Giles: Inside Book Publishing. London, New York: Routledge 2001. S. 12f.

<sup>84</sup> Als eines der ersten Länder erklärte sich Indien in den späten 1960er Jahren zum offenen Markt; eines der letzten war 1998 Neuseeland. Vgl. Clark: Inside Book Publishing S. 62. Der australische Buchmarkt zum Vergleich: Auch Australien wird von Buchimporten dominiert

kanisch-britische Absprache wegen des einheitlichen Binnenmarkts seit 1992 nicht mehr aufrechtzuerhalten. Für Irland bedeutete dies, auch von den USA beliefert werden zu können: US-amerikanische Ausgaben konnten nun (entsprechend der Handelsabprache) nach Kontinentaleuropa geliefert und innerhalb der EU (nach EU-Recht) von dort aus nach Irland geleitet werden. Die bisherige Einteilung Irlands als exklusives Exportland für Großbritannien wurde damit hinfällig.<sup>85</sup> Der potenziellen Möglichkeit von Parallelimporten US-amerikanischer Ausgaben (mit Lizenz für die USA) neben britischen Ausgaben (mit Lizenz für Großbritannien) sahen die Iren im Vorfeld des EU-Einheitsmarktes allerdings mit gemischten Gefühlen entgegen. Sie schätzten die Schwächung der britischen Hoheitsrechte zwar als wettbewerbsförderlich ein, befürchteten gleichzeitig jedoch negative Auswirkungen durch einen drohenden Preiskampf.<sup>86</sup> Die Bedenken waren unnötig: Die Möglichkeit der Parallelimporte wird kaum genutzt. Zum einen beweist sich der Handel von Großbritannien nach Irland als starkes Netzwerk, zum anderen relativiert sich der potenzielle Preisvorteil der US-Ausgaben häufig durch Währungsschwankungs- und Transportkosten. Ebenso zählen Aspekte wie eine unterschiedliche und damit für den irischen Kunden ungewohnten Buchgestaltung und eine fehlende PR-Unterstützung der US-Titel als hinderlich.<sup>87</sup> Der britische Verlegerverband schlägt zur Rechtssicherheit trotzdem vor, den EU-Markt als Exklusivmarkt für Großbritannien einzuordnen.<sup>88</sup>

Ein Blick auf britische Exportstatistiken zeigt, dass Irland ein wichtiger Absatzmarkt für britische Verlage ist. Im Jahr 1975 befand sich die Republik an sechster Stelle des

---

und konnte nur zögerlich eine eigenständige Verlagslandschaft entwickeln. Die traditionelle Markteinteilung, die die britische Marktdominanz sicherte, wurde Mitte der 70er Jahre aufgehoben; seitdem ist auch die USA wichtiger Handelspartner. Beide Länder besitzen in Australien Verlagsniederlassungen. 1991 wurde das australische Urheberrecht überarbeitet, sodass zur gleichen Zeit britische, US-amerikanische und australische Ausgaben des gleichen Titels (zu unterschiedlichen Preisen) erhältlich sein können. Vgl. The Euromonitor Book Report 1993. London: Euromonitor 1993. S. 169.

<sup>85</sup> Vgl. Clark: Inside Book Publishing S. 62ff.

<sup>86</sup> Vgl. Farmar, Tony: Market forces. In: BI Nr. 53, Mai 1981, S. 78.

<sup>87</sup> Schon im Rezessionsjahr 1981 wurde im irischen Buchhandel eine Einkaufsaktion bei US-amerikanischen Verlagen in Erwägung gezogen. Durch den schlechten britisch-irischen Wechselkurs und der Mehrwertsteuer-Problematik wurde nach einer Alternative zum Einkauf von britischen Verlagsprodukten gesucht. Die oben aufgeführten Aspekte und die Bedenken vor einer negativen Gegenreaktion der britischen Verleger und stoppten schließlich das Vorhaben. Vgl. Dowey, Mary: The year of the Yanks? In: BI Nr. 52, April 1981, S. 55.

<sup>88</sup> Vgl. The Euromonitor Book Report 1993 S. 167.

britischen Exports,<sup>89</sup> inzwischen hat sie sich – wie Tabelle 1 verdeutlicht – auf die zweite Position hochgearbeitet. Mit einem Wachstum auf 82,3 Mio. Stg£<sup>90</sup> überrundete Irland 2001 sowohl die stagnierenden Australien-Exporte als auch die steigenden Deutschland-Exporte.<sup>91</sup>

**Tabelle 1 – Buchexport des Vereinigten Königreichs nach Zielländern 1997–2001**<sup>92</sup>

Land (Rang nach 2001)	1997 (in Mio. Stg£)	1998 (in Mio. Stg£)	1999 (in Mio. Stg£)	2000 (in Mio. Stg£)	2001 (in Mio. Stg£)
1. USA	178,2	206,8	201,9	212,6	213,1
2. Irland	68,2	65,7	65,9	72,9	82,3
3. Deutschland	82,1	76,2	68,4	70,3	78,1
<i>Welt Gesamt</i>	<i>1.114,6</i>	<i>1.121,9</i>	<i>1.123,4</i>	<i>1.170,9</i>	<i>1.195,3</i>

Das starke Importwachstum Irlands geht dabei einher mit dem Wachstum der eigenen Verlagsbranche. Die starke Position Irlands in den britischen Statistiken lässt sich daher nicht automatisch mit einer steigenden Abhängigkeit von Großbritannien gleichsetzen. Vielmehr ist der Aufschwung einerseits zu erklären mit den stagnierenden Exporten Großbritanniens in die Commonwealth-Länder: Die wichtigsten Handelspartner von 1975, Australien und Nigeria, sind weit abgerutscht (Platz 5 bzw. Platz 23). Andererseits trägt die verbesserte wirtschaftliche Lage der ‚grünen Insel‘ und der damit einher gehenden gesteigerten Kaufkraft zum steigenden Buchumsatz bei. Mit seinem Anteil von 6,4 Prozent am gesamten britischen Export ist Irland also – in einer gefestigten Position – ein unverzichtbarer Absatzmarkt für Großbritannien.

<sup>89</sup> 1975 verteilte sich der Export auf: USA an erster Stelle mit 22,5 % Anteil; Australien an zweiter Stelle mit 17,6 % und Platz 3 Nigeria mit 6,6 % Anteil. Irland kam (nach Kanada und Südafrika) mit 3,9 % Anteil erst an sechster Stelle. Vgl. The Euromonitor Book Readership Survey. London: Euromonitor 1975. S. 22.

<sup>90</sup> Kurs des britischen Pfund zum Euro (Stand 8. November 2002): 1 Stg£ = 1,57 €.

<sup>91</sup> In diesen Zahlen enthalten sind auch Bücher aus den USA, die aus oben genannten Gründen fast ausschließlich über britische Verlage und Distributoren nach Europa und damit auch Irland ausgeliefert werden. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry, Appendix 5B.

<sup>92</sup> Quelle: Department of Trade & Industry. In Auszügen übernommen. Vgl. <http://www.publishers.org.uk/paweb/paweb.nsf/pubframe>. Stand: 8. November 2002

### 3.3. Die Entstehung der Verlagsbranche nach dem 2. Weltkrieg

Die Nachfrage nach Irish Interest war spätestens seit der Gründung der Republik groß. Der Buch- und Zeitschriftenhändler EASON beispielsweise beklagte seit den 30er Jahren, dass nicht der Absatz, sondern die Produktion das Problem war. Sobald ein Irish Interest-Titel veröffentlicht wurde, war ihm eine führende Position auf der EASON-Bestsellerliste sicher.<sup>93</sup> Das Fehlen qualifizierter Verlage, aber auch Autoren waren die Ursache: Irische Autorinnen und Autoren waren gewöhnt, in London einen Verleger zu suchen. Da die Londoner Häuser aber mehr Interesse an belletristischen Titeln als an irlandbezogenen Sachbüchern zeigten, gab es bis dato nur einen unterentwickelten Markt an irischer Sach- und Fachliteratur – ein sinnvolles Betätigungsfeld für heimische Verleger.

#### 3.3.1. Die verlegerische Renaissance im freiheitlichen Klima der 60er Jahre

*„In recent years, the Irish book world, like Irish society itself, has been emerging from the post-colonial period with all the liberating potential such an awakening engenders. It is an exciting time in our literary life as we have begun to take more control of our own affairs.“*

– Laurence Cassidy, ehemals Literature Officer, The Arts Council<sup>94</sup>

Die Wirtschaftskrise der 50er Jahren hatte auch Verlage stark in ihren Aktivitäten eingeschränkt.<sup>95</sup> Das Verlagsadressbuch *Cassell's* listete 1960/61 nicht mehr als zehn irische Verlage auf.<sup>96</sup> Darunter befand sich der 1830 gegründete JAMES DUFFY Verlag (Verlagsschwerpunkt: katholische Religion, Irish Interest), EASON & SON (katholische Gebetsbücher), THE EDUCATIONAL COMPANY OF IRELAND (Lehrbücher), M. H. GILL (katholische Religion, Lehrbücher, Irish Interest), MERCIER PRESS (Theologie), THE RUNA PRESS (Lyrik & Drama) und TALBOT PRESS (Irish Interest).

Katholische Titel und Lehrbücher machten zu Beginn der 60er Jahre den überwiegenden Teil der Verlagsprogramme aus. Die geringe Anzahl an Verlagen und strenge Zensurbestimmungen zwangen irische Schriftsteller zur Abwanderung nach London.

<sup>93</sup> Vgl. Cullen: Eason & Son S. 344f.

<sup>94</sup> Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry, Foreword.

<sup>95</sup> Vgl. Cullen: Eason & Son S. 379.

<sup>96</sup> Vgl. Cassell's Directory of Publishing in Great Britain, the Commonwealth and Ireland 1960/61. London: Cassell 1960. S. 211ff.

Doch das gesellschaftliche Klima änderte sich: Die 60er Jahre wurden zu einer befreienden Dekade für die junge Republik. Das Zweite Vatikanische Konzil (1962–1965) führte mit der Ökumene ein liberaleres Religionsverständnis herbei und die Wirtschaftskrise war überwunden (siehe Kapitel 2).

Die bisher rein katholischen Verlage MERCIER PRESS und VERITAS begannen mit dem Verlegen von Irish Interest. Die internationale Buchgemeinschaft wurde auf die typographisch hervorragend gestalteten Bücher der DOLMEN PRESS aufmerksam. Der Traditionsverlag M. H. GILL ging 1968 eine der ersten irische Allianzen mit einem britischen Verlag ein (MACMILLAN; jetzt GILL & MACMILLAN), wobei er trotz der Namensverschmelzung die verlegerische Unabhängigkeit bewahrte. Die Allianz ermöglichte ihm, über den Partner sein Programm auch in Commonwealth-Staaten zu vertreiben. Die IRISH UNIVERSITY PRESS (IUP) wurde von Briten gegründet, um die tausendbändige *British Parliament Papers of the Nineteenth Century* zu verlegen. 1969 wurden Künstler von der Einkommensteuer befreit; ein Zeichen dafür, dass sich der Staat um die Rückholung seiner Kulturschaffenden bemühte (siehe Kapitel 4.1.3).<sup>97</sup>

Insgesamt gestaltete sich die Verlagslandschaft allerdings kleinteilig: Die 680 gelisteten Titel im *Irish Publishing Record* (IPR) von 1968 wurden von 155 Verlagen verlegt; lediglich elf Verlage davon brachten mehr als zehn Titel heraus.<sup>98</sup>

### 3.3.2. Institutionalisierung in den 70er Jahren

*„It was perhaps simply a chance that so many publishing enterprises were launched at the time ... when we had begun to taste real commercial and export successes, and when we were emerging from the self-doubt and uncertainty that were the heritage of colonialism.“*

– Jeremy Addis, Herausgeber, Books Ireland<sup>99</sup>

Zu den aktivsten Verlagshäusern Ende der 60er Jahre zählten MERCIER, GILL & MACMILLAN, VERITAS und DOLMEN. Deren Verlagsleiter entwickelten bei regelmäßigen Treffen auf der Frankfurter Buchmesse die Idee einer Handelsorganisation. Durch die Zusammenlegung ihrer Kräfte sahen sie eine verbesserte Kommunikationsmöglichkeit im

<sup>97</sup> Vgl. Addis, Jeremy: A noble profession. In: *European Bookseller*. Oktober 1996, S. 49–51, hier S. 50.

<sup>98</sup> Vgl. Farman, Tony: *A Brief History of Clé 1970–1995*. Dublin: Cumann Leabharfoilsitheoirí Éireann, Irish Book Publishers' Association 1995. S. 8.

<sup>99</sup> Addis, Jeremy: Twenty-five years on. In: *BI* Nr. 238, März 2001, S. 45–46, hier S. 45.



internationalen Buchhandel und mit der staatlichen Exportbehörde ‚C oras Tr acht ala‘ (CTT).<sup>100</sup> Am 9. September 1970 wurde CLÉ, THE IRISH BOOK PUBLISHERS’ ASSOCIATION, gegründet; von den sieben Gründungsmitgliedern wurde DOLMEN PRESS-Verleger Liam Miller zum Präsidenten gewählt. Eine der ersten Aktionen war die Zusammenstellung eines Rechtekatalogs für die Frankfurter Buchmesse 1970, über die ersten Jahre hinweg der Tätigkeitsschwerpunkt CLÉ’s.<sup>101</sup> CLÉ’s erste Lobbyarbeit war die Forderung nach einem verringerten Mehrwertsteuersatz für Bücher.

Die Verlagslandschaft gestaltete sich in den 70er Jahren völlig um. Der wirtschaftliche Aufbruch und der Bedarf an Lesestoff veranlassten viele Neugründungen. Alte, traditionsreiche Verlage gaben u. a. wegen ihrer veralteten, katholisch-konservativen Programmgestaltung auf; bedingt durch den zunehmenden ökonomischen Druck mussten jedoch auch Neugründungen nach kurzer Zeit ihren Betrieb wieder einstellen.<sup>102</sup> Zu den Verlagsaufl osungen zählte auch die angesehene IUP im Jahr 1974 – zunächst eine schockierende Nachricht für die junge Verlagslandschaft.<sup>103</sup> Doch die entlassenen, hoch qualifizierten Mitarbeiter nutzten die Aufbruchsstimmung und machten sich selbstständig. Eine Reihe von Unternehmensgründungen wie FOUR COURTS PRESS, IRISH ACADEMIC PRESS, ROUND HALL oder WOLFHOUND prägten die nun beginnende  ra der irischen Verlagsszene. Mit *Books Ireland* gründete 1976 ein weiterer ehemaliger IUP-Lektor (Jeremy Addis) die erste irische buchhändlerische Fachzeitschrift. In Nordirland nahmen die (bis heute wichtigsten) Verlage BLACKSTAFF und APPLETREE den Betrieb auf.<sup>104</sup>

Das steigende Selbstbewusstsein der irischen Verlagsszene äußerte sich auch in Aktionen wie dem ‚Books Ireland Publishers’ Award‘ (BIPA), der ersten ‚Irish Book Week’ oder der Vergabe des ‚Kilkenny Design Awards’.<sup>105</sup> Leider war diesen enga-

---

<sup>100</sup> CTT war bis 1979 der wichtigere staatliche Ansprechpartner für Verlage, noch vor The Arts Council. Vgl. Farmar: A Brief History of Clé S. 8.

<sup>101</sup> 14 Verlage mit 363 Titel im ersten Katalog. Vgl. Farmar: A Brief History of Clé S. 10.

<sup>102</sup> TALBOT PRESS wurde ebenso wie APCK eingestellt. Die 1967 gegründete NEW WRITERS PRESS war als rein ideelles Projekt nicht lange überlebensfähig. Vgl. Farmar: A Brief History of Clé S. 8.

<sup>103</sup> IUP mit über 60 Angestellten musste wegen der Involvierung im kollabierenden britischen Immobilienmarkt aufgelöst werden. Vgl. Farmar: A Brief History of Clé S. 12.

<sup>104</sup> Vgl. Addis: A noble profession S. 50.

<sup>105</sup> Die einander ablösenden Verleger-Auszeichnungen BIPA (bis 1978/1979), Kilkenny Design Awards (bis 1987) und später Irish Book Awards (bis Anfang der 90er Jahre) waren von *Books Ireland* getragen. Nicht nur fehlende Sponsoren, auch der fehlende positive Rückhalt

gierten Versuchen selten ein langes Leben beschieden. Trotz euphorischer erster Stimmen und der allgemeinen Einstellung, dass solche Aktionen den Buchmarkt stimulierten, fanden manche Debütveranstaltungen keine Wiederholung.<sup>106</sup>

Immer mehr irische Verlage wagten sich auf das Gebiet irische Belletristik. WOLFHOUND und O'BRIEN PRESS beispielsweise nahmen irische Literatur in ihr Programm auf, und 1976 entstand mit der IRISH WRITERS' CO-OPERATIVE eine linke Verlagsbewegung der irischen Gegenwartsliteratur, die ein Forum für unbekannte, von Londoner Verlagen zurückgewiesene irischen Gegenwartsauf Autoren bot.<sup>107</sup>

Der Handelsaustausch mit Großbritannien war von Beginn an problematisch. Der britische Buchhandel sah in den jungen und sehr kleinen Verlagen von der ‚grünen Insel‘ zwar keine ernst zu nehmende Konkurrenz und akzeptierte die neuen Kollegen. Die Bestellungen aus Großbritannien blieben jedoch auf einem so niedrigen Niveau, dass mit einer zentralen Distribution die irisch-britischen Handelsverflechtungen effizienter gestaltet werden sollte. Der Vorstoß in den britischen Buchmarkt sollte irischen Verlagsprodukten einen Platz im dortigen Einzelhandel und in den Bibliotheken verschaffen.<sup>108</sup> 1979 wurde mit IRISH BOOKHANDLING (IBh) die erste verlagsunabhängige irische Distributions- und Clearingstelle gegründet.<sup>109</sup> Die zur gleichen Zeit laufenden Verhandlungen CLÉ's über ein ‚Irish Book Centre‘ mit ähnlichen Aufgabengebieten zeigte, dass allgemeiner Bedarf an einem solchen Handelszentrum herrschte. Dennoch schaffte es IBh langfristig nicht, genügend Vertragspartner zu gewinnen. Die Geschäftsidee scheiterte nach sechs Jahren und fand bis heute keine Nachahmung.<sup>110</sup>

---

unter den Verlagen führte zum Einstellen der Projekte. Vgl. Addis, Jeremy <booksi@eir-com.net>. 13. Februar 2003. „BIPA“. Persönliche E-Mail (12. Februar 2003).

<sup>106</sup> Beispielsweise hat es das ‚Dublin Book Festival‘ von 1981 nicht zu einem erneuten Anlauf geschafft. Vgl. Farmar, Tony: Fair appraisal. In: BI Nr. 60, Februar 1982, S. 7.

<sup>107</sup> Das Medienlob machte britische Verlage aufmerksam, die die inzwischen bekannten Autoren unter Vertrag nahmen. Mitte der 80er Jahre musste die CO-OP nach dem Rückzug des Mitbegründers MacDonogh aufgelöst werden. Vgl. MacDonogh, Steve: Open Book. Dingle: Brandon 1999. S. 37ff.

<sup>108</sup> Vgl. O'Brien, Michael: The British market: an Irish irony. In: BI Nr. 40, Januar/Februar 1980, S. 12–13.

<sup>109</sup> Eine Gemeinschaftsinitiative der Verlage WOLFHOUND, DOLMEN und O'BRIEN PRESS. Vorbild war das ‚Centraal Boekhuis‘ (Distributionszentrale für 30 Verlage) in den Niederlanden. Vgl. Farmar, Tony: Cashman, Clé and the handling code. In: BI Nr. 34, Juli 1979, S. 91.

<sup>110</sup> 1985 vertrieb IBh ca. 100 Titel von 12 Verlagen. Vgl. Farmar: A Brief History of Clé S.16.

### 3.3.3. Professionalisierung und Differenzierung in den 80er Jahren

*„The Irish are fighting back ... we're no longer tolerating or accepting cultural decisions made in the power centre of another country.“*

– Laurence Cassidy, ehemals Literature Officer, The Arts Council<sup>111</sup>

In den 80er Jahren werden irische Verlage so etabliert, dass ihre Titel aus dem Buchhandel nicht mehr wegzudenken waren.<sup>112</sup> Die Verlagslandschaft gestaltete sich immer differenzierter, da mehr inhaltlich spezialisierte Verlage – wie beispielsweise der Lyrikverlag SALMON PRESS (gegründet 1981) oder der feministische Verlag ATTIC PRESS (gegründet 1986) – in Erscheinung traten.<sup>113</sup>

Die nationale, vom britischen Vorbild losgelöste Mehrwertsteuerregelung verkomplizierte in den frühen 80er Jahren zunächst die britisch-irischen Handelsbeziehungen. Die Proteste der Buchbranche wurden jedoch erhört und Bücher nach britischen Vorbild auch in Irland von der Mehrwertsteuer befreit (siehe auch Kapitel 4.1.3). Diese Entscheidung kam so schnell und überraschend, dass eine von CLÉ geplante Anti-VAT-Kampagne (VAT = Value Added Tax) überflüssig wurde. Die damit frei gewordenen finanziellen Mittel flossen nun in ein mit dem Buchhandelsverband beschlossenes Gemeinschaftsprojekt, der ‚Irish Books Marketing Group‘. Diese wurde von Verlegern und Buchhändlern geleitet und startete ihre Aktivitäten mit der Kampagne ‚Books are Cheaper Now‘ als werbebegleitende Aktion des Wegfalls der MwSt.<sup>114</sup> Die Irish Books Marketing Group stellte eine verbesserte irische Bestsellerliste auf, initiierte die zweite Fishwick-Studie (und damit eine erste groß angelegte Untersuchung der Branche) und gründete 1983 mit dem ‚Book House Ireland‘ (BHI) ein gemeinsames Forum für Verleger und Buchhändler. Auf Grund finanzieller Probleme CLÉ's, aber auch wegen der fehlenden zwingenden Notwendigkeit,<sup>115</sup> wurde das Projekt 1992 wieder eingestellt.

---

<sup>111</sup> Carson, Liam: Green light for Irish publishing. In: European Bookseller. November/Dezember 1993, S. 65–66, hier S. 65.

<sup>112</sup> Im Weihnachtsgeschäft 1986 führte die Top-Ten-Bestsellerliste des Großhändlers EASON WHOLESALE nur zwei nicht-irische Titel. Vgl. Addis, Jeremy: Noel, Noel. In: BI Nr. 110, Februar 1987, S. 12.

<sup>113</sup> Vgl. Bourke, Eva: Die irischen Verlage. In: Magazin Ireland Books Ireland. Hrsg. v. Gerhard Heimler. Frankfurt am Main: Erin Edition 1996, S. 77–99, hier S. 77.

<sup>114</sup> Vgl. Farmar: A Brief History of Clé S. 18.

<sup>115</sup> Vgl. Farmar: A Brief History of Clé S. 15ff.

Der enge informelle Kontakt der kleinen Verlags- und Buchhandelsbranche kommt außerdem auch zum Ausdruck in: Gemma Barry: Interview, Anhang V.

1979 führte die Loslösung der irischen von der britischen Währung bei einem sofortigen Ansteigen des irischen Pfund zu erhöhten Preisen für importierte Bücher<sup>116</sup> und damit zu einer wirtschaftlichen Krise der irischen Buchhandlungen. Zum ersten Mal wurde an der grenzüberschreitenden Buchpreisbindung durch die Währungstrennung gerüttelt.<sup>117</sup> Andererseits brachte sie den Vorteil, dass bei günstigeren Verkaufspreisen irischer Bücher die Nachfrage nach in Irland produzierten Titeln spürbar stieg.<sup>118</sup>

In den Jahrhunderten der britischen Herrschaft war es Irland nicht möglich gewesen, ein eigenständiges Buchhandels- und Verlagsnetz zu entwickeln. Erst mit der staatlichen und wirtschaftlichen Unabhängigkeit setzte der Aufbau einer Verlagslandschaft ein, welche sich schnell professionalisierte und ausdifferenzierte. Der Kollaps der IUP 1974 setzte genau zu dem Zeitpunkt qualifizierte Lektoren frei, als mit der politischen Öffnung Irlands und einem liberaleren gesellschaftlichen Klima die Zeit reif war, durch Verlagsneugründungen der Nachfrage nach irischen Themen zu entsprechen. Die Kehrseite der euphorischen Stimmung in der Verlagsbranche war die erstaunlich hohe Anzahl an Betriebsauflösungen noch bevor diese eine signifikante Größe erreichten. Das Manko der irischen Verlage wurde bald deutlich: Weder gab es ausgebildetes Marketing- und PR-Personal, das den Vertrieb im In- und Ausland forcieren konnte, noch war es den kleinen, vom Küchentisch aus geführten Verlagen möglich, sich die nötige finanzielle Absicherung zu verschaffen. Die engagierten Verlagsgründer hatten selten das organisatorische und buchhalterische Know-how, um einen Verlagsbetrieb über die ersten Liebhaberproduktionen hinaus langfristig aufrecht zu erhalten. Der neu gegründete Verlegerverband CLÉ war ein positives Zeichen für eine aufstrebende Branche; jedoch musste CLÉ selbst erst wachsen und konnte so den jungen Verlagen als Dach- und Lobbyverband zunächst nur bedingt zur Seite stehen. Die Dominanz der Verlagsprodukte aus Großbritannien bleibt ungebrochen: Britische Verlage können Irland weiterhin als heimischen Markt betrachten. Das hat Folgen auf die Ausgestaltung des aktuellen Marktgeschehens, wie das folgende Kapitel ausführen wird.

---

<sup>116</sup> Das 60 %-ige Umsatzwachstum zwischen 1981 und 1985 war hauptsächlich durch die Preissteigerung verursacht. Vgl. Farmar: *A Brief History of Clé* S. 18f.

<sup>117</sup> Vgl. Farmar, Tony: *Slipping through the net*. In: *BI* Nr. 50, Dezember 1981, S. 9.

<sup>118</sup> *Books Ireland* berichtete von einem auffälligen Verkaufserfolg irischer Bücher im Vorweihnachtsgeschäft 1981. Eines der beliebtesten Bücher, Paddy Crosby's *Your Dinner's Poured Out*, schaffte es zu einer Erstauflage von 3.000 Exemplaren, die innerhalb von drei Wochen vergriffen war. Vgl. *Christmas breakthrough*. In: *BI* Nr. 60, Februar 1982, S. 6.

## 4. Analyse der aktuellen Marktstrukturen

Zunächst werden die Rahmenbedingungen des irischen Buchhandels aufgeführt, die dem irischen Buchmarkt sein individuelles Gesicht verleihen. Die staatliche Kulturförderung und der Status der beruflichen Aus- und Weiterbildung gehören dabei zu den wichtigsten Aspekten. Der zweite Abschnitt des Kapitels beleuchtet, vom Produzenten bis zum Rezipienten, die Akteure des Buchmarkts, wobei im Hinblick auf die Themenstellung der Schwerpunkt auf den eigentlichen Buchhandel (Verlage, Zwischen- und Einzelbuchhandel) gelegt ist. Charakteristische oder ökonomisch wichtige Buchsachgruppen verdeutlichen die Eigenheiten des irischen Lesebedarfs. Das Kapitel wird beendet durch eine Rekapitulation der gewonnenen Ergebnisse in Anlehnung an eine betriebswirtschaftliche Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse.

In den folgenden Abschnitten wird verschiedenes statistisches Zahlenmaterial aufbereitet und analysiert. Uneinheitliche Quellen, Währungsangaben und –schwankungen lassen Vergleiche nur bedingt zu. Die Definition, was unter einem Buch zu verstehen ist, wird sehr unterschiedlich vorgenommen: Die Statistiken des Im- und Exports beispielsweise ermitteln Zahlen für ‚Printed Matter‘, also alle Druckerzeugnisse;<sup>119</sup> die irischen Buchmarktstudien nehmen dagegen sogar den Handel mit PC-Handbüchern (wie auch Unternehmens- und Staatspublikationen) aus ihren statistischen Daten heraus.<sup>120</sup> Auch die Ungenauigkeit des Datenmaterials gestaltet sich problematisch. Die Studien über den irischen Buchmarkt beruhen bisher lediglich auf Schätzungen bzw. Befragungen der wichtigsten, durch CLÉ organisierten Verlage.<sup>121</sup> Die Daten werden dabei bewusst nur in groben Kategorien erhoben, damit, was bei dem kleinen Buch-

---

<sup>119</sup> So wies Irland im Jahr 1952 nach einer UN-Studie über den internationalen Handel von ‚Printed Matter‘ den beachtlichen Importwert von 3.620.000 US-\$ und einen Export von 1.517.000 US-\$ auf. Vgl. Barker, R. E.: Books for All. Paris: UNESCO 1956. S. 24f.

<sup>120</sup> Die ‚Manuals‘ für die in Irland hergestellten PC’s und Computerteile werden teilweise im Ausland produziert, nach Irland importiert und dann zusammen mit dem Produkt wieder exportiert. Vgl. Fishwick: The Market for Books in the Republic of Ireland S. 3f.; vgl. auch Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 2.1.

<sup>121</sup> Die aktuellste Studie beispielsweise basiert auf den Antworten von 34 Verlagen. Vgl. Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998 S. 2.

markt relativ einfach wäre, nicht Rückschlüsse auf einzelne Unternehmen gezogen werden können. Erst ab 2003 werden valide Zahlen durch eine unabhängige, elektronische Überwachung der Buchverkäufe erhältlich sein (siehe Kapitel 1.3).

## 4.1. Rahmenbedingungen

### 4.1.1. Buchmarkt ohne Preisbindung

*„In June 1994, when the Irish Competition Authority ruled against resale price maintenance in the book trade, few could have foreseen the current buoyancy.“*

– Michael Gill, Verlagsleiter, Gill & Macmillan<sup>122</sup>

#### Die Situation vor und nach dem Wegfall des Net Book Agreement

Seit dem 1. Januar 1900 war das Net Book Agreement (NBA) in Großbritannien die gesetzlich autorisierte Ausnahme vom britischen Wettbewerbsgesetz (Resale Prices Act). Irland, das selbst kein Verbot der Preisbindung kannte, war durch ein ‚Gentlemen’s Agreement‘ an die britische Version der ‚Resale Price Maintenance‘ (RPM) gebunden. Die Preisbindung wurde dabei nicht kollektiv, sondern auf das individuelle Buch angewandt: Die am NBA beteiligten Verlegerinnen und Verleger verpflichteten sich, die ‚Net Books‘ nur zu bestimmten Vertragsbedingungen an den Handel weiterzuverkaufen (horizontale Preisabsprache zwischen Verlagen), und der Handel verpflichtete sich zur Einhaltung des Verkaufspreises (vertikale Preisabsprache).<sup>123</sup> Da die Vertragsbedingungen bei der Teilnahme am NBA sehr offen gestaltet waren, hatte diese Variante der Buchpreisbindung nie einen so stark reglementierenden Charakter wie beispielsweise die deutsche.<sup>124</sup> Der britische Verlegerverband setzte jedoch den breiten Einsatz des NBA im Einzelhandel durch und kontrollierte auch die Ausnahmevereinbarungen bei Buchclubs und Bibliotheken.

---

<sup>122</sup> Gill, Michael: Dateline Dublin. In: Logos. London: Whurr Vol. 10 Iss. 1 1999, S. 22–25, hier S. 24.

<sup>123</sup> Vgl. Goldschmitt, Regina: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. Wiesbaden: Otto Harrassowitz 2000. S. 60ff.

<sup>124</sup> Z. B. konnte der Buchhändler das preisgebundene Buch nach einem Jahr reduzieren, oder Bücher konnten aus dem NBA heraus- und wieder hineingenommen werden. Der Verlag selbst konnte seine Bücher zu beliebigen Preisen direkt verkaufen, denn nur der Einzelhandel war zur Preisbindung verpflichtet. Vgl. Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung S. 60ff.

Schon Ende der 70er Jahre wurde wegen der Währungstrennung die Aufgabe des Preisbindungssystems in Irland befürchtet, da der Grundsatz der einheitlichen Preise damit durchbrochen war.<sup>125</sup> Auslöser für den Fall des NBA war dann allerdings nicht das drohende gerichtliche Verbot (siehe unten), sondern die stagnierende wirtschaftliche Situation, die den Wettbewerbskampf unter den Buchhandlungen anfachte.<sup>126</sup> Die Verifizierung europäischer Gesetzesvorhaben sprach gegen eine Beibehaltung der grenzüberschreitenden Preisbindung. Die Entscheidung der EG-Kommission, dass das NBA nicht auf Exportware in Mitgliedstaaten angewendet werden darf,<sup>127</sup> wurde 1992 vom Europäischen Gerichtshof in die Praxis umgesetzt und führte zum Verbot des NBA im irisch-britischen Handel. Der britische Verlegerverband legte Berufung ein, da die Gefahr bestand, dass durch Reimporte das britische Preisbindungssystem unterlaufen werden könnte;<sup>128</sup> Irland versuchte gleichzeitig, eine nationale Gesetzgebung in die Wege zu leiten. Im Juni 1994 erklärte die neu gegründete ‚Irish Competition Authority‘ jedoch eine auf Irland begrenzte Anwendung des NBA für ungesetzlich.<sup>129</sup> Zwar versuchte die irische Regierung zunächst weiterhin, eine nationale Preisbindung durchzusetzen; mit der Auflösung des NBA in Großbritannien wurden diese Bemühungen aber nichtig.<sup>130</sup>

Es dauerte bis zur umsatzstarken Vorweihnachtszeit, also fast ein halbes Jahr nach der Gesetzesänderung, bis in Irland die Buchhandlungen auf die Möglichkeit der freien Preisgestaltung wahrnahmen: Die Buchhandelskette DILLON’S, die zu der Zeit noch die Buchhandlung HODGES FIGGIS besaß, startete dort eine große Werbekampagne über 10 Prozent Nachlass auf alle geführten Bücher an allen Adventssonntagen. WATERSTONE’S reagierte prompt und überbot den Rabatt. Die aus dem gegenseitigen

---

<sup>125</sup> Vgl. Not embattled enough: Bookselling in the 1980s. In: BI Nr. 21, März 1978, S. 25.

<sup>126</sup> Die Ketten DILLONS und ASDA verkauften Bücher der nicht am NBA teilnehmenden Verlage zu Tiefpreisen; RANDOM HOUSE und HARPERCOLLINS erarbeiteten zusammen mit der Buchhandelskette W. H. SMITH eine Preisaktion. Das NBA brach im September 1995 wegen fehlender Unterstützung innerhalb der Branche zusammen. Vgl. Clark: Inside Book Publishing S. 22f.

<sup>127</sup> 1987 entschied die EG-Kommission, dass die Anwendung des NBA in Irland ein Verstoß gegen den Artikel 85 des ‚Treaty of Rome‘ darstellt. Vgl. The Euromonitor World Book Report 1992 S. 217.

<sup>128</sup> Vgl. Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung S. 68f.

<sup>129</sup> Vgl. Brown: Books in Ireland S. 18.

<sup>130</sup> Eine Gesetzesgrundlage wäre Artikel 28 des Maastricht-Vertrags gewesen, der eine Zusammenarbeit von Mitgliedstaaten unter kulturellen Vorzeichen duldet. Eine nationale Preisbindung ohne eine entsprechende Regelung im gleichsprachigen Nachbarstaat ist jedoch sinnlos. Vgl. No hope for maintained prices in Ireland. In: The Bookseller, 3. Nov. 1995, S. 15.

Überbieten resultierende Preisnachlass-Spirale zog auch die in der Nähe liegende unabhängige Buchhandlung HANNA'S mit hinein; ansonsten reagierten die irischen Buchhändlerinnen und Buchhändler jedoch durchweg ablehnend auf den Preiskrieg. Sie sahen in ihm lediglich ein Mittel der britischen Ketten zum Konkurrenzkampf, welcher in Großbritannien (noch) nicht möglich war.<sup>131</sup> Die gemeinsame Front der irischen Buchhandlungen – sie wollten erst an einem Preiskrieg teilnehmen, wenn keine andere Möglichkeit mehr blieb – zahlte sich insofern aus, als dass in Irland bis heute Preisnachlässe bei Büchern nur moderat eingesetzt werden.<sup>132</sup> Auch die Verlage sind vom Einzelhandel nicht unter Druck gesetzt worden.<sup>133</sup> Generell gilt also die Aussage: „the pricing situation in Ireland today is delicately balanced“.<sup>134</sup>

### Die langfristigen Auswirkungen im Vergleich zu Großbritannien

Ganz im Gegensatz zu den Befürchtungen im Vorfeld wirkte sich die Aufhebung des NBA gar nicht<sup>135</sup> oder sogar positiv auf den irischen Buchhandel aus. Mit der leicht gesteigerten, jedoch nicht existenzbedrohenden neuen Konkurrenzsituation wurden viele Buchhandlungen angespornt, ihren Service gegenüber dem Endkunden auszuweiten und zu verbessern.<sup>136</sup> Die unterschiedlichen Preise, die in Irland für den gleichen Titel gezahlt werden können, variieren am stärksten zwischen einer kleinen unabhängigen Buchhandlung und den ansässigen britischen Buchhandelsketten. In umsatzstarken Zeiten kann die Preisdifferenz bei einem Bestseller tatsächlich signifikante Ausmaße annehmen.<sup>137</sup> Auch im Rahmen zeitlich begrenzter Werbeaktionen zeigen

---

<sup>131</sup> WATERSTONE'S unterstützte damals noch die Beibehaltung des NBA. Vgl. Price war breaks out in Dublin. In: *The Bookseller*, 2. Dezember 1994, S. 5–6.

<sup>132</sup> „The discount wars that are happening in the UK is something we are trying not to encourage here.“ Tom Owens: Interview, Anhang V.

<sup>133</sup> Um einen Preiskrieg führen zu können, handeln Buchhandelsketten üblicherweise Spezialbedingungen beim Einkauf aus. Vgl. No hope for maintained prices in Ireland.

<sup>134</sup> The Euromonitor World Book Report S. 217.

<sup>135</sup> „I think despite all our worries within the trade it [the abandonment of the NBA] really hadn't any effect.“ Fergal Stanley: Interview, Anhang V.

<sup>136</sup> Die Auswirkungen der Aufgabe des NBA waren eine Steigerung der Anzahl an Buchhandlungen (z. B. vorsichtiges Expandieren von DUBRAY BOOKS) und ein sehr offensichtliches Investieren in Ladenausstattung und Lager durch die etablierten Läden (z. B. O'MAHONY'S BOOKSHOP in Limerick sowie HANNA in Dublin. Vgl. Gill: *Dateline Dublin* S. 24.

<sup>137</sup> Ein Preisvergleich in den Weihnachtskatalogen der größten Buchhandlungen EASON'S, WATERSTONE'S und HODGES FIGGIS von 2002 zeigten bei den populärsten Titeln teilweise auffällige Preisunterschiede bis hin zu 12 Euro zugunsten WATERSTONE'S. Vgl. Hodges Figgis: *The Diamond Collection of Books. Christmas Catalogue. Dublin 2002; Waterstone's Christmas Gift*



sich (geringe) Preisdifferenzen. Hier kann das vermeintliche Angebot („Three for the Price of Two“) jedoch reine Augenwischerei sein, da die Preise der reduzierten Bücher im Vorfeld erhöht worden sind.<sup>138</sup> Auch ansonsten hält sich der irische Einzelhandel meistens an den aufgedruckten empfohlenen Verkaufspreis (bei irischen Verlagsprodukten) oder an den entsprechenden Gegenwert in der eigenen Währung (bei Importen). Lediglich Währungsschwankungen führen dann zu leichten, kaum wahrnehmbaren Preisunterschieden.<sup>139</sup>

Während in Großbritannien das Marketing über den Preis inzwischen zur wichtigsten Werbemaßnahme des Buchhandels geworden ist, gestaltet sich die Lage in Irland auf Grund der Konkurrenzsituation vollkommen unterschiedlich: Zum einen fehlt die Marktmacht der großen Supermärkte und Internetbuchhandlungen, zum anderen sind außer Waterstone's keine weiteren multinationalen Buchhandelsketten ansässig, so dass der in Großbritannien vorherrschende Kannibalisierungsaspekt wegfällt.<sup>140</sup> Die Preisreduktionen in Großbritannien sind teilweise so massiv, dass sich auch für irische Buchkunden – trotz erhöhter Versandkosten – ein Kauf im Ausland lohnen kann.<sup>141</sup>

---

Guide. Reviews by Waterstone's Booksellers from across Ireland and the UK. [Dublin:] 2002; Eason Christmas Gift Collection. [Dublin:] 2002.

<sup>138</sup> Wenn also im Rahmen einer Taschenbuchaktion spezielle Titel für ‚3 for 2‘ offeriert werden, haben diese meist einen Preisunterschied zu anderen Buchhandlungen von plus 1 bis 2 Euro. Das zeigt sich auch in den Weihnachtskatalogen von HODGES FIGGIS und EASON'S. Vgl. Hodges Figgis: The Diamond Collection of Books und Eason Christmas Gift Collection.

<sup>139</sup> Selbst in der gleichen Buchhandlung kann ein Titel, wenn zu unterschiedlichen Zeitpunkten eingekauft, durch die Währungsumrechnung unterschiedlich ausgepreist sein. Die buchhändlerische Praxis besagt in dem Fall, dass auf einen aufwändigen Preisabgleich verzichtet wird und der Kunde das preisgünstigste Buch erwerben darf.

<sup>140</sup> Der Preiskampf ist in Großbritannien stärker als in den USA. Nach einer aktuellen Studie des britischen Verlegerverbandes werden 52 % aller Buchtitel von dem einen oder anderen Händler mit Rabatt angeboten. In den USA stehen nur die aktuellen Bestseller im Preiswettbewerb zueinander. Vgl. The Publishers Association; General Books Council Statistics Unit; NIELSEN BOOKSCAN UK (Hrsgg.): Quarterly UK/USA Price Comparison Index September 2002. [Eigenpublikation, vervielfältigt] S. 1f.

<sup>141</sup> Es gibt inzwischen Unternehmen wie beispielsweise BOOKBRAIN, die einen Preisvergleich für im Internet angebotene Bücher offerieren („Book Price Comparison Engines“).

### 4.1.2. Staatliche Förderung

*„Ireland has a tiny population and it is very important that there will be works that reflect the reality of this country. [...] I think it is incumbent on our state to support high quality works of literature.“*

– Sinéad Mac Aodha, Literature Officer, The Arts Council <sup>142</sup>

Seit Entstehung des Freistaats 1921 fördert der Staat irischsprachige Bücher.<sup>143</sup> Heute besteht ein vielschichtiges und verzweigtes Subventionierungssystem auch englischsprachiger Titel sowie deren Verlage und Autoren. Das umfassendste Instrument der Kulturförderung ist der Kulturrat (The Arts Council). Weitere Stellen fördern im Speziellen die irische Sprache, Marketingaktivitäten, Exportaktivitäten, Aus- und Weiterbildung oder ähnliche Teilgebiete, die auch im verlegerischen Bereich eine Rolle spielen. Hinzu kommen verschiedene regionale Zuwendungen.

#### The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon

Die gesetzliche Grundlage der 1951 gegründeten unabhängigen Körperschaft ist der ‚Arts Act‘ von 1951 bzw. 1973.<sup>144</sup> Drei Hauptstrategien verfolgt der Arts Council: Beratung, finanzielle Förderung und Politikgestaltung; seine Mittlerstellung garantiert dabei die Trennung von staatlicher Unterstützung und staatlicher Kontrolle.<sup>145</sup> Der für Verlage zuständige Bereich ‚Literature‘ ist eine von acht Förderkategorien (z. B. auch Architektur, Tanz, Theater, Film). Die Subventionierung setzt auf verschiedenen Ebenen an: Künstler werden individuell gefördert (Literaturpreise, Stipendien etc.), interdisziplinäre Künste werden durch Einrichtungen oder Veranstaltungen unterstützt (Lesungen, Literaturfestivals etc.), und Projektfinanzierungen kommen Organisationen und Institutionen zugute (Übersetzungsförderung, Verbandsarbeit).<sup>146</sup>

---

<sup>142</sup> Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.

<sup>143</sup> Vgl. Lennon: Irland S. 35.

<sup>144</sup> Eine Revision bzw. Aktualisierung steht erneut an, da sich die Tätigkeiten des Arts Councils erweitert und verändert haben. Vgl. The Arts Council (Hrsg.): Annual Report 1999. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon 2000. S. 4.

<sup>145</sup> Der Arts Council wird von der Regierung auf fünf Jahre ernannt. Der zurzeit tätige 11. Kulturrat von 1998 hat 32 aktive Mitarbeiter. Vgl. The Arts Council (Hrsg.): The Arts Plan 2002–2006. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon 2002. Umschlag und S. 6.

<sup>146</sup> Vgl. <http://www.artscouncil.ie/english.asp?page=organisation/main1a.htm>. Stand: 26. Juni 2002.

Seit Beginn der 70er Jahren unterstützt der Kulturrat literarisch-kulturelle Aktivitäten durch die Förderung von Autoren, literarischen Organisationen, Verlegern und Literaturzeitschriften. Die Förderung gilt der gegenwärtigen irischen Literatur, ob schriftlich oder wörtlich, in Irisch oder Englisch, von der Insel oder von irischen Autoren im Ausland.<sup>147</sup> Die Verlagsbranche wird zum einen als künstlerisch-kreative Tätigkeit, zum anderen unter dem Aspekt einer unabhängigen Kulturindustrie gefördert: Die eigene Landeskultur sollte nicht von britischem Wohlwollen abhängig sein.<sup>148</sup>

### **The Arts Council: Förderungspolitik für das Literatur- und Verlagswesen**

Die Kulturpolitik des Kulturrats unterliegt über die Jahre hinweg ständigen Anpassungen an aktuelle Bedürfnisse, was auch oft veränderte Förderungsbedingungen für Verlage bedeutet. Seit 1995 werden die grundlegenden Strategien in einem ‚Arts Plan‘ schriftlich niedergelegt. Der ‚Arts Plan 2002‘ hat eine dieser inhaltlichen Weiterentwicklungen erfahren: Der Kulturrat möchte sich innerhalb der nächsten fünf Jahre von der traditionellen Funktion als reiner Geldgeber lösen und seine Beratungs- und Planungsfunktion stärker in den Vordergrund zu rücken, sich also in eine „agency for developing the arts in Ireland“ wandeln.<sup>149</sup>

Der Sektor ‚Literature‘ wird in dem neuen Arts Plan mit der übergeordneten Zielvorgabe „Increase the audience for literature“ verknüpft.<sup>150</sup> Da nach Ansicht des Arts Councils zwar quantitativ viel, aber qualitativ zu wenig gelesen wird, sollen nicht nur kritische und neue Formen der Literatur selbst, sondern auch ihr Abnehmerkreis gefördert werden. Der neue Schwerpunkt auf anspruchsvollem Lesen stellt dabei sicher, dass – als Grundvoraussetzung für die Verbreitung des Mediums Buch – auch der Kreis der Rezipienten erweitert wird. Das irische Verlagswesen wird besonders bezüglich des Fortbestandes gefördert.

---

<sup>147</sup> Die Politik der Zweisprachigkeit besteht seit 1985. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 6.3.

<sup>148</sup> Z. B. hätte dann die Rechtsnachfolge von DOLMEN nicht an einen britischen Verleger von Irish Interest (COLIN SMYTHE) gehen müssen. Kelly, Shirley: Workaholic with designs on the 19th century. In: BI Nr. 219, Februar 1999, S. 9–10.

<sup>149</sup> „A development agency for the arts means that we enable people to become self-starters. We don’t just want to be a bank machine that dispenses cash, we also want to provide advice and encouragement.“ Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.

<sup>150</sup> The Arts Council: The Arts Plan 2002–2006 S. 32.

Die Schlüsselprobleme des irischen Literaturwesens sind laut dem neuen Arts Plan

- der funktionale Analphabetismus als Lesebarriere,
- der Mangel an irischsprachiger Literaturproduktion und -rezeption sowie Übersetzungen,
- die geringe Anzahl an Autorinnen und Autoren, die hauptberuflich vom Schreiben leben können,
- die mangelhafte Nachfolgeregelung im irischen Verlagswesen, welche die Vielfalt der irischen Literatur bedrohen könnte sowie
- die fehlende internationale Wettbewerbsfähigkeit irischer Verlage.

Der Arts Council arbeitet dem entgegen, indem er

- literarisch wertvolles Lesen fördert,
- den Beitrag literarischer Texte an Alphabetisierungsprogrammen vorantreibt,
- die Kapazitäten literarischer Verlage für die Aufrechterhaltung des Betriebs steigert,
- die Anzahl kreativer Schriftsteller, die auf Irisch schreiben, erhöht sowie
- den Zugang zu Medien und Literaturveranstaltungen – so genannten „promotional platforms“<sup>151</sup> – für irische Autoren im In- und Ausland erleichtert.

Die Kriterien, an denen der Erfolg gemessen werden soll, sind

- gesteigerte Leserzahlen, insbesondere bei den Jugendlichen,
- mehr Buchumsatz irischer Autoren im In- und Ausland, ermittelt durch ein Trenderfassungssystem,<sup>152</sup>
- qualitativ höhere Texte in Alphabetisierungsprogrammen,
- die verstärkte verlegerische Zusammenarbeit, um das irische Literaturwesen im In- und Ausland bekannt zu machen und so die Produktivität zu steigern,
- die einträglichere Möglichkeit des Schreibens in irischer Sprache sowie
- die gesteigerte Präsenz irischer Schriftsteller in Medien und auf literarischen Veranstaltungen.<sup>153</sup>

---

<sup>151</sup> The Arts Council: The Arts Plan 2002–2006 S. 33.

<sup>152</sup> „What will happen is that through CLÉ a system will be devised probably with the help of one of the English data collection and book services, and a closer cooperation with the book-sellers.“ Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V. Siehe Kapitel 4.3.1.

<sup>153</sup> Vgl. The Arts Council: The Arts Plan 2002–2006 S. 33.

Im Jahr 2000 wurde der Bereich Literatur mit 1.650.000 Euro und damit einem Anteil von 3,5 Prozent am Gesamtbudget des Arts Councils gefördert.<sup>154</sup> Da die traditionellen, jeweils auf die einzelnen Künste ausgerichteten Budgets immer mehr in funktionalere, kategorienübergreifende Budgets umgewandelt wurden, ist der gesamte Förderungsbetrag für die Literatur und dementsprechend auch für das Verlagswesen inzwischen nicht mehr so einfach zu ermitteln.<sup>155</sup> Tabelle 2 zeigt anhand der (noch kategorientreuen) Budgetverteilung von 1994 jedoch eine deutliche Grundtendenz: Die Verlagsförderung hat keine vorrangige Stellung inne; der Förderungsschwerpunkt liegt, wenn die Budgets für die Künstlerakademie und Schriftsteller zusammengezogen werden, auf dem individuellen Künstler.

**Tabelle 2 – The Arts Council: Budgetaufteilung der Abteilung ‚Literature‘ 1994**<sup>156</sup>

Posten	Budgetanteil
Künstlerakademie Aosdána (siehe 4.2.4)	40,0 %
Verlage (siehe 4.2.1)	32,5 %
Literarische Organisationen (Poetry Ireland, IWC, CLÉ und ILE) (siehe 4.1.6)	13,5 %
Schriftsteller (Stipendien, ‚Writers in Residence‘-Programme)	11,0 %
Literaturzeitschriften und <i>Books Ireland</i>	3,0 %
<i>Gesamt (835.000 IR£)</i> <sup>157</sup>	<i>100,0 %</i>

Seit der Budgetänderung bezieht das Literatur- und Verlagswesen seine Zuschüsse (Revenue Grants) aus Finanzposten wie ‚Publishers and publications‘, aber ebenso auch aus ‚Events and Festivals‘ oder ‚Youth Ensembles and Resources‘.<sup>158</sup> Die Gesamtförderung von 955.987 Euro innerhalb der Kategorie ‚Publishers and publications‘ wird 2002 auf insgesamt 28 einjährige Zuschüsse aufgeteilt, davon gehen 15 an

<sup>154</sup> Vgl. The Arts Council (Hrsg.): Annual Report 2000. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon 2001. S. 33.

<sup>155</sup> Vgl. The Arts Council (Hrsg.): Annual Report 1999 S. 5.

<sup>156</sup> Eig. Berechnung nach: Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 6.4.

<sup>157</sup> Der zum Euro festgelegte Kurs des irischen Pfund: 1 € = 0,79 IR£ bzw. 1 IR£ = 1,27 €.

<sup>158</sup> Auch die letztgenannten Posten fördern den Literaturbetrieb wie beispielsweise durch die Projekte ‚Writers‘ Week Listowel‘ oder ‚Kid’s Own Publishing Partnership‘. Vgl. The Arts Council (Hrsg.): Art Matters. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon, Issue 39, March 2002. S. 7ff.

Verlage.<sup>159</sup> Leider wird in keiner der Publikationen des Arts Councils ersichtlich, wofür die Zuschüsse genau bestimmt sind. Die größten Posten unter den Verlagen erhielten der Kunst- und Architekturverlag GANDON EDITIONS mit 124.500 Euro und der Lyrikverlag GALLERY PRESS mit 117.000 Euro.<sup>160</sup> Die Anzahl der geförderten Verlage hat mit der Umstrukturierung des Budgets zum Vorteil der Literaturzeitschriften über die letzten Jahre hinweg abgenommen. Viele Verlage erhalten permanent eine regelmäßige Geldzuwendung wie beispielsweise der Lyrikverlag SALMON PRESS; die Subventionierung dient hier offensichtlich der Existenzsicherung. Zusätzlich profitieren Verlage indirekt von den mehrjährigen Förderprogrammen für Institutionen, Verbände und Literaturorganisationen. CLÉ wurde in diesem Rahmen beispielsweise mit 29.000 Euro bedacht, die Übersetzungsagentur ILE mit 182.000 Euro.<sup>161</sup>

### **Allgemeine staatliche Verlagsförderung**

Obwohl der Arts Council seit Beginn seines Bestehens das Verlegen von Einzeltiteln unterstützte, haben sich seine Bemühungen erst Ende der 70er Jahre so intensiviert, dass von einer relevanten Förderung der Verlagsbranche geredet werden kann.<sup>162</sup> Das zeigte sich nicht nur an der Aufstockung der Fördergelder, sondern auch an den Studien über die irische Verlagsindustrie, die dem Arts Council als Grundlage für eine gezieltere Förderung dienten. Die erste wurde 1987 mit dem Ziel durchgeführt, ein ‚Publishing Funding Programme‘ aufzustellen.<sup>163</sup> Das Investitionsprogramm führte die folgenden vier staatlichen Agenturen zum ersten Mal in dieser organisierten Form zusammen, um die Subventionierung der Verlagsindustrie sinnvoll zu strukturieren:

---

<sup>159</sup> Zum Vergleich: Österreichs Verlage wurden 1999 mit ca. 3,2 Mio. Euro vom Staat gefördert. Vgl.: Trojan, Andreas: Branchen-Biotop. In: Bbl Nr. 12, 20. März 2003, S. 45.

<sup>160</sup> Vgl. The Arts Council: Art Matters March 2002 S. 8.  
Weitere Posten siehe Anhang II: The Arts Council – Budgetverteilung 2002.

<sup>161</sup> Vgl. The Arts Council: Art Matters March 2002, S. 5f.  
Weitere Zuschüsse siehe Anhang II: The Arts Council – Budgetverteilung 2002.

<sup>162</sup> Vgl. Poor relation? In: BI Nr. 40, Januar/Februar 1980, S. 7  
sowie Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.

<sup>163</sup> Im Auftrag von Arts Council, Bord na Gaeilge, Export Board u. IDA. Die Studie sollte Ideen zur Förderung des irischen Verlagswesens generieren. Vgl. The Arts Council (Hrsg.): Developing Publishing in Ireland/Cothú na foilsitheoireachta in Eirinn. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon 1988. [Eigenpublikation, vervielfältigt] S. 12.

- The Arts Council für den Verlagsschwerpunkt Literatur, Kunst und Kultur,
- ‚Bord na Gaeilge‘ und ‚Bord na Leabhar Gaeilge‘ für irischsprachige Bücher,
- ‚Irish Export Board‘ für den Bereich Buchexport und
- ‚Industrial Development Authority‘ (IDA) für allgemeine Probleme der gesamten Verlagsindustrie.<sup>164</sup>

Da der Staat die Subventionierung irischsprachiger Bücher als zwingend notwendig anerkannte, wurde ein Büro für irischsprachige Publikationen eingerichtet. Bord na Leabhar Gaeilge ist bis heute zuständig für die Subventionierung irischsprachiger Bücher, lediglich Lehrbücher sind ausgeschlossen. Auch Bord na Gaeilge (heute Foras na Gaeilge) als das für den Gebrauch der irischen Sprache zuständige staatliche Büro ist seit einem ‚Action Plan for Irish 1983–1986‘ für die Verlagsindustrie mit einem Subventionierungsprogramm tätig, das kleine Verlage bei der Aufrechterhaltung des Verlagsbetriebs unterstützt. Die nicht direkt mit Verlagstätigkeiten verbundenen staatlichen Stellen ‚Irish Export Bord‘ (Córas Tráchtála; CTT) und ‚Industrial Development Authority‘ (IDA) halfen nicht nur mit finanziellen Mitteln, sondern primär mit dem Expertenwissen ihres jeweiligen Zuständigkeitsbereichs. Das Büro für Export bot Verlagen einen Rundum-Beratungsservice im In- und Ausland, insbesondere bei Messeauftritten. IDA stellte im Rahmen seines ‚International Services Programme‘ Gelder zur Verfügung, die für Angestellte in der Exportabteilung, für Aus- und Weiterbildungsprogramme sowie für die technische Ausstattung eingesetzt werden konnten.<sup>165</sup> Beide leisteten einen wertvollen Beitrag für die Professionalisierung der Branche.

Die auf das ‚Publishing Funding Programme‘ folgende Untersuchung der Verlagsindustrie durch das Consultingunternehmen Coopers & Lybrand zeigte, dass die staatliche Verlagssubventionierung inzwischen teilweise auf andere Stellen umgeschichtet worden war und deutlich an Umfang zugenommen hatte. Der Arts Council und vor allem Bord na Leabhar Gaeilge waren die staatlichen Agenturen, die am meisten Geld für die Verlagswirtschaft zur Verfügung stellten.<sup>166</sup> Allein der Arts Council bot nun mit

---

<sup>164</sup> Vgl. The Arts Council: Developing Publishing S. 7.

<sup>165</sup> Vgl. The Arts Council: Developing Publishing S. 9ff.

<sup>166</sup> Die Aufgabengebiete von CTT wurden nun von Bord Tráchtála/Irish Trade Bord ausgeführt, IDA hatte seine verlagsbezogenen Aktivitäten inzwischen an Forbairt abgegeben. Irische Verlage wurden 1994 gefördert mit: 290.000 IR£ (Bord na Leabhar Gaeilge), 270.000 IR£ (The

der inhaltlichen Aufschlüsselung seiner Subventionen ein viel komplexeres Programm an. Verlage konnten sich um folgende Förderschwerpunkte bewerben:

- ‚Company Profile Assistance‘ (eine ökonomisch orientierte Einschätzung der Strategienentwicklung für Verlage mit gemischtem Verlagsprogramm)
- ‚Administration House Assistance‘ (eine inhaltlich-künstlerisch orientierte Einschätzung für Verlage mit rein literarischem Verlagsprogramm, die keine Möglichkeit der Quersubventionierung durch kommerzielle Titel haben)
- ‚Title-by-Title-Assistance‘ (für Verlage, die nur Förderung für einen Buchtitel beantragen).<sup>167</sup>

Zu den bisherigen Agenturen waren mit FÁS, SFADCO und Údarás na Gaeltachta weitere staatlichen Stellen hinzugekommen, die auf ihrem jeweiligen Gebiet eine Unterstützung für die Verlagsindustrie leisteten. Die für Aus- und Weiterbildung zuständige staatliche Arbeitsvermittlungsagentur FÁS (‚Foras Áiseanna Saothair‘/‚Irish Training and Employment Agency‘) entwickelte Aus- und Weiterbildungskurse für den Herstellungs- und Redaktionsbereich. Die Shannon Free Airport Development Company (SFADCO) unterstützte im Rahmen ihrer lokalen Wirtschaftsförderung einen in der Shannon-Region ansässigen Verlag. Die für die Gaeltacht-Gebiete zuständige staatliche Agentur Údarás na Gaeltachta ermöglichte Verlagen mit irischsprachigem Schwerpunkt die Teilnahme an Realisierungs-, Ausbildungs- und Kapitalaufwendungsprogrammen.<sup>168</sup>

Das System staatlicher Unterstützung unterlag inzwischen weiteren Änderungen. Das Irish Export bzw. Trade Bord, IDA sowie Forbairt haben ihre Unterstützung eingestellt. Auch FÁS arbeitet nur noch reduziert mit der Verlagsbranche zusammen (dafür Skillnets Ltd: siehe Kapitel 4.1.7).<sup>169</sup>

Die unterschiedlichen Stellen, bei denen staatliche Unterstützung angefordert werden kann, sowie die unterschiedlichen Förderprogramme macht es im Alltag für Verlage

---

Arts Council), 34.000 IRE (Forbairt) und 42.000 IRE (Bord Tráchtála). Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 6.13.

<sup>167</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 6.5f.

<sup>168</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 6.9ff.

<sup>169</sup> „... they just ceased to be interested.“ Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.



schwierig, alle Möglichkeiten auszunutzen.<sup>170</sup> Insgesamt kann zusammengefasst werden, dass mit Bord na Leabhar Gaeilge und dem Arts Council die wichtigsten Ansprechpartner für Verlage genannt sind. Im Gegensatz zu den anderen staatlichen Agenturen, die nur selektive Förderung betreiben, kann hier von einer systematischen Subventionierung gesprochen werden. Besonders die förderungsabhängigen literarischen Verlage mit kleinen Auflagenzahlen haben im Arts Council ihren Hauptunterstützer. Momentan werden rund zehn Verlage vom Arts Council subventioniert.<sup>171</sup>

### 4.1.3. Steuergesetzgebung

*„The fiscal and taxation regime pertaining to a particular industry can greatly influence its overall attractiveness ... Tax incentives have been, and continue to be, a key element of Irish fiscal policy in terms of assisting the development of certain industries/activities ...“*

– Coopers & Lybrand, The Future of the Irish Book Publishing Industry<sup>172</sup>

#### Steuerliche Befreiung von Künstlern

Die 1969 eingeführte Regelung besagt, dass Künstler mit (alleinigem) Wohnsitz in Irland von der Einkommensteuer befreit sind, wenn ihr Werk als „original“ und „creative“ beurteilt wird und einen „cultural or artistic merit“ besitzt.<sup>173</sup>

Ein Werk kann ein Buch oder anderes Schriftstück, eine Musikkomposition, ein Gemälde, ein Theaterstück oder eine Skulptur sein. Dabei spielt es für Autoren keine Rolle, ob das Buch in Irland oder im Ausland verlegt wird. Die Steuerbefreiung gilt nur bei den Einnahmen durch die künstlerische Tätigkeit; für jedes einzelne Werk muss eine Steuerbefreiung beantragt werden. Der Einkommensteuerbeauftragte zieht bei der Beurteilung, ob sich ein Werk für die Steuerbefreiung qualifiziert, Experten aus dem jeweiligen Fachgebiet zu Rate. Die Steuerbefreiung bei Autoren wird gewährt, wenn das Werk

---

<sup>170</sup> Neben den eben genannten gibt es noch EU-finanzierte und andere Förderungsmöglichkeiten, die hier nicht näher erläutert werden sollen. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 1.8 und S. 5.20.

<sup>171</sup> „...we’re funding about ten publishers.“ Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.

<sup>172</sup> Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 6.19f.

<sup>173</sup> Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 6.20.

- aus den Gebieten Belletristik, Drama, Musik, Film, Tanz oder Kunst stammt; ebenso Werke aus den Bereichen Literatur- und Kunstkritik, Biographie, Übersetzung oder ähnlichen akademischen Teilgebieten;
- die Publikation einen national-kulturellen Wert besitzt (Heritage) sowie
- die Irlandforschung bzw. irlandbezogene Inhalte der Publikation auf mindestens 30 Jahre alten Archiven basiert.

Dabei muss das eigenständige und von einem Auftraggeber unabhängig verfasste Werk die Ansicht des Autors beinhalten und eine Art Pionierarbeit oder Innovation bedeuten.<sup>174</sup>

### **Mehrwertsteuer**

In Irland sind Bücher seit 1982 von der Mehrwertsteuer (Mwst) befreit. Mit der Einführung der ‚Value Added Tax‘ (VAT) unterlagen zunächst auch sie der Besteuerung. Die Erhöhung des Mehrwertsteuersatzes von 6,75 Prozent auf 10 Prozent im Jahr 1972 und schließlich auf 15 Prozent im Jahr 1981 rief scharfe Proteste des Bucheinzelhandels hervor: Die von der Mehrwertsteuer befreiten britischen Bücher mussten nachträglich besteuert werden, was zu einer enormen Verteuerung gegenüber den aufgedruckten Preisen führte.<sup>175</sup> Die irischen Verleger vermieden in der Werbung und bei Preisaufdrucken oft den Mehrwertsteuerbetrag, um die Buchpreise optisch herabzusetzen.<sup>176</sup> Im Mai 1982 wurde die Mwst auf Bücher vollständig abgeschafft (siehe auch Kapitel 3.3.3).<sup>177</sup>

Irland und das Vereinigte Königreich sind die einzigen EU-Länder, die keine Mehrwertsteuer auf Bücher erheben. Diese Regelung kann aber durch eine EU-weite Nivellierung des Steuerrechts demnächst fallen, welche den Mehrwertsteuersatz auf fünf Prozent vereinheitlichen möchte.<sup>178</sup>

---

<sup>174</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 6.20f.

<sup>175</sup> Vgl. The BA bows out. In: BI Nr. 52, April 1981, S. 51–52.

<sup>176</sup> Vgl. Letter to the Editor. In: BI Nr. 61, März 1982, S. 30.

<sup>177</sup> Vgl. Montgomery, Robin: The Vatman goeth. In: BI Nr. 63, Mai 1982, S. 77.

<sup>178</sup> Momentan bewegt sich der Mehrwertsteuersatz auf Bücher in den EU-Ländern zwischen 0 % und 25 % (Dänemark). Vgl. Books face fresh VAT threat. In: TheBookseller.com Informer. Newsletter, 18. Oktober 2002.

#### 4.1.4. Urheberrecht

*„To every cow her calf; to every book its copy“*

– St. Columba, Abt <sup>179</sup>

Irland ist seit 1927 Mitglied der Berner Konvention (RBÜ) und seit 1959 Mitgliedsstaat des Welturheberrechtsabkommen.<sup>180</sup> Ein schriftlich verfasstes Urheberrecht besteht in Irland seit 1801;<sup>181</sup> bis ins Jahr 2000 war das irische Urheberrechtsgesetz nach britischem Vorbild modelliert. Das seit dem 1. Januar 2001 gültige ‚Irish Copyright & Related Rights Act 2000‘ hat sich nun an EU-Vorschriften und anderen internationalen Vereinbarungen orientiert. Dabei wurde das Gesetz inhaltlich erweitert und ergänzt sowie die Ahndungsmöglichkeiten bei Regelverstößen verbessert.<sup>182</sup>

Die größte Kritik am neuen Urheberrechtsgesetz herrscht bei der Beibehaltung der Pflichtabgaberegulierung von insgesamt 13 Exemplaren.<sup>183</sup> Seit dem ‚Licensing Act‘ von 1663 müssen diese kostenlos an Universitäten und Bibliotheken innerhalb des Vereinigten Königreiches abgegeben werden.<sup>184</sup> Sowohl irische als auch britische Verlage protestierten mit dem Austritt Irlands aus dem Commonwealth gegen diese Regelung, bisher jedoch vergeblich.<sup>185</sup> Insbesondere für kleine Verlage stellt diese Abgabemenge eine erhebliche finanzielle Belastung dar.

---

<sup>179</sup> In Irland wurde schon früh eine Entscheidung über das Urheberrecht gefällt: 596 n. Chr. beendete St. Columba mit dieser Entscheidung einen Disput unter Klosterschreibern über die Frage des geistigen Eigentums. Addis: A noble profession S. 49.

<sup>180</sup> Vgl. Bartel, Mechthild: Erfahrungsbericht Wanderausstellung Irland 1999. Frankfurt: Ausstellungs- und Messe GmbH, Internationale Abteilung. [Eigenpublikation, vervielfältigt] Anhang S. 2.

<sup>181</sup> Durch die Vereinigung mit GB galt britisches Recht. Vgl. Lennon: Irland S. 34.

<sup>182</sup> Erweitert um Leihrechte (Recht auf Tantiemen für Ausleihen) und moralische Pflichten für Erben von Urheberrechten (auf die Würdigung der Werke achten). Neu hinzugekommen ist der Urheberschutz für Datenbanken und elektronische Medien. Vgl. Clé (Hrsg.): Copyright Protection of Literary Works. In: <http://www.publishingireland.com/>. Stand: 5. Mai 2002.

<sup>183</sup> Vgl. Kelly, Shirley: Copyrights and wrongs. In: BI Nr. 232, Sommer 2000, S. 171–172.

<sup>184</sup> Die Liste hat sich über die Jahrhunderte kontinuierlich erweitert auf: The National Library of Ireland, The British Library, 4 Exemplare an die verschiedenen Bibliotheken von ‚The Copyright Agency‘ in Großbritannien, 4 Exemplare an die verschiedenen Bibliotheken von The National University of Ireland sowie an weitere drei irische Universitäten. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 4.12f.

<sup>185</sup> „... the British Government regarded Trinity as being as important to British interests as Oxford or Cambridge, and that so long as Trinity maintained its loyalty to British traditions it would continue to get free books.“ Feehan: An Irish Publisher and his World S. 86.

#### 4.1.5. Das Manko einer fehlenden Nationalbibliographie

*„In the past, the Irish Publishing Record was the closest here we had to a national bibliography of current publications.“*

– Elizabeth M. Kirwan, Bibliothekarin, National Library of Ireland <sup>186</sup>

Die 1877 gegründete National Library of Ireland (NLI) sammelt zwar Pflichtexemplare, gibt aber keine Nationalbibliographie heraus.<sup>187</sup> Diese Situation wurde schon oft beklagt und durch Eigeninitiativen – Buchhändler, Bibliothekare oder Privatpersonen – versucht zu beheben. Die (nicht immer in Irland erschienenen) Kataloge waren den unterschiedlichen Interessen entsprechend unvollständig bzw. heterogen gestaltet (Irish Interest im weiteren Sinn oder nur in Irland verlegte Werke; Schlagwort- oder Autorenkatalog).<sup>188</sup> Auch der *Irish Publishing Record* (IPR) <sup>189</sup>, der von 1967 bis 1994 jährlich die Neuerscheinungen der Insel (also auch Nordirland) erfasste, konnte keinen Vollständigkeitsanspruch erheben: Die Einträge basierten auf Auskünften von Branchenmitgliedern und vernachlässigten beispielsweise Graue Literatur.

*Books Ireland* begann in seiner ersten Ausgabe das ambitionierte Projekt des ‚Irish Interest Books in Print‘ (IBIP) als Fortsetzungswerk. Der als Supplement der Zeitschrift beigelegte eigenhändig recherchierte Autorenkatalog ging auf eine Idee CLÉ’s zurück, dass Verbandsmitglieder ein Verzeichnis lieferbarer Bücher produzieren sollten. *Books Ireland* grenzte sein Verzeichnis nicht auf in Irland verlegte Bücher ein, sondern wollte alle Irish Interest-Titel im weiteren Sinn berücksichtigen: „We want to list every book of specifically Irish interest, and every book by an Irish author, published anywhere – and in any language.“ <sup>190</sup> Wie auch der IPR konnte und wollte *Books Ireland* keinen Vollständigkeitsanspruch seiner Liste erheben. Nachdem deutlich

---

<sup>186</sup> Kirwan, Elizabeth M <info@nli.ie>. 26. Juni 2002. „Re: national bibliography“. Persönliche E-Mail (26. Juni 2002).

<sup>187</sup> Veröffentlichungen aus Nordirland und einige Bücher aus der Republik werden in die britische Nationalbibliographie (British National Bibliography) aufgenommen.

<sup>188</sup> Vgl. beispielsweise: Eager, Alan R.: A Guide to Irish Bibliographical Material being A Bibliography of Irish Bibliographies and some Sources of Information. London: The Library Association 1964. Oder: King, Jeremiah: King’s Irish Bibliography. A Subject Guide to Irish Books. [Dublin: Nation Printing Works] 1903.

<sup>189</sup> Erste Ausgabe: Irish Publishing Record 1967. Dublin: University College Dublin (UCD) 1968. Letzte UCD-Ausgabe des IPR war 1988 (Veröffentlichungsjahr 1989), danach: Dublin, National Library of Ireland bis 1994 (1996).

<sup>190</sup> Introduction to Irish-Interest Books in Print. In: BI Nr. 1, März 1976, S. 27.

wurde, dass das Projekt mit den vorhandenen Ressourcen langfristig nicht durchzuführen war, ging IBIP fließend in eine monatliche Auflistung der Neuerscheinungen über, wie es sie heute noch gibt.

Ein anderer Versuch, ein Verzeichnis lieferbarer Titel zu etablieren, war *Irish Books in Print* von 1984.<sup>191</sup> Der 8.275 Einträge und 90 Verlage umfassende Katalog versuchte ebenso, nicht nur die im Inland verlegten, sondern allgemein Irish Interest-Titel zu erfassen. Doch auch hier war der Arbeitsumfang wohl zu groß bzw. die wirtschaftliche Rendite zu gering, als dass der Katalog ein zweites Mal erscheinen konnte.<sup>192</sup>

Die neueste Initiative eines Verzeichnisses lieferbarer Bücher geht von dem Dubliner Unternehmen RAPID MULTIMEDIA aus. *Cló Irish Books in Print*, ein rein virtueller, über das Internet abonmierbare Katalog bietet in Zusammenarbeit mit *Books Ireland* und der britischen Datenbank ‚BookData‘ Titellisten, Verlags- und Distributorenadressen sowie ein Archiv von Kurzrezensionen.<sup>193</sup>

Insbesondere *Cló* sowie die ausführliche monatliche Auflistung von Neuerscheinungen in *Books Ireland* sind durch ihren bibliographischen Basisservice wohl mit ein Grund dafür, dass die Errichtung einer Nationalbibliographie keine Dringlichkeit darstellt.

#### 4.1.6. Verbände, Organisationen, Institutionen

*„We believe that in those industries where a strong industry representative organisation exists the cohesion within the industry is heightened, the interface between the industry and the state agencies is more effective, and an environment for fostering and driving change is more prevalent.“*

– Coopers & Lybrand, The Future of the Irish Book Publishing Industry<sup>194</sup>

Die Verlegerverbände CLÉ und IEPA sind die einzigen rein irischen Verbände. Sowohl die Sortiments- als auch die Antiquariatsbuchhändler sind britischen Verbänden angeschlossen. Auf Grund seiner Irrelevanz für das aktuelle Marktgeschehen kann eine Betrachtung der ANTIQUARIAN BOOKSELLERS’ ASSOCIATION hier vernachlässigt werden.

---

<sup>191</sup> Folgende drei Datenbanken sind die Grundlage des Katalogs: eine eigene Datenbank von lieferbaren, in Irland verlegten Büchern, Irish Interest-Publikationen aus Whitaker/GB sowie Bowker/USA). Vgl. *Irish Books in Print*. Wicklow: S & J Cleary Publishers 1984. Preface.

<sup>192</sup> Vgl. Addis, Jeremy: Book prices – up or down? In: BI Nr. 106, Sept. 1986, S. 162–163.

<sup>193</sup> Vgl. <http://www.rapidmultimedia.com>. Stand: 10. März 2003.

<sup>194</sup> Coopers & Lybrand: *Irish Book Publishing Industry* S. 8.13.

### BOOKSELLERS' ASSOCIATION OF THE UNITED KINGDOM AND IRELAND LTD (BA)

Der sich durch Beiträge finanzierende Verband vertritt bei mehr als 3.200 Mitgliedern über 95 Prozent der Buchhandlungen in Irland und dem Vereinigten Königreich. Der Verband bietet Branchendienste an und fungiert als Lobbyist gegenüber Staatsregierungen und der EU (beispielsweise bei buchhandelsrelevanten Gesetzesvorhaben).<sup>195</sup> Geführt wird die BA von einem Vorstand, dem zurzeit mit Gemma Barry eine irische Präsidentin vorsteht; die erste irische Besetzung dieses Amtes.<sup>196</sup>

Als die ‚BOOKSELLERS' ASSOCIATION OF GREAT BRITAIN AND IRELAND' 1895 gegründet wurde, etablierte sich etwas später auch eine irische Filiale in Dublin. Da zum einen britische Bücher den irischen Buchhandel dominieren und zum anderen die Größe einer Branchenrepräsentation oft ihr Gewicht ausmacht, gab es bisher wenig Anlass für irische Buchhändlerinnen und Buchhändler, eine separate Organisation zu gründen.<sup>197</sup> Die BA hat in Irland zurzeit 179 Mitglieder (inkl. Buchgroßhandel). Gegenüber dem Hauptverband muss sie sich oft behaupten, um gehört zu werden; so findet beispielsweise die Jahreskonferenz nur selten auf irischem Boden statt.<sup>198</sup> Andererseits ist Irland mit einem ständigen Mitglied im ‚BA Council' vertreten und mit einer irischen Präsidentin momentan besonders stark berücksichtigt.<sup>199</sup>

Die Zusammenarbeit von CLÉ und der irischen Filiale der BA läuft grundsätzlich informell ab; nur bei bestimmten Anlässen wird ein gemeinsamer Arbeitsausschuss gegründet.<sup>200</sup> Die institutionalisierte Kooperation im Rahmen des ‚Book House Ireland' <sup>201</sup> von 1983 bis 1992 scheiterte zum einen an der Finanzierung, zum anderen schien sie

---

<sup>195</sup> Z. B. Bücherscheck-ähnliche ‚Book Tokens', Abrechnungszentrale, verschiedene Arbeitskreise, Tochterfirma ‚World Book Day Ltd', Weihnachtskatalog *Books for Giving*, Literaturpreise, Aus- und Weiterbildungsprogramme.

<sup>196</sup> The BA Council besteht aus 16 Mitgliedern. Leiter der irischen Filiale („Irish Branch“) ist Tom Owens von EASON WHOLESAL. Vgl. <http://www.booksellers.org.uk>. Stand: 4. Mai 2002.

<sup>197</sup> Lediglich die Währungstrennung führte zu Überlegungen, eine autonome Organisation zu gründen. Vgl. Poor relation? S. 7.

<sup>198</sup> Nach 30 Jahren zum ersten mal wieder 1997 auf irischem Boden – nach dem Länderschwerpunkt Irlands auf der Frankfurter Buchmesse und dem Wegfall des NBA. Vgl. Empty chairs at the BA Conference. In: *The Bookseller*. London, 15. November 1996, S. 18.

<sup>199</sup> „There is always one Irish member on the UK Council. It is unusual that the president is Irish, but it means that at the moment Ireland has two voices on Council.“ Gemma Barry: Interview, Anhang V.

<sup>200</sup> Einer der letzten Arbeitsausschüsse erstellte beispielsweise den ‚Code of Practice for the Euro changeover'. Gemma Barry: Interview, Anhang V.

<sup>201</sup> Informationsbüro und Seminarräume in Dublin. Vgl. Farmar: A Brief History of Clé S. 19ff.

bei einem kleinen Land und der damit verbundenen kleinen Branche auch keine Notwendigkeit zu sein. Der Kontakt zwischen Buchhändlern und Verlegern ist auch außerhalb der Verbandstätigkeiten gegeben.<sup>202</sup>

#### **IRISH BOOK PUBLISHERS' ASSOCIATION/ CLÉ**

Von sieben Verlegern im September 1970 gegründet, bietet der Verlegerverband CLÉ seinen Mitgliedern brancheninternen Service an (Workshops, Aus- und Weiterbildung, branchenübergreifendes Marketing u. a.) und kümmert sich um wirtschaftliche und gesetzliche Rahmenbedingungen (Überarbeitung des Urheberrechtsgesetzes, Verleumdungsgesetz u. a.).<sup>203</sup> Das Amt des Präsidenten ist zurzeit von Fergal Tobin (Verlag GILL & MACMILLAN) besetzt; das Tagesgeschäft des kleinen Büros betreut eine Geschäftsführerin. Weiterhin besteht der Verband aus einem Komitee sowie verschiedenen Arbeitsausschüssen. Unter den momentan 49 (auch nordirischen) Mitgliedern befinden sich nicht alle der wichtigsten und größten Verlage; beispielsweise sind wegen unterschiedlicher Auffassungen über Ziele und Umsetzungen die Verlage MERCIER, O'BRIEN und BRANDON ausgetreten.<sup>204</sup> Die Geschichte von CLÉ war schon immer geprägt von der Diskussion, was ein Verband zu leisten habe. Wie wenig sich CLÉ als Dachverband bewährte, zeigte beispielsweise die Unbeweglichkeit bei den Überlegungen über eine verlagsunabhängige Clearing- und Distributionsstelle in den 70er Jahren. Da eine Befragung unter Verlegern zwar den Bedarf aufzeigte, sie jedoch kein einheitliches Meinungsbild über die Art der Realisierung vermittelte, kam schließlich eine Eigeninitiative von Verlegern der Verbandslösung zuvor (siehe Kapitel 3.3.2). Eines der Hauptprobleme von CLÉ ist bis heute die sehr knappe finanzielle Lage durch die fehlende breite Unterstützung in der Branche – ein Teufelskreis: Weder durch Mitgliedsbeiträge noch durch staatliche Unterstützung kommen genügend Beträge zusammen, sodass kaum umfangreiche Projekte durchgeführt werden können und der Verband inaktiv wirkt.<sup>205</sup>

In den letzten Jahren konnte CLÉ allerdings mit Schulbuchverlagen neue, ihrer Größe entsprechend hohe Beiträge zahlenden Mitglieder dazugewinnen. Obwohl diese tradi-

---

<sup>202</sup> „... there is quite close contact between publishers and booksellers but not with the Publishers Association.“ Gemma Barry: Interview, Anhang V.

<sup>203</sup> Vgl. <http://www.publishingireland.com/>. Stand: 18. November 2002.

<sup>204</sup> Vgl. The publishers are restless. In: BI Nr. 255, Januar/Februar 2003, S. 11.

<sup>205</sup> Vgl. Farmar: A Brief History of Clé S. 14ff.

tionell separat organisiert sind, lösten vermutlich die intensiven Bemühungen auf dem Feld der Aus- und Weiterbildung (siehe Kapitel 4.1.7) und/oder die fortschreitende Diversifizierung der (bisher reinen) Lehrbuchverlage den Trend aus. Vielleicht bedeutet das eine Chance für CLÉ, in der Zukunft die Verbandsaktivitäten auszuweiten und damit auch für ehemalige Mitglieder wieder attraktiver zu werden. So zum Beispiel könnte das Vorhaben, mittels Umfragen (auch in Zusammenarbeit mit Marktforschungsunternehmen) alle zwei Jahre valide Daten der Branche zu erfassen und diese als Marktstudie zu veröffentlichen, in die Realität umgesetzt werden. Leider sind die letzten Jahre nur inoffizielle Telefonumfragen geführt worden.

Ein relativ junger Verlegerverband mit limitierten Ressourcen, wie CLÉ sie hat, besitzt nur eingeschränkte Möglichkeiten, als Sprachrohr der Branche aufzutreten. Da die meisten Klein- und Kleinstverlage (überwiegend aus finanziellen Gründen) und auch einige der renommierten Verlage (überwiegend aus Unzufriedenheit) auf eine Mitgliedschaft in CLÉ verzichten, ist eine generelle Unterstützung des Verbandes innerhalb der Branche nicht gegeben. Trotzdem macht es natürlich – ganz anders als beim Einzelhandel – Sinn, eine von Großbritannien losgelöste Organisation zu bilden.

#### **IRISH EDUCATIONAL PUBLISHERS' ASSOCIATION (IEPA)**

Der Interessensverband entstand 1960 als Antwort auf die damalige Bildungsreform: Das ‚Department of Education and Science‘ wollte die anstehenden Lehrplanänderungen den Verlagen kollektiv mitteilen, woraufhin IEPA als offizielles Kommunikationsorgan zwischen Lehrbuchverlagen und Bildungsministerium gegründet wurde. Auch gegenüber dem ‚National Council for Curriculum and Assessment‘ (NCCA), der für die Lehrplanerstellung zuständige Rat tritt IEPA als Repräsentant seiner Mitglieder auf.<sup>206</sup> IEPA finanziert sich durch Mitgliedsbeiträge, und (unregelmäßige) Verbandstreffen behandeln Themen von gemeinsamem Interesse wie zukünftige Lehrplanwechsel oder die demographischen Auswirkungen auf die Schulbuchproduktion. Aus den angeführten Gründen sind fast alle Lehrbuchverlage durch IEPA organisiert.<sup>207</sup> Da die CLÉ und IEPA völlig unterschiedliche Ziele verfolgen, gibt es kaum Zusammenarbeit zwischen den Verbänden.

---

<sup>206</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 2.2 und S. 6.15.

<sup>207</sup> „IEPA currently has 13 member firms.“ Mahony, Hubert, Hon. Secretary of IEPA <hmahony@gillmacmillan.ie>. 14. März 2003. „Re: Enquiry about IEPA.“ Persönliche E-Mail (7. März 2003).



### **Ireland Literature Exchange/Idirmhalartán Litríocht Éireann (ILE)**

Seit 1994 subventioniert ILE Übersetzungen aus dem Irischen sowie Übersetzungen fremdsprachiger Literatur ins Englische bzw. Irische. ILE selbst wird von beiden Arts Councils (der Republik sowie Nordirland), dem ‚Cultural Relations Committee‘ des Außenministeriums und Bord na Leabhar Gaeilge finanziert.<sup>208</sup>

Der Bedarf nach einer zentralen Übersetzungsagentur wurde deutlich, als eine Studie das irische Defizit im europäischen Ländervergleich in der staatlichen Übersetzungs- und Autorenförderung aufzeigte – demnach war Irland das einzige Land innerhalb der EU, das keine finanziellen Beihilfen zu Übersetzungen bereit stellte. Mit ILE sollte nun das Lesen zeitgenössischer irischer Literatur im Ausland vorangetrieben werden. Besonderes Augenmerk wurde dabei auf Werke gelegt, die einen wichtigen Beitrag für die zeitgenössische irische Literatur leisten.<sup>209</sup> ILE unterstützt auf der anderen Seite auch die Übersetzung ausländischer Literatur ins Irische bzw. Englische für den irischen Leser; die Textart ist dabei nicht eingegrenzt und kann sowohl Belletristik als auch Sachbuch sein. Zusätzlich fungiert ILE als Informationszentrum; eine Datenbank mit Autoren- und Verlagsinformationen gibt beispielsweise Auskunft über bibliographische Daten und Urheberrechtsfragen. ILE ermöglicht Übersetzern bestimmter Regionen einen Arbeitsaufenthalt in Irland und bringt zusammen mit CLÉ den Lizenzkatalog *New Books from Ireland* heraus.

ILE unterstützte in seiner 8-jährigen Existenz die Übersetzung von 350 Werken in 30 Sprachen;<sup>210</sup> Schwerpunkt liegt auf europäischen Publikationen mit Frankreich und Deutschland an der Spitze. Ungefähr ein Drittel der geförderten Werke wurden originär von irischen, ca. zwei Drittel von britischen Verlagen publiziert.

### **Irish Writers' Centre (IWC)**

Im Rahmen der Trägerschaft ‚European City of Culture‘ im Jahr 1991 wurde das IWC in Dublin mit Unterstützung der EU eröffnet. Das Autorenzentrum will das Interesse an zeitgenössischer irischer Literatur wecken. Die wichtigsten Aufgabenbereiche sind die Unterstützung von Autoren (z. B. Hilfe bei der Verlagssuche) und die Förderung

---

<sup>208</sup> Vgl. ILE (Hrsg.): *New Books from Ireland*. July–December 2002. Dublin: ILE 2002. S. 4.

<sup>209</sup> Vgl. Caball, Marc: ILE: Translating Ireland to the World. In: *Éire–Ireland*. Morristown NJ: Irish American Cultural Institute 2000, S. 112–121, hier S. 113f.

<sup>210</sup> Vgl. <http://www.irelandliterature.com/about-ile.htm>. Stand: 5. Mai 2002.

des internationalen literarischen Kulturaustauschs (z. B. das jährlich stattfindende ‚Franco-Irish Literary Festival‘) sowie von Literaturveranstaltungen.<sup>211</sup> Das IWC wird von beiden Arts Councils getragen und stellt Räumlichkeiten und Verwaltung für die folgenden vier konstituierenden Organisationen mit insgesamt ca. 600 Mitgliedern zur Verfügung:

- Children’s Books Ireland (CBI): Die vom Arts Council unterstützte Kinderbuchorganisation hat 1996 mit der Fusion zweier bis dahin unabhängiger Organisationen die Kräfte auf diesem Feld gebündelt. CBI organisiert Veranstaltungen, veröffentlicht Zeitschriften und zeichnet Kinderbücher aus.<sup>212</sup>
- Irish Translators’ Association: Der 1986 gegründete Verband ist die Berufsstandsvertretung von Übersetzern und Dolmetschern.
- Irish Writers’ Union (IWU): Die 1986 gegründete Gewerkschaft der Schriftsteller arbeitet international mit dem ‚European Writers Congress‘ zusammen und unterstützt Autoren u. a. bei rechtlichen Fragen.
- Society of Irish Playwrights: Die Gesellschaft vertritt die Interessen von Dramatikern und organisiert kulturelle Veranstaltungen.<sup>213</sup>

Die folgenden vier Einrichtungen sollen zum Zweck der Vollständigkeit kurz genannt werden. Sie stehen mit dem Buchmarkt in Verbindung, besitzen jedoch nur geringen Einfluss auf das aktuelle Geschehen:

Die Irish Copyright Licensing Agency (ICLA) stellt eine Instanz ähnlich der deutschen ‚Verwertungsgesellschaft Wort‘ dar, die über die Einhaltung des Urheberrechts durch die korrekte Vergütung der Rechteinhaber bei Zweitnutzung wacht.<sup>214</sup> Der Verband der freien Lektoren, Korrekturleser und Registratoren<sup>215</sup> – Association of Freelance Editors, Proof-readers and Indexers (AFEPI) – dient als Kontaktschmiede zwischen den eigenen Mitgliedern und Verlegern. Der Mitgliederstand ist in den letzten Jahren auf Grund immigrierter erfahrener Berufstätige auffällig angewachsen. AFEPI arbeitet als ein CLÉ-Mitglied bei der Erstellung von Aus- und Weiterbildungskursen inhaltlich

---

<sup>211</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 6.15f.

<sup>212</sup> Vgl. Serving the universal republic of childhood. In: BI Nr. 203, April 1997, S. 84; vgl. auch <http://www.childrensbooksireland.com>. Stand: 17. Dezember 2002.

<sup>213</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 6.17f.

<sup>214</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 6.18.

<sup>215</sup> Das Erstellen von Buchregistern gilt im Angelsächsischen als eigener Beruf.

mit.<sup>216</sup> The Irish ISSN-Centre, die irische ISSN-Agentur, verwaltet die zurzeit insgesamt 3.500 (lieferbaren wie auch vergriffenen) Seriennummern. Irland besitzt keine eigene ISBN-Agentur; irische Verlage arbeiten mit der ISBN-Agentur WHITAKER in Großbritannien zusammen.<sup>217</sup> Poetry Ireland/Éigse Éireann wurde 1978 als nationale Gesellschaft zur Förderung von irischer Lyrik im In- und Ausland gegründet. Die inzwischen länderübergreifende Organisation wird von beiden Arts Councils finanziell unterstützt. Die Gesellschaft bringt Lyrikzeitschriften heraus und organisiert Lesungen, Autorenworkshops, Preisverleihungen und andere Veranstaltungen in der Republik und Nordirland.<sup>218</sup>

#### 4.1.7. Ausbildung

*„There is no formal system of apprenticeship in Ireland ... equally, there are no public qualifications arising out of apprenticeship.“*

– Emire<sup>219</sup>

Irland und Großbritannien haben im Vergleich zu Deutschland nur geringe Ausbildungsstandards im Buchhandel (und auch in den meisten anderen Branchen). Die Arbeitskräfte werden meist ohne Vorkenntnisse ‚on the job‘ eingearbeitet; staatliche Vorschriften gibt es dabei nicht.

##### Die Situation im Einzelhandel

Die Ausbildungspraxis wurde im Einzelhandel schon früh als unzulänglich betrachtet. In den 60er Jahren bildete sich daher mit der ‚Charter Group‘ eine Untergruppe der BOOKSELLERS‘ ASSOCIATION, die den Ausbildungsstand im Buchhandel zu verbessern versuchte. Eine 1965/1966 von ihr durchgeführte Studie kommentierte: „Will der englische Buchhandel jedoch für seine Angestellten und Führungskräfte das gleiche Ausbildungsniveau wie das der meisten kontinentalen Länder Europas erreichen, so

---

<sup>216</sup> Vgl. Clé (Hrsg.): Clé Bulletin. Dublin, Sept. 2002. [Eigenpublikation, vervielfältigt] S. 4.

<sup>217</sup> Vgl. [http://www.nli.ie/fr\\_serv.htm](http://www.nli.ie/fr_serv.htm). Stand: 24. April 2002.

<sup>218</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 6.19.

<sup>219</sup> Emire ist eine Datenbank der ‚European Employment and Industrial Relations Glossaries‘. Vgl. <http://www.eurofound.ie/emire/IRELAND/APPRENTICESHIP-IR.html>. Stand: 4. Juli 2002

bedarf es noch erheblicher Anstrengungen.“<sup>220</sup> Im Laufe der Jahre schuf die BA einige international anerkannte Aus- und Weiterbildungslehrgänge, die von britischen Buchhandlungen auch regelmäßig in Anspruch genommen wurden. Die Situation hat sich in den letzten Jahren durch die steigende Fluktuation der Angestellten jedoch wieder geändert. Da der Beruf des Buchhändlers offensichtlich nur für wenige Jahre attraktiv zu sein scheint, ist eine intensive Ausbildung für die Arbeitgeber nicht mehr rentabel. Die BA schloss im Februar 2002 durch die fehlende Nachfrage schließlich das Training Department, das u. a. den Lehrgang ‚The Diploma in Professional Book-selling‘<sup>221</sup> angeboten hatte. Es wird nun überlegt, schnelle und kostengünstige Ausbildungswege zu entwickeln und anschließend anzubieten.

Irische Buchhändlerinnen und Buchhändler konnten auf Grund des hohen Anreiseaufwandes nur selten an den Kursen teilnehmen. Für sie besteht nach wie vor die ungünstige Situation, dass sie ihre Arbeitskräfte selbst anlernen müssen.

### **Die Situation in Verlagen**

Seit der Gründung von CLÉ war deutlich, dass sich der Verband vorrangig auch für eine branchenspezifische Aus- und Weiterbildung stark machen müsse. Eine flächendeckendes Kursangebot war erwünscht, konnte jedoch lange Jahre nicht in die Praxis umgesetzt werden: Die fehlenden finanziellen Mittel, aber auch fehlende Ausbildungsexperten vor Ort ermöglichten lediglich wenige, in unregelmäßigen Abständen angebotene Kurse und Seminare.<sup>222</sup> Noch 1995 beklagt Coopers & Lybrand die mangelhafte Ausbildungssituation, die trotz des Bedarfs nicht behoben wurde.<sup>223</sup> Die fehlende formelle Ausbildung für den Verlagsbereich betrifft dabei sowohl schulische Angebote an Colleges oder Universitäten als auch innerbetriebliche Kurse. Nur wenige Angestellte werden für kurze Zeit zu speziellen Ausbildungslehrgängen nach London geschickt. Selbst im Vergleich zu Großbritannien, wo für die Verlagsausbildung ein relativ gutes Angebot existiert (Kurse mit unterschiedlichen Vorbildungsvoraussetzun-

---

<sup>220</sup> Buchhandlungen im Betriebsvergleich Großbritannien und Irland. Hamburg: Verlag für Buchmarkt-Forschung 1968, S. 31.

<sup>221</sup> Die Rechte des Diplomkurses sind an die ‚American Booksellers‘ Association‘ verkauft worden, um einen international anerkannten Standard zu entwickeln. Vgl. Booksellers Association verkauft Rechte an Buchhandelsdiplom. In: Auslands-Info. Nr. 184, 6. März 1997, S. 5.

<sup>222</sup> Der erste offizielle Ausbildungskurs CLÉ’s kam erst 1978 für 25 Verlagsangestellte zustande. Vgl. Dowey, Mary: Dynamism under the umbrella. In: BI Nr. 30, Jan./Feb. 1979, S. 8–9.

<sup>223</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 1.18.

gen und Abschlusszertifikaten wie beispielsweise ‚Master in Publishing‘ und ‚Post-Graduate in Publishing‘),<sup>224</sup> ist der Ausbildungsstand in Irland defizitär. Auch in der Studie *Women in Publishing* von 2001 wird von allen Befragten der Aus-, Fort- und Weiterbildungsstatus in allen Bereichen des Verlagswesens beklagt.<sup>225</sup> Die von CLÉ organisierten Kurse werden in der Studie als oberflächlich kritisiert. Während Angestellte zumindest von Kollegen eingearbeitet werden können, werden Freiberufliche allein gelassen.

Die Empfehlung von Coopers & Lybrand, eine Ausbildungsstrategie zusammen mit dem Arbeitsamt FAS zu entwickeln,<sup>226</sup> wurde schließlich vor kurzem aufgegriffen. Mit Skillnets Ltd<sup>227</sup> konnte ein Partner gewonnen werden, der speziell auf die Bedürfnisse der Verlagsbranche einging. Das ‚CLÉ Skillnet‘ erarbeitet Ausbildungsstrategien (Kurse, Seminare, Firmenbesuche u. a.), deren Inhalte vom Netzwerk selbst (Mitarbeiter von 40 Verlagen sowie Selbstständige) zur Verfügung gestellt werden. In Zusammenarbeit mit den Mitgliedern werden die Anforderungen an Trainingskurse ermittelt, ein Zwei-Jahres-Ausbildungsprogramm entwickelt, neue Mitglieder für das ‚CLÉ Skillnet‘ aquiriert und schon bewährte Kurse weitergeführt.<sup>228</sup>

Ebenso wie in der innerbetrieblichen, so hat sich auch auf dem Gebiet der universitären Ausbildung eine Lücke geschlossen: Mit dem ‚MA in Literature and Publishing‘ wird an der Universität Galway ein einjähriger Studiengang mit verlagsspezifischen Inhalten angeboten, wenn auch in der Beschreibung einschränkend darauf hingewiesen wird: „... the course is not a training course for a career in publishing, it gives the student an insight into the industrial and commercial dimensions to the productions of literature ...“.<sup>229</sup>

---

<sup>224</sup> Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 7.5 und S. 8.2.

<sup>225</sup> Vgl. Mulcahy, Mary E.; Cork Women’s Poetry Circle (Hrsgg.): *Women in Publishing*. Cork: Bradshaw Books 2001. S. 42f.

<sup>226</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 8.3.

<sup>227</sup> Skillnets Ltd ist eine vom ‚Department of Enterprise, Trade and Employment‘ gegründete unabhängige Organisation, die für den Aufbau, die Überprüfung und die Zertifizierung von Standards innerhalb des Weiterbildungssektors zuständig ist. Vgl. EU Memorandum for Lifelong Learning – Report on the Irish Consultation Process, Examples of Good Practice. August 2001. <http://www.entemp.ie/eullirresp1.pdf>. Stand: 23. Januar 2002. S. 42–44.

<sup>228</sup> Vgl. Clé: Bulletin September 2002 S. 1–2.

<sup>229</sup> Der Studiengang ist auf 15–20 Studenten begrenzt. Vgl. <http://www.nuigalway.ie/en/>. Stand: 27. Februar 2003.

Die genannten Entwicklungstendenzen lassen darauf schließen, dass sich die Ausbildungssituation für Verlagsmitarbeiter zukünftig erheblich verbessern wird. Eine mehrjährige Lehre, wie sie in Deutschland Pflicht ist, wird nicht eingeführt werden, aber das wird – genauso wenig wie in anderen Berufsfeldern in angelsächsischen Ländern – auch nicht angestrebt.

## 4.2. Marktteilnehmer

In diesem Kapitel wird auf die Marktteilnehmer – vom Produzenten bis zum Rezipienten – eingegangen. Eine Grafik über Geschäfts- und Handelsbeziehungen, die sich ähnlich wie in Deutschland gestalten, ist beigefügt (Anhang I).

Zur besseren Veranschaulichung sei im Vorfeld kurz darauf hingewiesen, dass Irland sehr zentralistisch auf die Hauptstadt ausgerichtet ist. Wie in vielen anderen Branchen spielt Dublin auch im Buchmarkt mit Abstand die größte Rolle als Verlagsstandort oder bei der Anzahl und Dichte an Buchhandlungen. Die nächstgrößeren Städte Cork und Galway haben in der Verlags- und Buchhandelslandschaft eine weitaus geringere Bedeutung.<sup>230</sup>

### 4.2.1. Verlage

*„The big story about Irish publishing is ... how important we've become to the home book trade. It used to be that we were insignificant right here in Ireland. That's all changed.“*

– Seamus Cashman, Verlagsleiter Wolfhound Press<sup>231</sup>

Bezüglich der Anzahl irischer Verlage herrscht in der Fachliteratur eine Bandbreite von Angaben. Das *Lexikon des gesamten Buchwesens* spricht für das Jahr 1987 von 400 Verlagen; das Adressbuch von CLÉ listet für 1991 nur 121 irische Verlage auf, und das ISBN-Verzeichnis von 2002 verzeichnet für Irland rund 2.800 Einträge.<sup>232</sup>

---

<sup>230</sup> Dublin hat 1,12 Mio., Cork 123.000 und Galway 66.000 Einwohner. Vgl. Central Statistics Office: Census 2002 S. 19, S. 43 und S. 62.

<sup>231</sup> Vgl. Brown: Books in Ireland S. 20.

<sup>232</sup> Vgl. Lennon: Irland S. 35;

Clé (Hrsg.): The Clé directory of the Irish book world. 3. Aufl. Dublin: Clé 1991; International ISBN Agency Berlin: Publishers' International ISBN Directory. Vol. 1 Geographical Section A–Q. München [u. a.]: K. G. Saur [u. a.] 2002.

Festzustellen ist, dass zurzeit die 49 im Verband organisierten Verlage die größten und wichtigsten Häuser der Branche repräsentieren. Die Studie von Coopers & Lybrand schätzt, dass die 60 aktivsten Verlage rund 95 Prozent des Umsatzes erwirtschaften.<sup>233</sup> Die anderen Verlage sind kleine Privatunternehmen oder an Institutionen angeschlossen.

In den irischen Marktstudien werden Verlage in die zwei Gruppen ‚Educational Publishers‘ und – als Sammelkategorie für die restlichen Verlage – ‚General Trade Publishers‘ eingeteilt. Vom ökonomischen Standpunkt aus betrachtet macht diese Einteilung durchaus Sinn, da Lehrbuchverlage in Irland mit Abstand die höchsten Umsätze erwirtschaften; die Umsätze des ‚Non-Educational Market‘ der irischen Verlage reichen selbst kumuliert nur rund zur Hälfte an die des ‚Educational Market‘ heran.<sup>234</sup> Vom inhaltlichen Standpunkt aus betrachtet ist diese Aufteilung jedoch zu grob und daher wenig aussagekräftig. Auch ist seit einigen Jahren durch die aufkommende Diversifizierung der Lehrbuchverlage eine überschneidungsfreie Zuteilung der Verlage in einen der beiden Sektoren fast nicht mehr möglich.<sup>235</sup> Die Zweiteilung soll daher nur zum Einstieg in das Thema dienen. Anschließend werden die Nicht-Lehrbuchverlage einer in diesem Rahmen sinnvolleren Feingliederung unterzogen. Je nachdem, an welcher Stelle es in den Gesamtrahmen passt, werden dann auch einzelne herausragende Schwerpunktprogramme bzw. individuelle Verlagshäuser kurz vorgestellt.

CLÉ hat im Sommer 2002 eine Schnellumfrage unter führenden irischen Verlagen durchgeführt, wonach

- der Gesamtumsatz irischer Verlage im Jahr 2001 bei ca. 80 Mio. € lag,
- Lehrbuchverlage einen Umsatz von 53 Mio. € erwirtschafteten und damit um 28 % gewachsen sind, und
- General Trade-Verlage mit einen Umsatz von 27 Mio. € um 22 % gewachsen sind.<sup>236</sup>

---

<sup>233</sup> Es gibt es wahrscheinlich nur fünf bis zehn Verlage, die nicht in einem der Verbände (CLÉ oder IEPA) organisiert sind, aber dennoch regelmäßig publizieren. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 1.2.

<sup>234</sup> Vgl. Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998 S. 3.

<sup>235</sup> GILL & MACMILLAN war als General Trade- und Lehrbuchverlag vor den 90er Jahren eine Ausnahme. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 7.23.

<sup>236</sup> Die Prozentangaben beziehen sich auf einen Zeitraum von zwei Jahren. Vgl. Clé: Bulletin September 2002 S. 2.

Die jüngste Marktstudie aus dem Jahr 1998<sup>237</sup> zeigte ebenfalls schon einen positiv verlaufenden wirtschaftlichen Trend. Der Gesamtumsatz aller irischer Verlage wuchs im Untersuchungszeitraum von 1994 bis 1997 inflationsbereinigt um 12 Prozent. Auch die Jahre zuvor waren fast durchweg wachstumsgeprägt, wie Tabelle 3 verdeutlicht. Die durch unterschiedliche Studiendesigns und unregelmäßige Erhebungszeiträume verzerrte Zahlenreihe darf allerdings nur einer groben Orientierung dienen:

**Tabelle 3 – Irische Verlage: Gesamtumsatz im Jahresvergleich 1985–1997<sup>238</sup>**

	1985	1991	1993	1994	1997
Gesamtumsatz (inkl. Exporte)	16,3 Mio. IR£	27,7 Mio. IR£	28,6 Mio. IR£	33,2 Mio. IR£	39,3 Mio. IR£
Nominalwachstum (gegenüber der Vorgängerstudie)		70 %	3,4 %	16 %	18 %
Inflation		21 %	5 %	2 %	6 %
<i>Realwachstum (gegenüber der Vorgängerstudie)</i>		49 %	-2 %	14 %	12 %

1 IR£ = 1,27 €

Ihren Marktanteil auf dem heimischen Buchmarkt konnten irische Verlage mit diesen Wachstumszahlen – nach Jahren der Anteilszugewinne – seit Beginn der 90er Jahre bei rund 40 Prozent konstant halten (siehe Tabelle 7).

Das Jahreseinkommen eines irischen Verlags besteht im Durchschnitt aus 90 Prozent Erlös im Buchverkauf und Lizenzhandel, aus 4 Prozent Subventionen, 4 Prozent anderen Einkommen sowie aus etwa 2 Prozent Spenden.<sup>239</sup> Bezüglich der Größenordnung ihrer Einkünfte konnten die befragten Verlage folgendermaßen aufgeschlüsselt werden:

<sup>237</sup> Die von CLÉ in Auftrag gegebene Studie basiert auf einer Befragung bzw. Einschätzung von 46 Verlagen. Kleinverlage wurden wegen statistischer Verzerrung nicht berücksichtigt. Vgl. Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998 S. 2.

<sup>238</sup> Von Verlagen in Rechnung gestellten Beträge. Vgl. Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998 S. 6.

<sup>239</sup> Die Generalisierung verzerrt, dass im Einzelfall die Subventionierung ein hohes Finanzierungspotenzial darstellt. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 5.32.



Tabelle 4 – Irische Verlage: Einkunftsgrößenordnung 1994<sup>240</sup>

Höhe des Einkommens (in 1.000 IR£)	Lehrbuchverlage (Anzahl)	General Trade-Verlage (Anzahl)	Verlage irischsprachiger Publikationen (Anzahl)
< 50	–	3	4
50–100	–	6	1
100–200	1	2	1
200–500	–	5	–
500–1.000	3	6	–
1.000–4.000	2	–	–
> 4.000	4	–	–

1 IR£ = 1,27 €

Würden die in der Studie nicht berücksichtigten Verlage dazugezählt, müssten sie fast ausschließlich im Rahmen der niedrigsten Einkommenskategorie angesiedelt werden. Auch die Anzahl der Mitarbeiter hängt von der Einkommenshöhe ab: Nur die großen Publikums- und Lehrbuchverlage beschäftigen über zehn Angestellte.<sup>241</sup> Seit der Umfrage von 1994 ist die Anzahl der Beschäftigten gesunken<sup>242</sup> – sei es durch Rationalisierungsmaßnahmen oder Outsourcing.

Irische Verlage sind weitgehend eigenständige Unternehmen. Die internationale Verflechtung mit Großkonzernen ist äußerst gering und meist bei den umsatzstarken Lehrbuchverlagen zu finden: CARROLL HEINEMANN (HARCOURT EDUCATION), GILL & MACMILLAN (HOLTZBRINCK) und IRISH ACADEMIC PRESS (FRANK CASS PUBLISHERS) sind einige der wenigen konzernabhängigen Betriebe (siehe Kapitel 5.1.2).

Insgesamt erscheint das Wachstum der irischen Verlagsindustrie beachtlich. Die Zahlen relativieren sich jedoch angesichts der Tatsache, dass Irland, gemessen an seiner Einwohnerzahl, das zweitkleinste Land Europas ist: Viele Verlagskonzerne im Ausland produzieren mehr Titel und besitzen mehr Angestellte als der gesamte irische Buchmarkt aufweist.<sup>243</sup>

<sup>240</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 5.16.

<sup>241</sup> Lediglich zwei Lehrbuchverlage davon beschäftigen als 50 Angestellte. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 5.13.

<sup>242</sup> Vgl. Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998 S.4f.

<sup>243</sup> Zum Vergleich: S. FISCHER (FISCHER HB & PB, KRÜGER, SCHERZ, ARGON, NIKOLAI) erwirtschaftete 2001 mit 49 Mio. Euro einen ähnlichen Umsatz wie die irischen Verlage 1997 zusammen (bei 155 Mitarbeitern; 50 Hb- und 300 Pb-Novitäten, 800 Hb und 2000 Pb in der Backlist).

### General Trade-Verlage

Ein Blick auf die Umsätze der General Trade-Verlage (im Gegensatz zu den Gesamtumsätzen von Tabelle 3) macht selbst bei zurückhaltender Interpretation ein signifikantes Wachstum seit Beginn der statistischen Erhebungen deutlich:

**Tabelle 5 – General Trade-Verlage: Umsätze 1985–1997** <sup>244</sup>

	1985	1991	1993	1994	1997
Gesamtumsatz	4,5 Mio. IR£	8,1 Mio. IR£	8,9 Mio. IR£	10,3 Mio. IR£	13,8 Mio. IR£
Nominalwachstum (gegenüber der Vorgängerstudie)		80 %	10 %	16 %	34 %
Inflation		21 %	5 %	2 %	6 %
<i>Realwachstum (gegenüber der Vorgängerstudie)</i>		<i>59 %</i>	<i>5 %</i>	<i>14 %</i>	<i>28 %</i>

1 IR£ = 1,27 €

General Trade-Verlage können nach Coopers & Lybrand folgendermaßen charakterisiert werden: Der Bereich besteht hauptsächlich aus relativ kleinen Verlagen (mit durchschnittlich sechs Angestellten), die im Schnitt 19 Titel pro Jahr herausgeben und Verkaufseinkünfte von 240.000 IR£ erwirtschaften. Der großen Anzahl an kleinen Verlagen stehen nur wenige große Verlage gegenüber: Nur sechs Verlagshäuser können einen Umsatz von über 500.000 IR£ vorweisen.<sup>245</sup> Zu den größeren Verlagen zählen der Publikums- und Lehrbuchverlag GILL & MACMILLAN, die im Kinderbuch starke O'BRIEN PRESS, die auf Unterhaltungsliteratur spezialisierten POOLBEG PRESS und TOWNHOUSE; MERCIER PRESS und NEW ISLAND mit gemischtem literarischen und Sachbuchprogramm sowie die Universitätsverlage IRISH UNIVERSITY PRESS (IUP) und IRISH ACADEMIC PRESS (IAP).

Unter den kleineren Verlagen, die regelmäßig publizieren und einen gewissen Bekanntheitsgrad besitzen, befinden sich außergewöhnlich viele Lyrikverlage (beispielsweise SALMON oder GALLERY PRESS); sehr bekannt sind auch auf irisches Zeitgeschehen spezialisierte Verlage wie BRANDON BOOKS oder WOLFHOUND. In den Statistiken der General Trade-Verlage sind auch die Verlage zugeordnet, die irischsprachige Bü-

<sup>244</sup> Von Verlagen in Rechnung gestellte Beträge. Vgl. Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998 S. 6.

<sup>245</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 5.23

cher verlegen; ihre spezielle Situation soll an einer anderen Stelle gesondert betrachtet werden (siehe Kapitel 4.3.5).

Die übrigen Kleinverlage, die sogar in Irland selbst wenig im öffentlichen Interesse stehen, sind überwiegend aus privatem Interesse geführte Heimbetriebe ohne Verlagsbüroräume. Während noch zu Beginn des boomenden Verlagswesens ihre Entwicklung von der Branche aufmerksam betrachtet wurde, verliert sich heute das Interesse an ihnen zugunsten der wachsenden Zahl etablierter Verlage.<sup>246</sup> Allerdings haben sich auch die heutigen Großverlage meist aus einem Privatengagement und vom Küchentisch aus geführten Hobby entwickelt (NEW ISLAND begann z. B. als Lyrikpresse RAVEN ARTS; siehe Verlagsprofil im Anhang IV). Die auf einer einzigen Verlegerpersönlichkeit beruhenden Verlage besitzen oft das Problem der Nachfolgeregelung: „Most Irish houses revolve around one key individual, and it is difficult to see how they will survive without their founding publishers.“<sup>247</sup> Auch die Studie von Coopers & Lybrand deutete schon auf die Problematik des Generationswechsels hin, da einige Verlage aus diesem Grund aufgelöst werden mussten.<sup>248</sup> Wirtschaftlich gesunde Verlage, die keine eigenständige Nachfolgeregelung treffen konnten, werden neuerdings jedoch auch von anderen übernommen.

Irische Verlage sind nur selten auf bestimmte Themen spezialisiert. Die meisten besitzen ein gemischtes Programm, das höchstens in verschiedene Imprints inhaltlich aufgeteilt ist. Selbst in jüngster Zeit neu gegründete Verlage diversifizieren, statt sich auf ein prägnantes Verlagsprofil zu spezialisieren.<sup>249</sup>

Verlage, die nicht mit ihren Aufgaben wachsen, sondern direkt mit einer soliden Eigenkapitalbasis ihren Betrieb starten können, sind selten.<sup>250</sup> Andererseits sehen sich irische Verlage mit relativ hohen Herstellungskosten konfrontiert. Bei einer durchschnittlichen Auflagenhöhe eines General Trade-Verlags von nur 3.250 Exemplaren<sup>251</sup>

---

<sup>246</sup> „New imprints are always appearing and almost as frequently disappearing. Among previously unknown publishers with offerings for christmas is the BALLYKILCAVAN PRESS, which admits that it exists for its one book ...“. One-offs: In: BI Nr. 79, Dezember 1983, S. 219

<sup>247</sup> Success and succession. In: BI Nr. 246, Januar/Februar 2002, S. 11–12, hier S. 11.

<sup>248</sup> Z. B. TALBOT oder DOLMEN. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 7.6.

<sup>249</sup> Vgl. Merlin swallows Wolfhound. In: BI Nr. 245, Dezember 2001, S. 323.

<sup>250</sup> Eine Ausnahme ist beispielsweise MERLIN PUBLISHING mit finanzieller Rückendeckung durch die Gründungsfirma ‚Merlin Films‘. Vgl. Kelly, Shirley: Film finance, video distribution, records – and now books. In: BI Nr. 234, Oktober 2000, S. 267.

<sup>251</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 7.5.

entsteht ein erheblicher Wettbewerbsnachteil. Aus diesem Grund ist auch der Anteil der Übersetzungen an der irischen Titelproduktion sehr gering; hier erfolgt die Versorgung durchweg durch britische Verlage. Wegen der geringen Kapitalkraft können sich in Irland – trotz des vorhandenen Potenzials international angesehener Schriftsteller – deshalb nur wenige Verlage auf Belletristik spezialisieren. Das wiederum nutzen britische Konzerne aus und fassen auf Grund der steigenden Popularität irischer Belletristik in Irland Fuß (siehe Kapitel 4.3.3).

### Lehrbuchverlage

Lehrbuchverlage dominieren die irische Verlagsindustrie in Umsatzgröße und Beschäftigtenanzahl. In absoluter Anzahl gesehen zwar wenige, dafür aber kapitalträchtige Häuser erwirtschaften mit durchschnittlich 35 Angestellten und bei einer jährlichen Produktion von durchschnittlich 23 Titeln ein Durchschnittseinkommen von 2,4 Mio. IR£. Die größten Verlagshäuser liegen sogar sehr weit darüber.<sup>252</sup> Das Exportvolumen der Lehrbuchverlage ist wegen der auf den irischen Lehrplan abgestimmten Inhalte nur gering.

Die aus Tabelle 3 nur für Lehrbuchverlage herausgezogenen Umsätze sehen folgendermaßen aus:

**Tabelle 6 – Lehrbuchverlage: Umsätze 1985–1997**<sup>253</sup>

	1985	1991	1993	1994	1997
Gesamtumsatz	11,8 Mio. IR£	19,6 Mio. IR£	19,7 Mio. IR£	22,9 Mio. IR£	25,5 Mio. IR£
Nominalwachstum (gegenüber der Vorgängerstudie)		66 %	0 %	16 %	11 %
Inflation		21 %	5 %	2 %	6 %
<i>Realwachstum (gegenüber der Vorgängerstudie)</i>		45 %	-5 %	14 %	5 %

1 IR£ = 1,27 €

Demnach ist der Schulbuchmarkt seit Jahren zwar ein nominal wachsender Markt, allerdings nicht in einer ähnlich schwungvollen Entwicklung wie die der General Trade-

<sup>252</sup> Mit einem Einkommen von über 4 Mio. IR£ und bis zu hundert Angestellten. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 5.23.

<sup>253</sup> Von Verlagen in Rechnung gestellte Beträge. Vgl. Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998 S. 6.

Verlage (siehe Tabelle 5). Wenn auch die aktuelle Schnellumfrage von CLÉ ein anderes Bild entwirft (die Umsätze scheinen demnach gegenüber den General Trade-Verlagen enorm zugenommen zu haben; siehe oben), so ist langfristig davon auszugehen, dass das reine Lehrbuchgeschäft relativ an Bedeutung verlieren wird. Der vergleichsweise geringe Umsatzanstieg von 1997 ist zwar wohl hauptsächlich auf den aktuellen Zustand zurückzuführen, dass die Lehrpläne nicht geändert wurden und damit kein Bedarf nach neuem Lehrmaterial vorhanden war.<sup>254</sup> Dennoch verheißt die demographische Entwicklung rückgängige Schülerzahlen und damit langfristig eine nachlassende Nachfrage. Lehrbuchverlage reagieren entsprechend darauf und geben ihre Spezialisierung auf Schulbücher auf: Sie erwirtschafteten 1994 schätzungsweise schon 25 Prozent des Gesamtumsatzes des General Trade-Sektors.<sup>255</sup>

Die Studie von Coopers & Lybrand kreiste die Anzahl der Lehrbuchverlage auf zehn Häuser ein.<sup>256</sup> Die vier Größten – EDUCATIONAL COMPANY OF IRELAND (EDCO), FALLONS, FOLENS und GILL & MACMILLAN – teilen 85 Prozent der Lehrbuchmarktumsätze unter sich auf und besitzen damit eine gewichtige Marktdominanz. Insgesamt können aber fast alle Lehrbuchverlage ein jährliches Einkommen vorweisen, das weit über dem eines durchschnittlichen General Trade-Verlags liegt (siehe Tabelle 4). Auf dem Lehrbuchmarkt tätig ist beispielsweise auch das staatliche, auf irischsprachige Bücher spezialisierte Publikationsorgan AN GÚM.<sup>257</sup> Kleinere Lehrbuchverlage sind beispielsweise AUTHENTIK, MENTOR oder der katholische Verlag VERITAS.

Die Dominanz irischer Verlage auf dem Lehrbuchmarkt – 90 Prozent der in irischen Schulen verwendeten Bücher kommen von ihnen – betrifft allerdings nur das ‚Primary‘ und ‚Secondary Level‘;<sup>258</sup> dort ist der Markt durch Kontakte zu Lehrplanerstellern und Lehrern im Griff der etablierten irischen Lehrbuchverlage. Es ist sogar selten, dass sich innerhalb des irischen Markts neue Mitstreiter auf dem Lehrbuchmarkt finden, da diese durch den hohen Wettbewerbsdruck von Beginn an mit der Konkur-

---

<sup>254</sup> Vgl. Gill: Dateline Dublin S. 23.

<sup>255</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 7.25.

<sup>256</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 4.14.

<sup>257</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 1.10.

<sup>258</sup> Für das ‚Third Level‘ besitzen irische Verlage schätzungsweise einen Anteil von weniger als 20 %. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 1.15.

renz mitziehen müssen.<sup>259</sup> Lediglich in neuen Marktnischen wie elektronische Medien für den pädagogischen Sektor gab es in letzter Zeit Verlagsgründungen.<sup>260</sup>

Die Auflagenzahl von Schulbüchern ist im Vergleich zum übrigen irischen Buchmarkt sehr viel höher und kann nach der Einführungsphase eines Titels durch die schulisch-bürokratischen Rahmenbedingungen relativ gut eingeschätzt werden. Das führt zu einem erheblichen Produktionskostenvorteil, wenn auch andererseits der harte Wettbewerb mit den konkurrierenden Verlagen zu höheren Kosten für eine vorteilhaftere Produktqualität führt. Um ein besseres Bild von den Bedürfnissen der Lehrer und Schüler zu gewinnen, führen Lehrbuchverlage regelmäßig Marktstudien und Testveranstaltungen mit Pädagogen durch. Dafür und für den restlichen Lektorats- und Herstellungsbereich besitzen Lehrbuchverlage überdurchschnittlich spezialisierte Mitarbeiter – ein Aspekt, der bei der Vermischung von Lehrbuch- und General Trade-Verlagen sowie im Rahmen des Ausbildungsprogramms von CLÉ vielleicht positiv auf die anderen ausstrahlt.<sup>261</sup>

Eine lukrative Sonderform des Direktvertriebs für Lehrbuchverlage stellen so genannte ‚School Book Fairs‘ dar. Über einen spezialisierten Absatzmittler wie SCHOLASTIC (dem gleichnamigen britischen Verleger zugehörig) oder FOLENS SETANTA (dem irischen Lehrbuchverlag FOLENS nahestehend) werden Bücher direkt an den Schulen an Eltern, Lehrer und Schulbibliotheken verkauft. Eine auf ca. eine Woche zeitlich befristete Ausstellung wandert dabei von Schule zu Schule; den Verkauf organisiert die Schule bei finanzieller Entschädigung selbst.<sup>262</sup>

---

<sup>259</sup> Mit CARROLL HEINEMANN ist 2000 ein Lehrbuchverlag gegründet worden, der ausreichende Kapitalkraft durch die britische Konzernmutter HARCOURT EDUCATION besitzt.

<sup>260</sup> Beispielsweise SCHOLASTECH, Spezialist für elektronische Medien für den Religionsunterricht des ‚Secondary Levels‘. Vgl. <http://www.scholastech.ie>. Stand: 10. März 2003.

<sup>261</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 7.9f.

<sup>262</sup> Vgl. Kelly, Shirley: Should school book fairs pay for new boilers? In: BI Nr. 207, Oktober 1997, S. 249.

### 4.2.2. Zwischenbuchhandel

*„From the late 1980s, the trade wholesalers revolutionized the speed and efficiency of book distribution by supplying, at first, the independent bookshops, which faced dealing with a myriad of publishers' invoicing systems, and their warehouses which were often slow and inefficient.“*

– Giles Clark, Inside Book Publishing <sup>263</sup>

Die Ausformung des Zwischenbuchhandels ist in Irland nicht so spezialisiert und durch Arbeitsteilung bestimmt wie das deutsche System es kennt, sie geht andererseits aber über die Mischformen, wie sie in Österreich und in der Schweiz herrschen, hinaus.<sup>264</sup> Der irische Buchgroßhandel nimmt in etwa die Funktion deutscher Barsortimente wahr, kann aber selten deren umfangreichen und schnellen Lieferservice erreichen: Beispielsweise ist die 90 bis 95 -prozentige Abdeckung des Sortimentsbedarfs, wie Barsortimente es gewährleisten, nicht annähernd gegeben; auch ist das Endkundenbestellwesen (schnelle Lieferung eines Einzeltitels) wenig gebräuchlich.<sup>265</sup> Bestellanstalten gibt es in Irland selbst keine, jedoch sind die größten Buchhandlungen an das britische Teleordering-Verfahren angeschlossen.<sup>266</sup> Die irischen Großhändler haben außerdem ihre eigene elektronische Bestellsoftware, die sie mit ihren Vertriebspartnern im Einzelhandel verbindet. Büchersammelverkehr sowie eine zentrale Clearingstelle (wie ‚BAG‘ in Deutschland oder ‚Batch‘ in Großbritannien) gibt es nicht. Verlagsauslieferungen sind inzwischen für alle größeren Verlage tätig; diese übernehmen oft auch einen Teil des Auslandvertriebs.

Der Zwischenbuchhandel in Irland besteht aus folgenden Marktteilnehmern (siehe auch Anhang I: Struktur des irischen Buchmarkts):

---

<sup>263</sup> Clark: Inside Book Publishing S. 71.

<sup>264</sup> Österreich/Schweiz zum Vergleich: Zwischenbuchhändler sind im Prinzip Verlagsauslieferer. Da sie nur die Produktion der Verlage führen, die sie ausliefern, haben sie nicht die Titelbreite deutscher Barsortimente. Vgl. Bez, Thomas: ABC des Zwischenbuchhandels. 4., überarb. u. erg. Aufl. In: Bbl Nr. 20, 12. März 2002 (=Bbl Extra), S. 1–28, hier S. 5 und S. 19.

<sup>265</sup> Deshalb wird hier der allgemeine Begriff Großhandel statt Barsortiment verwendet.

<sup>266</sup> Das Datenfernübertragungssystem sortiert eingehende Bestellungen der Buchhandlungen und leitet sie an Großhändler, Auslieferungen und/oder Verlage weiter. Zurzeit existieren 30 Mio. Bestellanschlüsse zu rund 42.000 Vertriebspartnern. Vgl. <http://www.whitaker.co.uk/whitakerweb>. Stand: 1. März 2003.

- Verlagsauslieferungen („Distributors“) und Großhändler („Wholesaler“) beliefern Sortimente u. a. Buchverkaufsstellen (neben der Direktlieferung ab Verlag);
- Bibliothekszulieferer („Library Suppliers“) arbeiten exklusiv für Bibliotheken;
- Verlagsauslieferungen beliefern auch, aber nicht ausschließlich, Großhändler (neben der Direktlieferung ab Verlag);
- Keine Form von Zwischenbuchhandel bei der Belieferung von Buchclubs, Versandunternehmen und Verkäufen auf dem Verlagsgelände.

Die Möglichkeit, Bücher direkt beim Verlag zu kaufen, ist bei einigen Lehrbuchverlagen gegeben, ist inzwischen aber nicht mehr so populär wie früher.<sup>267</sup> Über die Nutzungsintensität der einzelnen Vertriebswege gibt es leider nur veraltetes Zahlenmaterial. 1986 lief der Vertrieb zu 69 Prozent vom Verlag direkt an den irischen Einzelhandel, zu 28 Prozent über Großhandel, zu 2,5 Prozent Direktbezug aus dem Ausland und zu 0,5 Prozent Direktvertrieb vom Verlag zum Endkunden.<sup>268</sup> Diese Zahlen müssen inzwischen sicher zugunsten des Großhandels korrigiert werden.

### **Großhandel (Wholesale)**

Der irische „Wholesaler“ kauft seine Ware beim Verlag bzw. bei der Verlagsauslieferung mit vollem Remissionsrecht und Rabatten von 50 bis 55 Prozent ein. Diese gibt er an seinen Kunden, den irischen Einzelhändler, mit ca. 35 bis 40 Prozent Rabatt weiter. Der Einkauf erfolgt entweder elektronisch über die Bestellsoftware des Großhändlers, über Teleordering, telefonisch, durch den Großhandelsvertreter oder oft auch durch einen Einkaufsbesuch des Einzelhändlers im Großhandelslager.<sup>269</sup>

Während sich der Buchgroßhändler in Deutschland seit dem 19. Jahrhundert zu einem wichtigen und effizienten Handelspartner herausgebildet hatte, war der Großhändler in Irland und dem Vereinigten Königreich bis in die 70er Jahre des 20. Jahrhunderts nur eine Randerscheinung des Distributionsnetzes.<sup>270</sup> Erst in den

---

<sup>267</sup> Direktverkauf über Verkaufsabteilung im Verlagsgebäude oder Kataloge. Preisnachlässe werden selten und in geringen Prozentsätzen gewährt. Der Verkauf lohnt sich für den Verlag lediglich wegen eingesparter Lieferkosten und direktem Kundenkontakt. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 4.10.

<sup>268</sup> Vgl. Fishwick: The Market for Books in the Republic of Ireland S. 66f.

<sup>269</sup> Zu Konditionen, Vertreterbesuche, elektronischem Bestellsystem u. a. vgl. Tom Owens und Fergal Stanley, Interviews im Anhang.

<sup>270</sup> 1976 wurde von der BA eine erste Studie über das Großhandelswesen in Auftrag gegeben, die den Vorteil der schnelleren, effizienteren Lieferung gegenüber Direktauslieferungen hervorhob. Vgl. Clarke, Harold: Publisher and wholesaler. In: BI Nr. 16, Sept. 1977, S. 157–158.



80er Jahren begannen im Vereinigten Königreich sowie in Irland die Großhändler eine wichtige Rolle bei der Bücherdistribution einzunehmen.<sup>271</sup> Mit der steigenden Einkaufsmacht der Buchhandelsketten fanden unabhängige Buchhandlungen in Großhändlern einen besseren Geschäftspartner als Verlage es bei Direktlieferungen waren. Da Großhändler bei den Verlagen inzwischen eine höhere Rabattspanne heraushandeln konnten, waren die Buchhandlungen auch finanziell nicht schlechter gestellt.<sup>272</sup> Der Vorteil des Großhandels liegt für die Buchhandlung in einem vereinfachten Rechnungswesen und konzentrierten bzw. reduzierten Vertreterbesuchen. Großhändler nehmen auch Einzelbestellungen für die Kunden der Buchhandlungen auf; diese haben jedoch keine Priorität, sondern werden gebündelt bearbeitet (siehe 4.2.3).

Der Großhändler ist immer noch hauptsächlich für unabhängige Buchhandlungen tätig; Buchhandelsketten kaufen überwiegend direkt bei Verlagen. Tom Owens, Leiter des Marktführers EASON WHOLESale, schätzt die Marktaufteilung für das eigene Unternehmen folgendermaßen ein:<sup>273</sup> Während einige wenige Buchhandlungen ihre Ware exklusiv über EASON WHOLESale beziehen, verwenden die meisten eine Mischform von Direktbezug und mehreren Großhändlern. WATERSTONE'S bezieht nur ca. 3 % seiner Ware über EASON WHOLESale und wird entsprechend mehr von britischen Großhändlern bzw. direkt ab Verlag versorgt.<sup>274</sup>

Für den Großhandel liegen keine Statistiken oder Marktstudien vor. Dennoch kann eindeutig davon ausgegangen werden, dass EASON WHOLESale (52.000 Titel auf Lager) eine Fast-Monopolstellung einnimmt. Dies liegt zum einen an den historisch gewachsenen Handelsbeziehungen, die ihn gegenüber den jüngeren und weniger etablierten Konkurrenzunternehmen bevorteilt. Zum anderen besitzt EASON WHOLESale die handelssichere Verbindung mit der zur Familie gehörigen größten irischen Buchhandelskette EASON'S. Der nächstgrößere Konkurrent, ARGOSY LIBRARIES (15.000 Titel auf

---

<sup>271</sup> „True, book wholesalers have not been an important part of the business until fairly recently.“ Not embattled enough S. 25.

<sup>272</sup> „Noch vor 20 Jahren war es für Buchhändler üblich, direkt bei Verlagen zu bestellen, da der Großhandel nur einen Rabatt von 25 % anbot.“ Bergmeister, Michael/Smejkal, Wolfgang: Irland. In: BuchMarktBuch. Hrsg. v. Universitätslehrgang Publishing. Krems: Donau-Universität Krems, Kulturwissenschaften 1997, S. 73-81, hier S. 78.

<sup>273</sup> Vgl. Tom Owens: Interview, Anhang V.

<sup>274</sup> In Bergmeister: Irland (S. 78) ist fälschlicherweise angegeben, dass Waterstone's als Großhändler tätig ist.

Lager), kommt wahrscheinlich auf einen Marktanteil von 10 Prozent. Das Unternehmen hat sich aus einem Leihbibliotheksbetrieb heraus entwickelt und ist vom Einzelhandel unabhängig, was einen unparteiischen Lieferservice garantiert.<sup>275</sup> Ein kleinerer Anbieter im irischen Großhandel ist ÁIS (ÁISINTEACHT DÁILIUCHÁN LEABHAR), der sowohl als Großhändler als auch als zentrale Distributionsagentur für Verlage irischsprachiger Publikationen fungiert (3.000 Titel auf Lager). Auch britische Großhändler wie beispielsweise GARDNERS (250.000 Titel auf Lager) betätigen sich in Irland und sind teilweise wiederum Handelspartner von irischen Großhändlern.<sup>276</sup> Der große Nachteil für britische Großhändler ist der lange Lieferweg sowie die fremde Währung. Allein von der Lagergröße her wären sie den irischen Konkurrenten gegenüber eindeutig im Vorteil. Der zeitintensive Lieferweg macht sich vor allem im umsatzintensiven Vorweihnachtsgeschäft bemerkbar; dann kann es durchaus sein, dass die Lieferung eines gefragten britischen Titels, welcher in Irland nicht mehr auf Lager ist, nicht mehr rechtzeitig eintrifft.<sup>277</sup> Kurze Unternehmensprofile der erwähnten irischen Großhändler befinden sich im Anhang (Anhang IV).

#### **Verlagsauslieferung (Distributor)**

Die Serviceleistungen eines irischen Distributors beinhalten Lagerhaltung, Versand, Clearing und Inkasso. Die führende irische Verlagsauslieferung ist GILL & MACMILLAN DISTRIBUTION, aber auch COLUMBA MERCIER DISTRIBUTION, eine Fusion der Auslieferungen von COLUMBA und MERCIER, ist ein wichtiger Vertragspartner für irische Verlage. Der Spezialvertrieb GANDON DISTRIBUTION in Cork hat sich auf Bücher über irische Kunst und Architektur spezialisiert und betreibt damit weitestgehend Eigendistribution für den zugehörigen Verlag GANDON EDITION. Des Weiteren gibt es noch verlagsunabhängige Distributoren, die sich auf internationalen Buchvertrieb spezialisiert haben, wie beispielsweise GLOBAL BOOK NETWORK.<sup>278</sup>

---

<sup>275</sup> „We don't have our own shop around the corner and we are not thinking: ‚Well, we are short in this book, let's not give it to our customers, let's keep it to ourselves'.“ Fergal Stanley: Interview, Anhang V.

<sup>276</sup> „We use Gardners for special orders for our customers who are looking for books for their customers.“ Tom Owens: Interview, Anhang V.

<sup>277</sup> Vgl. Kelly, Shirley: The view from the till. In: BI Nr. 182, Dezember 1994, S. 314–316.

<sup>278</sup> Internationaler Buchdistributeur; Lieferung von und nach Irland. Vgl. <http://www.globalbook.net/eire.html>. Stand: 5. Mai 2002.

Der Vollständigkeit wegen sollen hier noch Bibliothekszulieferer (Library Suppliers) genannt werden. Öffentliche Bibliotheken kaufen Bücher über ihre regionalen Einkaufsabteilungen bei speziellen ‚Library Suppliers‘ ein. Diese bieten zusätzlich zur Lieferung auch die zusätzliche Präparation der Bücher (Bibliotheksbindungen, Anbringen von Sicherheitsetiketten, Aufdruck Bibliotheksstempel etc.).<sup>279</sup> Bibliothekszulieferer sind sehr kleine Privatunternehmen oder Seitenarm einer Buchhandlung.<sup>280</sup>

### 4.2.3. Einzelhandel

*„When Waterstone’s came into the Irish market, independents responded by becoming more professional. [...] In fact, the arrival of Waterstone’s stimulated trade, if anything.“*

– Gemma Barry, Vorsitzende BA und Geschäftsführerin Dubray Books<sup>281</sup>

Über die Nutzung der unterschiedlichen Betriebsformen des Bucheinzelhandels gibt es für Irland keine Angaben. Lediglich eine Befragung von Lesern in den Jahren 1986 und 1987 gibt Aufschluss über Kaufpräferenzen; diese ist jedoch so veraltet, dass sie für den heutigen Buchmarkt als nicht mehr gültig angesehen werden kann.<sup>282</sup> Die Statistiken, die aus Großbritannien vorliegen, können nicht einfach auf Irland übertragen werden. Zum einen unterliegt die Aufteilung des Sortimentsbuchhandels in Filial- und unabhängige Buchhandlungen einer ganz anderen Größenordnung; in Irland sind die Ketten beispielsweise nicht so dominant wie im Vereinigten Königreich. Zum anderen sind auch die Marktanteile von Buchclubs, Supermärkten und Internetbuchhandel in Irland völlig anders gewichtet; auch hier sind alle drei Betriebsformen bei weitem nicht so ausgeprägt.<sup>283</sup> Festgehalten werden kann, dass der Bucheinzelhandel durch

<sup>279</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 4.8f.

<sup>280</sup> „Most library suppliers are in fact bookshops ...“ Fergal Stanley: Interview, Anhang V.

<sup>281</sup> Gemma Barry: Interview, Anhang V.

<sup>282</sup> 72 % der Befragten haben ihr letztes Buch in einer Buchhandlung gekauft, 14 % in CTN-Läden (Confectioner-Tobacconist-Newsagent). Kaufhäuser, Supermärkte und andere Läden hatten einen gemeinsamen Anteil von 12 %; Direktversand und Buchclubs kommen auf keine 2 % Anteil. Vgl. Fishwick: The Market for Books in the Republic of Ireland, Summary of Report No. 5.

<sup>283</sup> 2001 wurde der Absatzmarkt für UK aufgeteilt in: 42 % Buchhandelsketten, 21 % Direktversand bzw. Buchclubs, 17 % unabhängige Buchhandlungen, 9 % andere Buchverkaufsstellen (Bargain Bookshops, Musikläden etc.), 6 % ‚Mixed Multiples‘ (inkl. Supermärkte) und 5 % Internetbuchhandel. Vgl. The Publishers Association: UK Book Statistics 2002: October 2002. London: The Publishers Association 2002. [Eigenpublikation, vervielfältigt] S. 1.

die stetig wachsende Konsumkraft in den letzten Jahrzehnten eine gesunde wirtschaftliche Basis errungen hat. Die Sortimentslandschaft in Form von kleinen bzw. mittelgroßen unabhängigen Einzelhandelsunternehmen wurde durch irischstämmige und britische Buchhandelsketten ergänzt, jedoch nicht zerstört.

Wie Tabelle 7 zeigt, belief sich 1997 der gesamte Buchumsatz des irischen Einzelhandels auf geschätzte 121 Mio. IR£:

**Tabelle 7 – Irischer Einzelhandel: Buchumsätze 1985–1997** <sup>284</sup>

	1985	1991	1994	1997
Buchimport	38 Mio. IR£	47,8 Mio. IR£	61,1 Mio. IR£	72,6 Mio. IR£
Anteil am Gesamtumsatz	67 %	59 %	60 %	60 %
<i>Gesamtumsatz</i>	<i>56,6 Mio. IR£</i>	<i>80,9 Mio. IR£</i>	<i>102,5 Mio. IR£</i>	<i>121 Mio. IR£</i>

1 IR£ = 1,27 €

Importierte Bücher besaßen einen Marktanteil von 60 Prozent; das bedeutet im Umkehrschluss und im Vergleich mit den Vorjahresangaben, dass irische Verlage ihren Anteil von 33 Prozent im Jahr 1985 auf 40 Prozent im Jahr 1997 kontinuierlich ausbauen konnten. Die Attraktivität der britischen Ware liegt für den Buchhändler in den geringfügig höheren Rabatten und vor allem den professionelleren Werbe- und Verkaufshilfen.<sup>285</sup>

### Sortimentsbuchhandel – Allgemeiner Überblick

Ende der 70er Jahre führte eine angespannte wirtschaftliche Situation in Kombination mit vielen inzwischen unmodern gewordenen Sortimenten zu einem Umbruch der Buchhandelslandschaft. Eine für die Branche katastrophale Meldung war die Geschäftsaufgabe von APCK im Jahr 1978 und die Schließung von landesweit 90 Buchhandlungen.<sup>286</sup> Später im selben Jahr wurde die traditionsreiche Buchhandlung HODGES FIGGIS mit seinen damaligen vier Filialen von der Kette DILLON'S aufgekauft und war damit das erste Sortiment, das unter britischer Leitung geführt wurde.<sup>287</sup> Diese

<sup>284</sup> Die Zahlen der Vorgängerstudien wurden für Vergleichszwecke korrigierend verändert. Vgl. Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998 S. 5 und Appendix 2.

<sup>285</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 7.17.

<sup>286</sup> Vgl. Making bookselling pay. In: BI Nr. 23, Mai 1978, S. 69.

<sup>287</sup> Vgl. One for the xenophobes. In: BI Nr. 26, September 1978, S. 127.

Übernahme wie auch die Eröffnung der ersten WATERSTONE'S-Filiale in den späten 80er Jahren ließ die kleineren unabhängigen Buchhandlungen zunächst um ihre Existenz fürchten. Mit der Zeit stellte sich jedoch heraus, dass der Markt groß genug für alle Teilnehmer war. Anstelle eines Buchhandelssterbens erlebte der Einzelhandel sowohl durch die britische Konkurrenz als auch wenige Jahre später durch den Wegfall der Preisbindung einen Modernisierungsschub der bestehenden Läden.

Heute ist die irische Buchhandelslandschaft mit insgesamt rund 180 Niederlassungen<sup>288</sup> geprägt durch eine große Dichte unterschiedlicher Sortimente in Großstädten einerseits und einem nur weitmaschigen Netz von Buchverkaufsstellen auf dem Land andererseits. Insgesamt hat der irische Einzelhandel im Gegensatz zu Deutschland eine stärkere Tendenz dazu, verschiedene Geschäftsarten in einem Ladenraum zu vereinen. So findet sich häufig die Kombination von Büchern mit Papier-Büro-Schreibwaren (PBS), mit Postfilialen, mit Zeitungen und Zeitschriften, mit Geschenkartikeln, aber auch mit Cafés bzw. einer Abteilung gebrauchter – nicht unbedingt antiquarisch wertvoller – Bücher („Second-hand“). Die unterschiedlichen Ladenausstattungen kombiniert mit dem entsprechenden Preisniveau (Häufigkeit der Preisreduktionen) könnten zu der folgenden Klassifizierung zwischen „Downmarket“, „Midmarket“ und „Upmarket“ führen:

- die praktisch-nüchterne Buchhandlung mit breitem Sortiment und häufigen Angeboten; zusätzlich gut sortiertes PBS (z. B. EASON'S O'Connell Street),
- die anspruchsvolle akademische Buchhandlung mit tiefem Sortiment; Angebote stehen nicht im Vordergrund (z. B. HODGES FIGGIS),
- die preiswerte Buchhandlung mit Modernem Antiquariat und/oder Second-hand-Abteilung (z. B. CHAPTERS),
- die Buchabteilung eines Kiosks (z. B. kleine EASON'S-Filialen) oder Lebensmittel Ladens (auf dem Land und in Vororten),
- das Antiquariat, meist in Verbindung mit Second-hand (z. B. WINDING STAIRS) sowie
- die spezialisierte Buchhandlung (z. B. VERITAS für katholische Literatur).

---

<sup>288</sup> Diese Zahl entspricht den Mitgliedern der BA und umfasst nicht die große Anzahl sonstiger Buchverkaufsstellen. Vgl. <http://www.booksellers.org.uk>. Stand: 4. Mai 2002 (Bookshop Search).

Spezialsortimente sind selbst in Großstädten nicht häufig zu finden; offensichtlich kann nur mit einem gewissen Maß an inhaltlicher Bandbreite der betriebliche Fortbestand gesichert werden.

Individuelle Kundenbestellungen werden nur eingeschränkt bearbeitet. Lediglich große Buchhandlungen besitzen eine Kundenservice-Abteilung;<sup>289</sup> ein schnelles Liefersystem von Einzeltiteln über Nacht existiert nicht (siehe Kapitel 4.2.2). Die fachkundige Kundenberatung ist nicht Inhalt der Ausbildung und daher abhängig von der Anspruchshaltung der Buchhandlung bzw. der individuellen Person.

Auffällig ist, dass häufig die Abtrennung eines rein irischen Bereichs erfolgt, sobald genügend Regalfläche die Aufteilung ermöglicht. Die irlandbezogene Sortierung nach allen größeren Warengruppen (Literatur, Lyrik, Geschichte, Politik, Reiseführer etc.) befindet sich dann entweder neben den dazugehörigen nicht-irlandbezogenen Büchern oder meist sogar als Irland-Abteilung an prominenter Stelle im Eingangsbereich.

### **Sortimentsbuchhandel – Buchhandelsketten**

Die größten Buchhandlungen gehören zu Buchhandelsketten (EASON'S O'Connell St.: ca. 1.500 m<sup>2</sup>, HODGES FIGGIS ca. 1.400 m<sup>2</sup> und O'MAHONY Limerick ca. 930 m<sup>2</sup>).<sup>290</sup> Die automatische Verbindung von ‚Größe‘ mit ‚Filialbuchhandlung‘ hat in Irland nie zu dem negativen Bild geführt, dass eine Buchhandelskette nur das oberflächliche Massenpublikum bedient; im Gegenteil, sie übertreffen in Titelzahlen fast immer die unabhängigen Buchhandlungen mit traditionell kleinen Verkaufsflächen und begrenztem Angebot.<sup>291</sup>

Die irischstämmigen Buchhandelsketten sind Familienunternehmen mit moderater Filialanzahl. Lediglich EASON'S besitzt mit über die Republik verteilten 13 Buchhandlungen (und zusätzlichen Filialen in Nordirland) eine marktdominierende Stellung.

---

<sup>289</sup> EASON'S O'Connell Street verfährt mit Kundenbestellungen zweigleisig. Zählt der gewünschte Titel zum üblichen Lagerbestand, wird eine Reservierung für die nächste eingehende Lagerbestellung – ohne Termingarantie – zurückgehalten. Alle anderen Kundenbestellungen werden vom ‚Service Desk‘ bearbeitet und dauern mindestens zwei Wochen.

<sup>290</sup> Vgl. Halls, Meryl <meryl.halls@booksellers.org.uk>. 18. Dezember 2002. „RE: List of Irish booksellers.“ Persönliche E-Mail (17. Dezember 2002).  
Zum Vergleich: Die größte deutsche Buchhandlung ist STERN, Düsseldorf mit 4.000 m<sup>2</sup>. Größte britische: WATERSTONE'S in Oxford St./London und BORDER'S in Glasgow mit je 3.700 m<sup>2</sup>.

<sup>291</sup> „... somewhere between 20.000 to 50.000 books for an independent and then double or treble that for a chain.“ Gemma Barry: Interview, Anhang V.

lung.<sup>292</sup> Das seit letztem Jahrhundert bestehende Familienunternehmen EASON steht deshalb für viele Iren als Synonym für ‚Buchhandlung‘ (ein kurzes Portrait dieser sowie eine Auswahl anderer wichtiger Buchhandlungen finden sich im Anhang IV).<sup>293</sup>

Die einzige britische Kette, die – nach dem Kauf von DILLON’S – in Irland Filialen besitzt, ist WATERSTONE’S mit seinen fünf Filialen. Wahrscheinlich ermöglicht die weniger scharfe Konkurrenzsituation und die fremde Währung eine weniger aggressive Preispolitik als in Großbritannien. Ebenso musste WATERSTONE’S feststellen, dass sich die irischen Handelspartner (Verlage und Großhandel) der harten Preisverhandlungspolitik der Kette nicht unterordnen wollten.<sup>294</sup>

WATERSTONE’S größte und umsatzstärkste Filiale, HODGES FIGGIS, ist nicht dem unternehmenstypischen Corporate Identity unterworfen, sondern präsentiert sich in Optik und Sortimentsgestaltung konzernunabhängig. Mit der Beibehaltung des Namens der aufgekauften Traditionsbuchhandlung wurde ihr positives Image übernommen. HODGES FIGGIS liegt einer (typischen) WATERSTONE’S-Filiale gegenüber und bildet zusammen mit HANNA’S eine Art ‚Charing Cross Road‘ Dublin’s.<sup>295</sup> Die nächste größere Kette ist DUBRAY BOOKS mit acht Filialen, ein 1972 gegründetes, zurzeit stark expandierendes Unternehmen.<sup>296</sup> HUGHES & HUGHES sind mit ihren fünf Filialen fast ausschließlich in Dublin und Umgebung zu finden; dagegen sind die Buchhandlungen von THE BOOK CENTRE (fünf Filialen) nur in mittelgroßen und kleinen Städten ansässig. EASON’S und Waterstone’s sind die einzigen Ketten, die für ihre (individuell bestellenden) Filialen mittels Einkaufsabteilungen bzw. Vertriebskanäle einen zentralistisch geführten Einkauf betreiben.<sup>297</sup>

---

<sup>292</sup> Die (auch Bücher verkaufenden) Kioske und Bahnhofsbuchstände sind hier nicht mitgezählt. Zum Vergleich: Die deutsche Buchhandelskette Thalia Holding GmbH führt 106 Filialen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

<sup>293</sup> Vgl. Selling Irish. In: BI Nr. 48, November 1980, S. 203.

<sup>294</sup> WATERSTONE’S plante, mit EASON WHOLESALE Spezialkonditionen auszuhandeln, doch das scheiterte am Widerstand der Branche. Vgl. Brown: Books in Ireland S. 18.

<sup>295</sup> In der Dawson St./Dublin werden, wie in Charing Cross Road/London, durch eine Kumulation unterschiedlichster Buchhandlungen die größten Buchumsätze des Landes erwirtschaftet.

<sup>296</sup> „We bought BOOKSTOP in Blackrock and Dun Laoghaire. This will bring the number of our bookshops to eight and our market share to 15 %.“ Barry, Gemma <gembarry@gofree.indigo.ie>. 4. Jan. 2003. „RE: Interview from November 2002“. Persönl. E-Mail (3. Jan. 2003).

<sup>297</sup> EASON: Großhandelsbestellungen exklusiv über EASON WHOLESALE. Tom Owens: Interview, Anhang V.

WATERSTONE’S: Jede Filiale ist im Bestellwesen autark. Vgl. Webb, Nick: Knott selling well at Waterstone’s. In: Sunday Independent. Dublin: Independent Newspapers, 10. Nov. 2002.

## Online-Buchhandel

Abgesehen von kleinen spezialisierten Firmen gibt es keinen Online-Buchhandel in Reinform, sodass AMAZON UK die am häufigsten frequentierte Internetbuchhandlung ist.<sup>298</sup> Die Verschiffungskosten bedeuten zwar eine erhebliche Verteuerung, doch bei einigen AMAZON-Angeboten lohnt sich die Auslandsbestellung.<sup>299</sup> Viele irische Buchhandlungen bieten neben dem Ladengeschäft („Bricks“) auch Online-Bestellservice („Clicks“) an. Auch einzelne Verlage (z. B. POOLBEG über [www.poolbeg.com](http://www.poolbeg.com)) arbeiten mit dem Internet als neue Direktvertriebsschiene. Manche Buchhändler nutzen das Internet als Plattform für internationale Kundenkontakte und Buchaufträge. KENNY'S als Pionier des Online-Buchhandels ist von ihnen der bekannteste ([www.kenny.ie](http://www.kenny.ie)); daneben sind READ IRELAND ([www.readireland.ie](http://www.readireland.ie)) sowie LITRIOCHT ([www.litriocht.com](http://www.litriocht.com)) auf Irish Interest im weiteren Sinn spezialisiert und pflegen einen internationalen Kundenstamm.

KENNY'S, 1940 als kleine Buchhandlung in Galway vom Ehepaar Des und Maureen Kenny gegründet, ist heute auf zwei Filialen, eine Galerie und eine Buchbinderei angewachsen (KENNY'S BOOKSHOPS & ART GALLERY LTD) und betreibt mit der 1998 gegründeten KENNY'S BOOK EXPORT COMPANY ein hoch professionelles Exportgeschäft, dessen Hauptmedium die Internetseite mit seinem umfangreichen Online-Katalog darstellt.<sup>300</sup> In den frühen 80ern begann KENNY'S US-amerikanische Bibliotheken zu beliefern (auch heute noch: Library of Congress, Harvard, Yale etc.). Daraus erwuchs graduell der Kontakt zum US-amerikanischen Buchmarkt; KENNY'S wurde Markenname als Bezugspartner irischer Bücher. Daraus wiederum entwickelte sich die Idee eines eigenen Katalogs der populärsten irischen Titel, die in die USA versandt wurden. Eine weitere Marketing-Idee war, Buchpakete nach den Themenvorgaben jedes individuellen Käufers zusammenzustellen und als unverbindliches Angebot zu verschicken.<sup>301</sup>

---

<sup>298</sup> Irland ist nach dem Vereinigten Königreich und den USA drittgrößter Absatzmarkt für AMAZON Großbritannien. Vgl. McCaughren, Samantha: Ireland balancing the books in favour of Amazon.com. In: Irish Independent. Dublin: Independent Newspapers, 3. August 2000.

<sup>299</sup> Z. B. *Angels*, der neue Bestseller von Marian Keyes: Gesamtpreis inkl. Lieferung über EASON'S: 23 €, über AMAZON: 17,19 €. Vgl. [www.eason.ie](http://www.eason.ie) und [www.amazon.co.uk](http://www.amazon.co.uk). Stand: 12. Dezember 2002.

<sup>300</sup> Vgl. <http://www.kennys.ie>. Stand: 12. März 2003.

<sup>301</sup> Momentan bedient KENNY'S mit den „Irish Book Parcels“ 1.500 Kunden weltweit (hauptsächlich in die USA). Vgl. Raphael, Murray: How an Irish book store found a niche... and filled it. In: Direct Marketing. Garden City: Hoke, Vol. 61 Issue 11, März 1999, S. 18–21.



Der Schritt zum Internetversandhandel war eine logische Folge der schon zuvor ausgebauten internationalen Vernetzung mit Bibliotheken, Institutionen und der irischen Diaspora.

### **Buchclubs**

Der mit Abstand größte in Irland befindliche Buchclub – außer ihm gibt es nur noch kleine Spezialversandhandlungen – ist BOOK CLUB OF IRELAND. Dieser arbeitet auf reiner Versandbasis ohne Sortimentsgeschäfte und gehört als Mitglied von BOOK CLUB ASSOCIATES LTD zu BERTELSMANN/REED. Trotz attraktiver Preisnachlässe und einem Kundenstamm von angeblich 45.000 Mitgliedern<sup>302</sup> scheint das Buchclubgeschäft insgesamt nicht zu florieren.<sup>303</sup> Der Book OF THE MONTH CLUB<sup>304</sup> wie auch der in den 60er Jahren mit 2.000 Mitgliedern recht beliebte AN CLUB LEABHAR<sup>305</sup> existieren beide nicht mehr. Fishwick erklärt die geringe Attraktivität mit dem zu kleinen Markt, der keinen Spielraum für hohe Rabatte lässt;<sup>306</sup> Gemma Barry begründet die fehlende Marktpräsenz mit dem gut ausgebauten irischen Buchhandelsnetz.<sup>307</sup>

#### **4.2.4. Autoren und literarische Agenturen**

*„We’re not in the position to attract good writers by offering ridiculous advances – we couldn’t go out and buy Joseph O’Connor from HarperCollins for instance – so we have to grow our own. It’s a slow and dangerous strategy, because you might grow a precious flower only to have somebody else pull it from you.“*

– Philip MacDermott, Verlagsleiter, Poolbeg Press<sup>308</sup>

Autorinnen und Autoren werden in Irland durch unterschiedliche Einrichtungen finanziell und ideell unterstützt. Abgesehen von der Steuerbefreiung für Künstler (siehe Kapitel 4.1.3) gibt es Stipendienprogramme des Arts Councils und anderer staatlicher

---

<sup>302</sup> Vgl. <http://www.bookclubofireland.com/>. Stand: 7.November 2002.

<sup>303</sup> Vgl. Loss leaders. In: BI Nr. 141, April 1990, S. 67.

<sup>304</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 4.10.

<sup>305</sup> Vgl. O’Boyle Seán: ÁIS arís. In: BI Nr. 107, Oktober 1986, S. 177/S. 203.

<sup>306</sup> Vgl. Fishwick: The Market for Books in the Republic of Ireland S. 49f.

<sup>307</sup> „... people are within easy access to a bookshop ...“ Gemma Barry: Interview, Anhang V.

<sup>308</sup> Kelly, Shirley: Reaching for the stars. Shirley Kelly meets an Irish publisher for whom big is beautiful. In: BI Nr. 185, April 1995, S. 73–74, hier S. 74.

Institutionen, ‚Writers in residence‘-Programme und Literaturpreise sowie Förderungsmaßnahmen, die dem Autor indirekt zugute kommen (z. B. das Übersetzungsprogramm von ILE; siehe Kapitel 4.1.6). Mit der Künstlerakademie ‚Aosdána‘ und dem ‚Ireland Chair of Poetry‘ sollen hier exemplarisch zwei Einrichtungen kurz vorgestellt werden, die besonderes Ansehen genießen.

Die irische Künstlerakademie ist ein 1983 vom Arts Council ins Leben gerufene Projekt.<sup>309</sup> Die zu Grunde liegende Idee ist die Würdigung der Künstler des Landes durch den Staat. Der Arts Council ernannte zunächst 14 Künstler; seitdem nimmt Aosdána neue Mitglieder durch ‚Peer Election‘, also Wahl durch bereits in die Akademie gewählten Mitglieder, auf.<sup>310</sup> Sobald als Mitglied verzeichnet, kann ein Künstler – in diesem Fall ein Schriftsteller – sich für ein insgesamt fünf Jahre dauerndes steuerbefreites Stipendium bewerben. Manche Mitglieder sind künstlerisch kaum noch aktiv, was zu starker Kritik an dem System geführt hat. Prinzipiell ist die Akademie jedoch innerhalb und außerhalb Irlands hoch anerkannt.<sup>311</sup>

Der Literaturnobelpreis für Seamus Heaney im Jahr 1995 war Anlass, durch die Einrichtung des ‚Ireland Chair of Poetry‘ ein Zeichen für das weltweite Ansehen irischer Lyriker des 20. Jahrhunderts zu setzen. 1998 wurde mit John Montague der erste Lyriker bestimmt, der für drei Jahre im Turnus zwischen den Universitäten Queen’s in Belfast sowie Trinity College und University College in Dublin wechselte. Der Chair of Poetry ist eine gemeinsame Initiative der Kulturräte in Nordirland und der Republik sowie den beteiligten Universitäten.

Durch das autorenfreundliche Klima Irlands ist die Emigration irischer Autorinnen und Autoren aufgehalten worden. Nichtsdestotrotz bleibt für irische Verlage die unerfreuliche Situation, dass Autoren trotz irischen Wohnsitzes entweder von vornherein britische Verlage bevorzugen (z. B. John Banville) bzw. bei einer sich anbahnenden Karriere von ihnen übernommen werden (z. B. Colm Tóibín). Eine emotionale Bindung

---

<sup>309</sup> Vgl. The Arts Council: Annual Report 2000 S. 33.

<sup>310</sup> „... there are about 180 now and there will be a ceiling by 200.“ Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.

<sup>311</sup> „... it is a model which other European countries are fascinated by and approve of.“ Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.

zwischen Autor und Verlag ist selten gegeben, sodass Verträge meistens auf das vorliegende Werk abgeschlossen werden ohne Optionsrechte zu verankern.<sup>312</sup>

Da erfolgreiche Belletristikautoren oft in Großbritannien verlegt werden, sind die meisten der in Irland verlegten Titel Auftragswerke bzw. von beruflich geschulten Autoren geschrieben. Das Einkommensteueramt stufte Anfang der 90er Jahre 800 bis 1.000 Autoren als ‚Imaginative Writers‘ ein; darunter waren aber nur rund 80 hauptberuflich tätig.<sup>313</sup> Diese relativ geringe Anzahl an Autoren, die potenziell von Literaturagenturen betreut werden könnten, hat Auswirkungen auf das Agenturwesen,<sup>314</sup> denn es gibt nur wenige, aus deren Vermittlung ein wirtschaftlicher Erfolg für eine dritte Partei entspringt. Auch entfällt für irische Literaturagenturen oft die finanziell einträgliche Vermittlung ins Ausland: Viele britische Verlage setzen eigene Literaturscouts in Irland ein (meistens in Personalunion mit dem irischen Verlagsvertreter), und irische Autoren, die in Großbritannien verlegt werden wollen, bevorzugen wegen der besseren Kontakte einen Londoner Agenten.

#### 4.2.5. Endabnehmer und die Einstellung zu Büchern

*„Remember, our total population, North and South, is less than five million; yet any book that strikes a nerve can get a sale of 50–60,000 in paper and 25–30,000 in hardcover. Translate that into U.S. terms and you’re talking 50 times those figures.“*

– Michael Gill, Verlagsleiter, Gill & Macmillan<sup>315</sup>

#### Lese- und Kaufverhalten

Fishwick ermittelte in seiner Leseranalyse von 1986, dass 32,5 Prozent der Befragten gerade ein Buch lesen. Im Vergleich zu den USA oder Großbritannien schien Lesen in Irland nicht sehr beliebt zu sein – in einer britischen Studie von 1984 lasen 48 Prozent gerade ein Buch –; Fishwick schränkt jedoch selbst ein, dass seine Studie mit denen aus den USA und Großbritannien auf Grund der unterschiedlichen Erhebungs-

<sup>312</sup> „Optionen nehme ich prinzipiell fast nie in den Vertrag.“ Edwin Higel: Interview, Anhang V.

<sup>313</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S.4.3f.

<sup>314</sup> Im Adressbuch sind nur drei Agenturen gelistet. Vgl. Books Ireland (Hrsg.): Irish Writers’ Guide 1998–99. 2. Auflage. Dublin: A&A Farmar 1998. S. 158.

<sup>315</sup> Brown: Books in Ireland S. 18.

methoden und Erhebungszeitpunkten nicht direkt miteinander vergleichbar seien.<sup>316</sup> Darüber hinaus machte Fishwick die mangelhafte Versorgung der ländlichen Bevölkerung mit Bibliotheken und die späte Einführung der ausgeweiteten Schulpflicht (siehe Kapitel 2.3.3) als Grund für das schlechte Abschneiden aus. Bezüglich der Lesegewohnheiten vermittelte die Studie keine signifikanten Unterschiede zu anderen europäischen Ländern: Frauen sind auch in Irland buchaffiner, die Kaufkraft sowie das Lesen nehmen im Alter ab, und in ländlichen Regionen werden weniger Bücher als Geschenke gekauft.<sup>317</sup>

Die Ergebnisse der Studie sind heute nur noch bedingt gültig. Nicht nur die Medienlandschaft hat sich verändert (auch in Irland kommt Ende der 80er Jahre das Privatfernsehen und damit gesteigerter Fernsehkonsum auf); auch die Arbeitsmarktsituation und damit die Kaufkraft haben sich seitdem erheblich verbessert. Der Arts Council macht als heutiges Problem die Lesegewohnheiten der irischen Bevölkerung aus, die literarisch anspruchslosere Texte bevorzugt. Mit Leseförderungsprogrammen soll ein Anreiz geschaffen werden, mehr qualitativ hochwertige Texte zu lesen.<sup>318</sup>

Die Studie von Coopers & Lybrand stellte fest, dass das Verlagswesen nicht zuletzt durch ein wiedererstarktes Leserinteresse an nationalen Themen aufgeblüht ist.<sup>319</sup> Dies wird bestätigt durch die Bestsellerlisten, die trotz der üblichen Orientierung am britischen Buchmarkt ein eigenes Profil besitzen und nur teilweise mit den britischen Bestsellerlisten übereinstimmen.<sup>320</sup> Im Gegensatz dazu zeigt sich das irische Rezensionswesen irischen Titeln gegenüber reserviert. Die Buchbranche wirft dementsprechend den Medien vor, mit Buchtipps und –kritiken überwiegend den britischen Lesegeschmack zu repräsentieren und damit den irischen Verlagen die nötige Unterstüt-

---

<sup>316</sup> Vgl. Fishwick: *The Market for Books in the Republic of Ireland*, Summary of Report No. 3.

<sup>317</sup> Vgl. Fishwick: *The Market for Books in the Republic of Ireland* S. 31ff.

<sup>318</sup> „We want to persuade people to read more intelligently. [...] We are aware of the fact that a lot of people read quite regularly. But they read works which aren't very stimulating and tend to be the same kind.“ Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.

<sup>319</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: *Irish Book Publishing Industry* S. 7.4.

<sup>320</sup> Z. B. Bestsellerliste vom November 2002: Von 25 Listenplätzen sind zehn von irischen Autoren besetzt (größtenteils mit Irish Interest-Titeln); auf der britischen Liste ist nur ein irischer Autor vertreten. Die von irischen Verlagen am stärksten besetzte Gruppe ist das Sachbuch im Taschenbuch; hier sind mit BLACKWATER, POOLBEG und GILL & MACMILLAN drei irische Verlage vertreten. Britische Bestsellerliste: NIELSEN BOOKSCAN, irische: BA Irish Branch. Vgl. *Bestsellers*. In: *The Irish Times*. Dublin, 30. November 2002.

zung zu entziehen.<sup>321</sup> In Irland sind Verlage besonders auf eine Medienpräsenz angewiesen, da Buchkäufer sich sehr stark nach Buchempfehlungen in Radio, TV und Zeitschriften richten. Üblicherweise sucht ein Kunde selten Rat in einer Buchhandlung, wo er – abgesehen von akademischen oder spezialisierten Buchhandlungen – eher Verkaufs- als Fachpersonal vermutet.

Wie das einleitende Zitat klar macht, betrachtet GILL & MACMILLAN-Verleger Michael Gill die irische Bevölkerung als überdurchschnittlich kauffreudig. Seiner Vermutung entspricht eine Meldung von *The Bookseller*, wonach die Konsumausgaben für Bücher im Jahr 2001 mit 11,3 Prozent den bei weitem höchsten Umsatzzuwachs im europäischen Vergleich aufweisen.<sup>322</sup> In einem Vergleich internationaler Buchmärkte, in dem eine Umrechnung des Marktwerts auf die Einwohnerzahl erfolgte, schneidet Irland im Jahr 1993 zwar nur durchschnittlich ab;<sup>323</sup> dies kann jedoch auf Unregelmäßigkeiten in der Erhebung zurückzuführen sein und erfasst die gestiegene Kaufkraft durch den Wirtschaftsboom noch nicht. Gleichziehend mit der wirtschaftlichen Lage ist die Konsumfreudigkeit der irischen Bevölkerung aber wohl inzwischen auf einem Höhepunkt angekommen.<sup>324</sup> Zusätzlich hat die Währungsumstellung zum Euro eine psychologische Preishürde geschaffen.<sup>325</sup>

### **Buchformate und -ausstattung**

Die strenge Formattrennung zwischen ‚Hardback‘ (Hb) und ‚Paperback‘ (Pb) ist im Vereinigten Königreich und damit auch in Irland immer weiter rückläufig. Ein neues Zwischenformat – als ‚Quality Paperback‘, ‚Trade Paperback‘ oder ‚B-Format Book‘

---

<sup>321</sup> Eine Stichprobenuntersuchung ergab, dass unter 35 Buchbesprechungen nur fünf Irish Interest-Titel und ein Titel eines irischen Verlegers vertreten sind: „The literary editors in the seventies all but ignored the achievements of Irish publishing, and though things have changed the problem is still with us.“ Addis: Twenty-five years on S. 45.

<sup>322</sup> Studie von Mintel. An 2. Stelle befindet sich UK mit einem Wachstum von 5,7 %. Vgl. UK spend outpaces continent. In: *TheBookseller.com Informer. Newsletter*, 15. Nov. 2002.

<sup>323</sup> Norwegen, Deutschland und Österreich sind danach die Länder mit dem höchsten Marktwert pro Kopf. Vgl. Coopers & Lybrand: *Irish Book Publishing Industry* S. 3.5f.

<sup>324</sup> „I think what happened with the boom was that people had more disposable income and they were buying a broader range. [...] I think that could contract again...“ Tom Owens: Interview, Anhang V.

<sup>325</sup> Das irische Pfund war mehr wert als der Euro, deshalb wirkten Produkte nach der Währungsumstellung allgemein teurer. Auch der aufgedruckte Stg£-Preis bei Importbüchern vermittelt seitdem den Eindruck, dass im Preis aufgeschlagen wurde. Vgl. Kean, Danuta: *What price the euro?* In: *The Bookseller*. London: VNU 11. Oktober 2002, S. 28–29, hier S. 28.

bezeichnet<sup>326</sup> – ist als Zweitverwertung im Anschluss an das Hardback, als Neuauflage oder als Originalausgabe populär geworden.<sup>327</sup> Insgesamt ist die Attraktivität eines gebundenen Buches im Vergleich zu Deutschland deutlich geringer bzw. die Zuwendung zum Taschenbuch größer. Viele britische und noch mehr irische Verlage bevorzugen daher immer mehr die Erstveröffentlichung im Trade Paperback und verzichten ganz auf eine gebundene Ausgabe.

Die Qualität irischer Bücher ist eher durchschnittlich; es gibt nur wenige bibliophile Verleger, die auf eine besondere Ausstattung Wert legen. Ein Verlag, der sich (wie beispielsweise DOLMEN PRESS, 1951–1987) ausdrücklich der Buchdruckkunst zuordnet, existiert zurzeit nicht. Eine Ursache dafür ist vermutlich das fehlende spezialisierte Druckgewerbe. Dies hat sich im Laufe der Jahre zwar den Bedürfnissen der Verlage besser angepasst; dennoch existiert auch heute lediglich eine einzige auf Buchdruck spezialisierte Druckerei<sup>328</sup> und Papier muss kostspielig importiert werden. Es ist für irische Verlage also nicht unüblich, die Herstellung ins Ausland zu verlagern.<sup>329</sup> Nach einer Untersuchung von *Books Ireland* im Jahr 1994 wurden von 637 in Irland verlegten Titeln 168 im Ausland hergestellt; gerade bei hohen Auflagen oder hohem Illustrationsanteil können irische Druckereien im Wettbewerb gegenüber ausländischen Unternehmen nicht standhalten.<sup>330</sup> Viele irische Verlage reduzieren ihre Buchausstattung daher auf eine Standardqualität, welche vom irischen Buchkäufer auch weitgehend akzeptiert wird. Die große Anzahl an Buchhandlungen, die Second-hand-Bücher an- und verkaufen, ist besonders in Großstädten auffällig und deutet darauf hin, dass irische Leser bei Gebrauchsliteratur lediglich untergeordneten Wert auf die Ausstattung bzw. den Zustand des Buches legen. Für Second-hand-Bücher und Modernes Antiquariat gibt es mit der ‚Dublin Bargain Book Fair‘ sogar eine spezielle Second-hand-Buchmesse.

---

<sup>326</sup> ‚B-Format‘ (198x126mm) wird gerne für ‚Literary Fiction‘ bzw. Kinderbuch verwendet. Vgl. The Publishers Ass.: Quarterly UK/USA Price Comparison Index Sept. 2002. S. 3ff.

<sup>327</sup> Vgl. Clark: Inside Book Publishing S. 18.

<sup>328</sup> COLOURBOOKS (gegründet 1990) stellt 1.500 Buchtitel jährlich her; zunehmend auch Exportaufträge. Vgl. Colourbooks aims at world books market. In: Irish Printer. Hrsg. von Frank Corr. Dublin: Jemma Publications Januar 2001, S. 29–32, hier S. 29f.

<sup>329</sup> Vgl. O’Rourke, Eamon: On not buying Irish. In: BI Nr. 41, März 1980, S. 44.

<sup>330</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 5.4.

### 4.3. Titelproduktion und charakteristische Warengruppen

#### 4.3.1. Die Erhebungsproblematik der Titelproduktion

*„There are over 15,000 titles in print in the English language relating to Ireland. Of these, over 12,000 were published in the UK. Most of the remainder were published in the US. That statistics sums up the irony of Irish publishing.“*

– Finola O’Sullivan, Lektorin, Gill & Macmillan; Direktorin, ICLA <sup>331</sup>

Durch das Fehlen einer Nationalbibliographie ist es schwierig, gültige Angaben zur Titelproduktion in Irland zu finden. Solange der IPR veröffentlicht wurde, gab es zumindest eine nachvollziehbare und – über eine gewisse Zeitspanne – homogene Erhebung, wenn diese auch nicht umfassend war (siehe Kapitel 4.1.5). Die Angaben der letzten Jahre beruhen nur noch auf Schätzungen der Branche,<sup>332</sup> die lediglich die Produktion bekannter Verlage berücksichtigt und Graue Literatur wie auch Veröffentlichungen der Kleinstverlage ignoriert. Im Jahr 1997 gab es demnach 841 Neuerscheinungen und 7.375 lieferbare Bücher,<sup>333</sup> während im selben Jahr Großbritannien 100.029 Erst- und Neuauflagen produzierte.<sup>334</sup> Im Jahr 1999 erhielt die National Library 1.665 Bücher in Form von Pflichtexemplaren (ohne Nordirland) und geht von tatsächlichen 2.825 neu produzierten Titeln aus.<sup>335</sup> Im Anhang veranschaulicht eine chronologische Aufstellung der Titelproduktion die uneinheitlichen Angaben und Quellen (Anhang III).

Um die Titelproduktion irischer Verlage besser einschätzen zu können, strebt der Arts Council in Zusammenarbeit mit CLÉ ein Trenderfassungssystem an: „What will happen is that through CLÉ a system will be devised probably with the help of one of the English data collection and book services, and a closer cooperation with the booksell-

---

<sup>331</sup> O’Sullivan: Irish publishers S. 118.

<sup>332</sup> „Based on industry estimates“. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 5.11.

<sup>333</sup> Vgl. Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998 S. 4.

<sup>334</sup> Im *Bubiz* ist in der Tabelle ‚Internationale Titelproduktion‘ (Erst- und Neuauflagen) unter Irland fälschlicherweise die Gesamtanzahl lieferbarer Titel aufgeführt. Zum Vergleich: In Österreich wurden 7.291 neue Titel produziert. Vgl. Buch und Buchhandel in Zahlen 2001. Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung 2001. S. 69.

<sup>335</sup> Vgl. Addis: Twenty-five years on S. 45.

ers.“<sup>336</sup> Das Projekt scheint sich mit der warenwirtschaftlichen Beobachtung des Buchmarkts durch NIELSEN BOOKSCAN in Zusammenarbeit mit irischen Buchhandlungen (siehe Kapitel 1.3) auch ohne CLÉ zu realisieren.

#### 4.3.2. Irisches Sachbuch/Irish Interest

*„They’ve come on tremendously in the last few years. Titles are now being produced that can bring high unit sales – a big change from earlier periods when Irish publishing suffered from being too literary.“*

– Gemma Barry, Vorsitzende BA und Geschäftsführerin Dubray Books<sup>337</sup>

Irish Interest-Bücher im engeren Sinn sind Sachbücher mit einem spezifischen Irland-Bezug (siehe Kapitel 1.3). Insbesondere Biographien, Autobiographien, Politik und Zeitgeschehen sind populäre Genres bzw. Themen.<sup>338</sup> Der Identitätsfindungsprozess – Irland zwischen katholischem Konservatismus und einer weltoffenen, technologischen Moderne – und die Aufarbeitung der Nordirland-Problematik verursacht eine starke Nachfrage der Sparte ‚Contemporary Ireland‘. Die Sachgruppe Autobiographie besitzt nicht nur in Irland ein hohes Renommee, was internationale Verkaufserfolge wie *Angela’s Ashes* von Frank McCourt oder *Are you somebody?* von Nuala O’Faolain zeigen.

Das irische Sachbuch macht ca. 40 Prozent des Verkaufs im General Trade-Sektor aus und dominiert die Bestsellerlisten.<sup>339</sup> Dabei sind nicht mehr nur irische Verlage auf diesem Gebiet tätig. Mit dem weltweit steigenden Interesse gibt es vor allem in Großbritannien und den USA eine wachsende Konkurrenz für irische Verlage. Meist besitzen wissenschaftliche Verlage mit einer Verbindung zu Universitäten, die ‚Irish Studies‘ anbieten, auch einen Verlagsschwerpunkt zu Irish Interest. Die Nachfrage kommt inzwischen nicht mehr nur von Angehörigen der Diaspora: Der gute Ruf der irischen Schriftsteller, das Flair der ‚grünen Insel‘ und die besondere Geschichte des Landes lässt die Zahl der an Irland Interessierten steigen.

---

<sup>336</sup> Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.

<sup>337</sup> Menkes, Vivienne: The flowering of Irish publishing. In: Publ W. Vol. 243 Issue 52, 30. Dezember 1996, S. 35–38, hier S. 38.

<sup>338</sup> Vgl. Gill: Dateline Dublin S. 23f.

<sup>339</sup> Vgl. P-P-Paddy O’Penguin. In: BI Nr. 251, September 2002, S. 190.



### 4.3.3. Belletristik/Irish Fiction

*„We feel there’s still scope for developing commercial fiction and there’s always plenty of literary talent in this country.“*

– Michael McLoughlin, designerter Verlagsleiter, Penguin Ireland<sup>340</sup>

Die Arbeit der irischen Verlage bleibt im Bereich Belletristik oft auf die zeitaufwändige und riskante Phase, einen Autoren aufzubauen, reduziert, da diese bei einer sich anbahnenden literarischen Karriere oft von britischen Verlagen abgeworben werden. Die geringe Kapitalaustattung der irischen Verlage erlaubt es nicht, die bei Bestsellerautoren inzwischen üblichen hohen Vorauszahlungen zu zahlen;<sup>341</sup> weiterhin fehlt ihnen der „international marketing muscle“<sup>342</sup>, der für erfolgreiche Belletristikautoren eingesetzt werden muss. Britische Verlage haben mit komplexen, kostenintensiven PR- und Marketingstrategien die besseren Möglichkeiten, ein Buch zu einem Bestseller zu machen. Während beispielsweise Eoin Colfer mit seinen ersten Kinderbüchern bei O’BRIEN PRESS einen Achtungserfolg in Irland erzielen konnte, wurde er nach dem Wechsel zu VIKING (PENGUIN GROUP) mit dem auf der Harry Potter-Welle schwimmenden Buch *Artemis Fowl* zu einem internationalen Bestsellerautor. Colfer hatte schon während des Schreibens internationales Publikum vor Augen und suchte konsequenterweise von Beginn an einen britischen Verlag für sein Werk. Eine Londoner Agentin vermittelte ihn mit einer ungewöhnlich hohen Vorauszahlung von 500.000 Stg£ zu PENGUIN.<sup>343</sup> Mit einem irischen Verlag hätte weder das Ausmaß des internationalen Erfolgs noch die Höhe der Vergütung erreicht werden können. Irische Verlage wissen um diese Problematik und haben sie weitgehend akzeptiert; britische Verlage (wie beispielsweise PENGUIN oder PICADOR) haben dafür über Jahre eine Reputation als Spezialisten von Irish Fiction aufbauen können.

---

<sup>340</sup> P-P-Paddy O’Penguin S. 190.

<sup>341</sup> Krimi-Autor John Connolly hat 1999 mit einem Betrag über 350.000 Stg£ von Hodder & Stoughton (GB) sowie 1 Mio. US-\$ von Simon & Schuster (USA) für sein Debutroman *Every dead Thing* die bisher höchste Vorauszahlung eines irischen Autors erhalten. Vgl. Nolan: An Irishman in darkest Maine S. 45.

<sup>342</sup> Gill: Dateline Dublin S. 23

<sup>343</sup> Noch bevor das Buch fertig geschrieben war, wurden schon die Rechte in zwölf Länder verkauft. Vgl. Kelly, Shirley: The children’s book millionaire. In: BI Nr. 236, Dezember 2000, S. 345.

Durch die steigende Popularität irischer Autorinnen und Autoren reicht es einigen Verlagen inzwischen aber nicht mehr, die diese mittels Literaturscouts aufzuspüren, sondern sie sehen die Chance einer erfolgreichen Marktpräsenz im Land. Nach einer Meldung in *The Bookseller* wollen sowohl PENGUIN (PEARSON GROUP) als auch HODDER HEADLINE ab 2003 Verlagsniederlassungen in Irland eröffnen.<sup>344</sup> PENGUIN IRELAND soll von einem ehemaligen POOLBEG PRESS-Mitarbeiter und PR-Unternehmer geleitet werden; Verlagsschwerpunkt wird irische Belletristik und Irish Interest sein. Die Presseerklärung verdeutlicht, welche Marktposition PENGUIN dabei anstrebt: „Penguin Ireland aims to become the leading publisher of Irish-interest literary and commercial fiction and general non-fiction on the island“.<sup>345</sup> PENGUIN besitzt schon Erfahrungen mit irischen Bestsellerautoren (z. B. Marian Keyes, Eoin Colfer); diese verbleiben jedoch beim Londoner Stammhaus. Während PENGUIN IRELAND unabhängig operieren wird, plant HODDER HEADLINE seine Titel sowohl in Irland als auch im Vereinigten Königreich zu verlegen. Auch HODDER hat schon längere Zeit irische Autoren unter Vertrag und sein Prestige als Kenner der irischen Belletristik kontinuierlich ausgebaut.<sup>346</sup> Die Zugehörigkeit zu den Mutterhäusern ermöglicht den Zugriff auf das vorhandene Know-how und Kapital sowie die Verwendung des (Verlags-) Markennamens.

Die Niederlassungen der multinationalen Konzerne werden vom Verlegerverband nicht als neue Bedrohung der irischen Verlage angesehen, da die Konzerne durch Scouts und Agenten schon immer mit der irischen Literaturszene in Kontakt waren.<sup>347</sup> Auch Edwin Higel von NEW ISLAND sieht die irischen Verlage durch die unterschiedlich ausgerichtete Verlagspolitik und -größe nicht automatisch in eine kritische Wettbewerbssituation versetzt: „Solche Firmen haben einen Überbau, ... den muss man erst mal decken, und da braucht man eine höhere Auflage, um das Verlegen eines Titels zu rechtfertigen. [...] Wir sind auch Leute, die regelmäßig sehr große Zahlen an Büchern verkaufen. Dazu braucht es keinen großen Namen. Denn Irland ist unser Markt, den kennen wir ‚inside out‘, und insofern sind wir genauso wettbewerbsfähig.“<sup>348</sup>

---

<sup>344</sup> Vgl. Penguin and Hodder Headline launch in Ireland. <http://www.thebookseller.com/news/>. Stand: 20. August 2002.

<sup>345</sup> P-P-Paddy O’Penguin S. 190.

<sup>346</sup> HODDER gründete 1998 mit ‚Lir‘ einen Imprint speziell für irische Titel. Vgl. Losing the run of themselves? In: BI Nr. 218, Dezember 1998, S. 333–335, hier S. 333.

<sup>347</sup> HODDER HEADLINE ist bereits Mitglied von CLÉ. Vgl. <http://www.publishingireland.com/>. (Member Details) Stand: 26. März 2003.

<sup>348</sup> Edwin Higel: Interview, Anhang V.

#### 4.3.4. Irish Women's Fiction

*„Ten years ago almost no popular fiction was published here but now the Irish bestseller titles are hitting the top of the market in the UK as well.“*

– Gemma Barry, Vorsitzende BA und Geschäftsführerin Dubray Books <sup>349</sup>

Maeve Binchy war in den 80er Jahren die erste Autorin, die den Begriff ‚Irish Women's Fiction‘ prägte. Die im Fahrwasser von Rosamunde Pilcher's Erfolg schwimmende Verfasserin von leicht zu konsumierender Unterhaltungsliteratur von Frauen für Frauen avancierte durch den Londoner ORION Verlagskonzern zu einer internationalen Bestsellerautorin. Frauenunterhaltungsliteratur wurde auch in Irland populär, und irische Verlage verlegten vermehrt junge und unbekannte Autorinnen dieses Genres. POOLBEG PRESS und TOWNHOUSE sind darunter die Verlage gewesen, die ihre Schriftstellerinnen auch in Großbritannien bekannt machen und damit in das internationale Geschäft der kommerziellen Belletristik einsteigen konnten. Größter Bestseller für POOLBEG war mit einer verkauften Auflage von 100.000 Exemplaren (zwischen 1990 und 1995) *City Girl* von Patricia Scanlan, einer der ersten in Irland verlegten Frauenunterhaltungsromane, die internationales Aufsehen erregten. Die kommerzielle Verlagsstrategie versagte POOLBEG zwar die Förderung durch den Arts Council; <sup>350</sup> andererseits ist POOLBEG inzwischen zu einem der finanzstärksten Verlagsunternehmen der Insel aufgestiegen.<sup>351</sup> TOWNHOUSE ist ebenso ein Verlag, der sich auf potenzielle internationale Bestsellerautorinnen und internationalem Rechtehandel spezialisiert hat (siehe Kapitel 5.1.1). Selbst NEW ISLAND, ein Verlag mit sonst hohem literarischem Anspruch, hat Irish Women's Fiction als Geldeinnahmequelle entdeckt und leistet damit Querfinanzierung für das übrige Verlagsprogramm.<sup>352</sup>

---

<sup>349</sup> Gemma Barry: Interview, Anhang V.

<sup>350</sup> „We've also stopped dealing with Poolbeg because we decided that they were simply too commercial. The return for us wasn't there.“ Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.

<sup>351</sup> Vgl. Kelly, Shirley: *Reaching for the stars* S. 74.

<sup>352</sup> „... für uns ist Deirdre Purcell sehr wichtig für den Erfolg und für das Überleben.“ Edwin Higel: Interview, Anhang V.

### 4.3.5. Irischsprachige Publikationen

*„The public perception of Irish-language books is that they are of limited range and require a high standard of literacy... [...] However, the above criticism must be viewed in the context that Irish-language publishing is still at the very early stages of development.“*

– Coopers & Lybrand, The Future of the Irish Book Publishing Industry<sup>353</sup>

Der Sektor der irischsprachigen Verlage ist charakterisiert durch rund zehn exklusiv in Irisch publizierende Häuser sowie weitere sechs Verlage, die gleichzeitig auch in Englisch publizieren. Im Durchschnitt beschäftigt ein Verlag dieses Sektors nur zwei Mitarbeiter, produziert zwölf Titel im Jahr und erwirtschaftet einen Umsatz von 66.000 IR£ (zum Vergleich mit anderen Verlagstypen: siehe Kapitel 4.2.1). Irischsprachiges Verlegen wird seit Entstehung der Republik subventioniert, da der Markt für solche Bücher sehr limitiert ist. Eine Untersuchung von fünf irischsprachigen Verlagen ergab, dass nur ca. 60 Prozent des Verlagseinkommens aus Umsätzen und fast 40 Prozent des Einkommens aus Subventionsgeldern besteht. Irischsprachiges Verlegen besitzt nur geringen Anteil am Gesamtumsatz der Branche: 1994 wurden mit 345.000 IR£ nur 3,36 Prozent des Umsatzes aller General Trade-Verlage erwirtschaftet. Der Sektor ist geprägt von einem hohen Maß an Engagement aller Beteiligten; Beschäftigte verdienen deutlich weniger als Kollegen in anderen Sektoren, und nicht wenige Verlagsmitarbeiter betätigen sich auf freiwilliger Basis neben einem weiteren Beruf. Trotzdem fühlen sich die Verlage nicht als eine Interessens- oder Minderheitengemeinschaft: Die Kohäsion ist bei einem fehlenden eigenen Netzwerk und nur drei über CLÉ organisierten Verlagen (AN GÚM, CIC, COIS LÍFE) sehr niedrig.<sup>354</sup>

Nach Schätzungen der Branche sind 1994 (bei rund 100 Neuerscheinungen) insgesamt 416 irischsprachige Titel erschienen; ein Anteil von 6,4 Prozent an der Gesamtanzahl lieferbarer Titel.<sup>355</sup> Die Auflagenhöhe lag im Durchschnitt bei 500 bis 1.000 Exemplaren.<sup>356</sup> Wird der historische Kontext in Betracht gezogen, ist irischsprachiges

---

<sup>353</sup> Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 7.14.

<sup>354</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 1.16 und S. 5.25ff.

<sup>355</sup> Im Vergleich mit Tabelle 5G auf Seite 5.11. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 5.26.

<sup>356</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 7.13f.

Verlegen damit so erfolgreich wie nie zuvor;<sup>357</sup> andererseits führt es weiterhin ein extremes Nischendasein. Im Buchhandel werden irischsprachige Bücher stiefmütterlich behandelt. Auch wenn die Verkaufspreise durch die Subventionierung zum Teil auffallend günstig sind, findet sich außerhalb der großen bzw. spezialisierten Buchhandlungen oft nur eine sehr kleine, meist auf Schullektüre reduzierte Auswahl.<sup>358</sup> Schulen, darunter die exklusiv in Irisch unterrichtenden ‚Gaelscoileanna‘ sowie Sprachkursveranstalter, halten die Nachfrage aufrecht.<sup>359</sup> Auch der Export irischsprachiger Lektüre, der vor allem Sprachschulen und Universitäten gilt, konnte durch die gebündelten Vertriebs- und Marketingaktivitäten von ÁIS deutlich gesteigert werden.<sup>360</sup> Mit einer der Gründe für die schleppende Nachfrage ist die altmodische Buchgestaltung sowie –ausstattung. Auch wenn sie sich in den letzten Jahren verbessern konnte, vermittelt sie weiterhin einen amateurhaften Eindruck und kann nicht mit den allgemeinen Standards mithalten. Des Weiteren wird die inhaltliche Qualität als dürftig angesehen;<sup>361</sup> eine Folge unzureichender lektorieller Betreuung. In den Medien ist die Resonanz auf irischsprachige Bücher nicht sehr hoch, was vielfach als verkaufshemmend beklagt wird.

Zu den wichtigsten Verlagen, die irischsprachige Literatur veröffentlichen, gehören AN CLÓCHOMHAR, CLÓ IAR-CHONNACHTA (CIC), COISCÉIM, AN SAGART und die staatliche Verlagsgesellschaft AN GÚM. Letzterer war vor dem Zweiten Weltkrieg fast alleinig als irischsprachiger Verlag tätig und verschaffte der Zunft durch Bürokratismus und konservative Inhalte ein negatives Bild bei Autoren, Buchhandel und Lesern. Der Verlag SÁIRSÉAL AGUS DILL, gegründet 1945 in Dublin, war der Wegbereiter für die moderne irischsprachige Literatur.<sup>362</sup> Populäre literarische Form der in Irisch schreibenden Autoren sind Kurzgeschichten, Dramen und Essays, aber auch – aus Gründen des Sprachenlernens – Kinderbücher. Unter dem geringen Anteil an Sachbüchern werden

---

<sup>357</sup> Mit der Unterdrückung der irischen Sprache war auch das Verlegen auf Irisch verboten. Erst 1904 kam das erste offiziell gedruckte irisch-englische Wörterbuch auf den Markt. Vgl. Mac Aonghusa: Publikationen in irischer Sprache S. 25.

<sup>358</sup> Von 28 führten 21 Buchhandlungen irischsprachige Titel; nur acht davon hatten eine größere Auswahl. Vgl. Fishwick: The Market for Books in the Republic of Ireland S. 65.

<sup>359</sup> Die Anzahl der Gaelscoileanna stieg von 18 im Jahr 1974 auf 113 im Jahr 1994. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 7.12.

<sup>360</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 7.12f.

<sup>361</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 1.17.

<sup>362</sup> Vgl. Mac Aonghusa: Publikationen in irischer Sprache S. 27f.

hauptsächlich Biographien und irische Geschichte verlegt. Populäre Belletristik existiert weder als Originalausgabe noch in Übersetzung; das Kinderbuch ist der einzige Bereich, in dem (auch international) bekannte Titel erhältlich sind (z. B. Bilderbücher von Eric Hill). Zu den wenigen Übersetzungen internationaler Literatur ins Irische gehört beispielsweise Max Frisch.<sup>363</sup> Als irischsprachiger Bestsellerautor kann Ré Ó Laighléis bezeichnet werden. Seine Jugendromane haben mit bis zu 32.000 verkauften Exemplaren ungewöhnlich hohe Auflagen erreicht.<sup>364</sup>

#### 4.3.6. Schulbuch

*„The educational publishing market is currently characterised by highly competitive players and price sensitive purchasers.“*

– Coopers & Lybrand, The Future of the Irish Book Publishing Industry<sup>365</sup>

Der Schulbuchmarkt ist als charakteristische Warengruppe deshalb erwähnenswert, weil die Ausstattung des ‚Primary‘ und ‚Secondary Levels‘ mit Lehrmaterial fast ausschließlich durch irische Verlage erfolgt. Zum einen ist der irische Lehrplan unabhängig vom britischen gestaltet, zum anderen bieten nationale Themen wie irische Wirtschaft, Politik, Gesetzgebung und natürlich die Nationalsprache einen geschützten Markt, in den englische Verlage kaum oder gar nicht eindringen.<sup>366</sup>

Die Bildungsreform in den 60er Jahren hin zu einem eigenständigen System führte zu einem Boom im Schulbuchgeschäft,<sup>367</sup> sodass daraus ein kommerziell ausgerichteter und professionell arbeitender Markt entstehen konnte. Die Qualität irischer Schulbücher in Inhalten und Ausstattung wird wegen eines wettbewerbsintensiven Marktes und den preisempfindlichen Käufern (Eltern) als hochqualitativ angesehen.<sup>368</sup>

Kostensparend für Verlage wirken sich die konzentrierten Distributionswege aus. Es gibt keine Agenturen als Zwischenstation zwischen Autor und Verleger; der Vertrieb über den Zwischenbuchhandel entfällt; der Verkauf an den Endabnehmer findet nur dort statt, wo ein massiver Abverkauf und damit ein hohes Liefervolumen garantiert

<sup>363</sup> Vgl. <http://www.cic.ie>. Stand: 13. Januar 03.

<sup>364</sup> Vgl. Kelly, Shirley: Mass-market publishing in Irish. In: BI Nr. 214, Sommer 1998, S. 159.

<sup>365</sup> Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 1.16.

<sup>366</sup> Vgl. O’Sullivan: Irish publishers S. 119.

<sup>367</sup> Vgl. Fred, the doyen bookseller, looks back. In: BI Nr. 223, Sommer 1999, S. 171.

<sup>368</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 1.15f.

ist. Das sind, neben dem immer noch klassischen Weg des Sortiments, Verkaufsläden oder zeitlich begrenzte Verkaufsaktionen direkt an den Schulen (siehe Kapitel 4.2.1). Auch Direktverkauf auf dem Verlagsgelände ist bei Schulbüchern üblich.

### 4.3.7. Kinderbuch

*„I was always angry at having been raised on all these English-schoolgirl novels and never anything about Catholic girls in Dublin.“*

– Rena Dardis, Verlagsleiterin, Children’s Press<sup>369</sup>

Der Aufbau eines eigenen Kinderbuchmarktes bedeutete einen großen emanzipatorischen Schritt weg von Großbritannien. Mit Inhalten, die auf den irischen Lebensstil und die Landeskultur eingehen, können Kinder über Bücher nun ihre Umwelt besser erfahren; die britischen Verlage hatten es versäumt, auf diesen Aspekt einzugehen und ihre Inhalte auf den irischen Markt abzustimmen. Da das Kinderbuch ein besonders preiseempfindlicher Sektor ist und die kleineren irischen Auflagenzahlen im Gegensatz zu britischen Büchern einen erheblichen Kostenaufwand bedeuteten, wagten sich irische Verlage lange Jahre nicht in dieses Segment hinein. Inzwischen hat fast jeder der großen Verlage auch eine Kinderbuchsparte im Programm; die gesteigerten technischen Möglichkeiten in der Herstellung und die vermehrte Ausnutzung des Co-Publishing (u. a. auch mit ausländischen Illustratoren) machen sogar die Produktion aufwändig illustrierter Kinderbücher möglich. Während der Renaissance der irischen Kinderbücher in den 70er Jahren spezialisierten sich Verlage besonders auf spezifisch irische Themen (Alltag, Mythologie, Geschichte). Auch heutzutage ist der Aspekt der Identitätsstiftung noch vorhanden, da er die logische Abgrenzung von Kinderbüchern aus Großbritannien darstellt. Zu den wichtigsten Kinderbuchverlagen zählen O’BIEN PRESS, POOLBEG und CHILDREN’S PRESS. CHILDREN’S PRESS war bei seiner Gründung im Jahr 1981 der erste auf Kinderbuch spezialisierte Verlag.<sup>370</sup>

1994 konnte die Studie von Coopers & Lybrand ein erhebliches Wachstum im Kinderbuchbereich feststellen,<sup>371</sup> und auch in der Fachpresse wurde das irische Kinder-

---

<sup>369</sup> Brown: Books in Ireland S. 20.

<sup>370</sup> Vgl. Brown: Books in Ireland S. 20.

<sup>371</sup> Das Wachstum der General Trade-Verlage um 13,1 % Im Jahr 1994 war hauptsächlich auf Kinderbuch-Verlage zurückzuführen. Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 1.11.

buch seit den 80er Jahren permanent als prosperierendes Marktsegment beschrieben.<sup>372</sup> Ein Blick in die Kinderbuchabteilungen der großen Buchhandlungen vermittelt jedoch den Eindruck, dass der Kinderbuchmarkt mit schätzungsweise 90 Prozent immer noch überdurchschnittlich von britischen Verlagen dominiert ist.

#### **4.4. Der irische Buchmarkt – Teil des englischsprachigen Buchmarkts: Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken**

Irische Verlage sind Experten auf dem weiten Gebiet des Irish Interest. Die auch im internationalen Buchhandel immer populärer werdenden irlandbezogenen Buchinhalte sind von irischen Verlagen als ihr Metier entdeckt und zu einem Markenzeichen entwickelt worden. Zwar ziehen auch britische und US-amerikanische Verlage mit und wissen vor allem bei ‚Irish Fiction‘ um das lukrative Geschäft; dennoch ist den irischen Verlagen ihre Marktführerschaft auf diesem Feld wohl auf Dauer nicht mehr zu nehmen. Mit Irish Women’s Fiction agieren irische Verlage inzwischen sogar auf dem Markt kommerzieller Belletristik, der üblicherweise den multinationalen Konzernen vorbehalten ist. Auf dem heimischen Buchmarkt, der von britischen Verlagsprodukten dominiert ist, haben sich irische Verlage in bestimmten Teilsegmenten ohne Konkurrenz aus dem Ausland etablieren können. Im Falle des Schulbuchs sind sie bei den vorhandenen hohen Umsatzmöglichkeiten zu international wettbewerbsfähigen Verlagshäusern herangewachsen. Im Falle irischsprachigen Publizierens sind sie auf Grund der kleinen Nische zwar wirtschaftlich nicht erfolgreich; durch das private Engagement sorgen diese Kleinverlage aber für eine heterogene und Identität stiftende Verlagslandschaft. Der Staat unterstützt über verschiedene Institutionen in Form von Titel- und Verlagsförderungen insbesondere letzten Aspekt.

Irische Verlage mussten sich in einem von Großbritannien besetzten Markt ihre Existenzberechtigung erkämpfen. Sie sind gering an der Zahl – es gibt höchstens hundert aktive und regelmäßig mehr als ein Titel jährlich publizierende Verlage – und bis heute in der Regel kleine Unternehmen mit geringer finanzieller Ausstattung. Dementsprechend sind sie benachteiligt in den Möglichkeiten, gute Autoren anzuziehen und lang-

---

<sup>372</sup> Bei der Durchsicht von *Books Ireland* fällt insbesondere Ende der 80er Jahre eine intensive Berichterstattung über Kinderbuchverlage, neu aufkommende Kinderbuchpreise, –festivals u. ä. auf.



fristig zu binden. Generell kann die Abwanderung der Autoren von irischen Verlagen zur ausländischen Konkurrenz als eine Konstante im irischen Literaturbetrieb bezeichnet werden.<sup>373</sup> Die limitierten Personalbudgets der irischen Verlage, verbunden mit der im internationalen Vergleich mangelhaften Ausbildungssituation, hatten zur Folge, dass in Bereichen wie Lektorat, Marketing und PR oft Allroundkräfte eingesetzt und dementsprechend nur durchschnittliche Leistungen erzielt werden. Die Marktsegmente, in denen irische Verlage führend tätig sind, sind durch die begrenzte Zielgruppe (bei Schulbuch: Rückgang der Schülerzahlen) oder das begrenzte Interesse (bei irischsprachigen Titeln: limitierte Nutzung der Sprache) nicht mehr signifikant ausbaufähig. Der Verlegerverband wird nicht von einer breiten Basis unterstützt und besitzt dementsprechend nur begrenzte Möglichkeiten, als Lobbyist und Branchenrepräsentant aufzutreten.

Die Möglichkeiten des Wachstums, die sich irischen Verlagen auf dem allgemeinen Buchmarkt bietet, bestehen in einem mehr Nachfrage generierenden PR und Marketing. Die Gründung von Imprints für die verschiedenen Verlagsschwerpunkte entspricht der aktuellen Anziehungskraft von Marken; diese Maßnahmen stecken in den vorliegenden Fällen noch in den Kinderschuhen und können erheblich intensiviert werden. Das positive Ansehen, das irische Verlage in der Öffentlichkeit gewinnen konnten, sollte durch den Verband in Form eines ‚Corporate Identity‘ der irischen Verlagsbranche verstärkt werden.

Auf der anderen Seite ist die irische Verlagsbranche latent bedroht, wieder in eine Phase der Rezession zurückzufallen. Viele der heute erfolgreichen Häuser gründen auf einer Verlegerpersönlichkeit, die das Unternehmen seit den 70er Jahren durch Engagement und einer emotionalen Verbindung zum Buchhandel und zur Literatur aufgebaut hat. Der anstehende Generationenwechsel gestaltet sich schwierig, da nun als Nachfolger professionelle Führungskräfte vonnöten sind, die in einer im Vergleich zu anderen Branchen sehr arbeitsintensiven und wenig Rendite versprechenden Umgebung arbeiten müssen. Hinzu kommt, dass der Marktanteil irischer Verlage am nationalen Buchmarkt ohne kapitalintensive Investitionen (z. B. für einen Vorstoß in den kommerziellen Belletristik-Bereich) nicht mehr extrem zu wachsen scheint.

---

<sup>373</sup> „There is no point in attempting to compete with the multinational media houses. I think it's a wasted effort at this point. There are a few brave souls who attempt it but it's heartbreaking work. What happens is that inevitably the authors move on. And I don't think that is going to change.“ Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.

Der Einzelhandel ist von einer überwiegenden Anzahl wirtschaftlich gesunder, eigenständiger Buchhandlungen geprägt. Die irischstämmigen Buchhandelsketten haben bisher nur eine moderate Ausdehnung erreicht; lediglich EASON'S ist mit Filialen auf der ganzen Insel in allen wichtigen Verkaufslagen präsent und kann daher als Marktführer bezeichnet werden. Jedoch ist weder EASON'S noch WATERSTONE'S in der Lage, den Markt zu beherrschen. Die unabhängigen Buchhandlungen befinden sich durch sie nicht in einer existenzbedrohlichen Situation. Auch die Preisbindungsfreiheit bedeutet für den stationären Buchhandel keine Gefährdung, da sich alle Marktteilnehmer generell an die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung der Verlage halten. Von Preisrabatten wird lediglich in einem begrenzten Umfang Gebrauch gemacht, sodass Irland bisher nicht in die gefährliche Spirale eines Preiskriegs eingetreten ist. Dazu trägt sicherlich auch die geringe Präsenz der preisdrückenden Betriebsformen wie Supermärkte, Internetbuchhandlungen oder Buchclubs bei.

Der Eindruck einer landesweit guten Versorgung der irischen Bevölkerung mit einem Netz an Buchhandlungen relativiert sich leider auf den zweiten Blick. Viele als Buchhandlung geführte Geschäfte sind oft nicht mehr als Kioske, Lebensmittelläden oder Café's mit einem nur limitierten Angebot an Büchern. Zusätzlich ist wie bei Verlagen auch im Bucheinzelhandel die Ausbildung der Arbeitskräfte oft nur mangelhaft. Der im Vergleich zu Deutschland wenig ausgeprägte Status des Buchs als Kulturgut lässt keinen buchhandelsspezifischen Ausbildungsberuf entstehen. Dies spiegelt die Art der Nachfrage wieder, die sich mit dem vorrätigen Warenangebot und eingeschränkteren Serviceleistungen zufrieden gibt. Die Beliebtheit des Taschenbuchs wiederum geht einher mit den Bedürfnis des durchschnittlichen irischen Buchkäufers, der bezüglich Buchaustattung weniger Ansprüche stellt als beispielsweise sein deutscher Gegenpart.

Die Chance der – wenn auch teilweise nur bedingt fachmännisch geführten – Buchhandlungen gerade in guten Geschäftslagen liegt in der geringen Wahrscheinlichkeit, dass britische Buchhandelsketten in den Markt eindringen und unabhängige Geschäfte verdrängen können. Das wiederum ist einer Titelvielfalt und heterogenen Buchhandelslandschaft förderlich.

Falls aber in der Zukunft eine weitere multinationale und kapitalträchtige Kette nach Irland kommt, kann diese die ganze Branche letztendlich doch in einen Preiskrieg treiben, der vor allem kleine und mittlere Buchhandlungen schädigen würde. Gemma Bar-

ry zweifelt nicht daran, dass ein neuer Wettbewerber kommen wird: „But no doubt somebody will come, and Dublin could probably support a superstore.“<sup>374</sup>

Der Zwischenbuchhandel hat sich über die letzten Jahrzehnte hinweg aus dem unzureichenden Service von verlagseigenen Distributionen zu einem – für einen übersichtlichen Buchmarkt wie den irischen – angemessenen Distributionsnetz entwickelt. Die zurzeit gefestigte Position des kleinteiligen Einzelhandels hat auch die Stellung des Buchgroßhandels positiv beeinflusst, der für eine bessere Belieferung kleiner Sortimente sorgt.

Allerdings ist im Großhandel der Markt durch EASON WHOLESale beherrscht, dessen Leistungen an unabhängige Buchhandlungen wegen seiner Verbundenheit mit der marktführenden Kette EASON'S vermutlich eine gewisse Einschränkung erfährt. Der ganze Bereich des Zwischenbuchhandels ist noch nicht nach internationalem Standard professionalisiert. Beispielsweise fehlt eine zentrale Abrechnungsstelle oder ein einheitliches elektronisches Bestellsystem; die Lagerkapazitäten der irischen Großhändler reichen nicht für eine Rundumversorgung aus. Andererseits bedeutet der intensive persönliche Kontakt zu den jeweiligen Vertragspartnern gerade in einem kleinen Markt wie Irland einen erheblichen Standortvorteil für die irischen Distributeure. Diese intensiven Handelsbeziehungen wäre das größte Kapital, falls neue Wettbewerber von außen dazustoßen würden. In der Tat besteht die Gefahr, dass britische Großhändler, die den irischen Markt jetzt schon beliefern, mit einer Niederlassung vor Ort durch ihren technischen Ausstattungsvorteil und damit einem weitaus besseren Serviceangebot die Handelsmacht schnell an sich reißen könnten.<sup>375</sup> Eine andere Zukunftsvision wäre eine kontinuierliche Stärkung der Buchhandelsketten mit ihrer unterschiedlichen Einkaufspolitik; diese könnte den momentanen Höhenflug der Großhändler zugunsten des Direktbezugs stoppen.<sup>376</sup>

---

<sup>374</sup> Gemma Barry: Interview, Anhang V.

<sup>375</sup> „The interesting test for us as wholesalers will be when Britain joins the Euro ...“ Tom Owens: Interview, Anhang V.

<sup>376</sup> „If there were a move for the independent bookshops to be consolidated into a chain then one would see an increase in the publishers business as opposed to the wholesalers.“ Fergal Stanley: Interview, Anhang V.

## 5. Strategien irischer Verlage im In- und Ausland

Wie in den vorhergehenden Kapiteln deutlich geworden ist, hat sich der irische Buchmarkt aus der Umklammerung Großbritanniens lösen und sich mit einer heimischen Verlagsbranche zu einem eigenständigen Buchland mit vom britischen Markt abweichender Angebots- und Nachfragestruktur entwickeln können. Durch welche Strategien dieser Status erreicht wurde bzw. zukünftig weiter ausgebaut werden soll, wird in diesem Kapitel einer näheren Betrachtung unterzogen. Die Strategien betreffen dabei einerseits den Ausbau und die Stärkung der Marktposition gegenüber der ausländischen Konkurrenz im Inland und andererseits das Agieren auf internationalen Märkten innerhalb des englischen Sprachraums; damit werden Unternehmensspielräume erweitert und neue Einnahmequellen erschlossen.

### 5.1. Maßnahmen gegen die britische Dominanz auf dem heimischen Markt

#### 5.1.1. Irische Territoriallizenzen selbst verwerten

Eine der Möglichkeiten, einem Hausautor die Betreuung eines britischen Großverlags für eine internationale Karriere zu vermitteln und ihn trotzdem nicht für den eigenen Verlag zu verlieren, ist die Vergabe der Verwertungsrechte außerhalb Irlands. Der Vertrag wird den individuellen Umständen entsprechend ausgestaltet, kann aber meistens einer der im Folgenden aufgeführten Kategorien zugeordnet werden.

#### **Co-Edition mit gemeinsamen Imprint**

Der irische Verlag vereinbart mit einem ausländischen Partner das Verlegen eines Buchs unter einem gemeinsamen Imprint. Der Titel wird gemeinsam hergestellt und die Produktions- und Marketingkosten nach einem vereinbarten Schlüssel aufgeteilt.<sup>377</sup> Schon im 19. Jahrhundert nutzte Charles Eason die Möglichkeit einer Gemeinschaftsproduktion mit dem Londoner BAGSTER Verlag, um bei einer höheren Auflagenzahl Druckkosten zu sparen.<sup>378</sup> Co-Editionen mit einem gemeinsamen Verlagslogo sind

---

<sup>377</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 4.11.

<sup>378</sup> Vgl. Cullen: Eason & Son S. 229f.

jedoch bis heute eher unüblich. 1980 wurde in einem Einzelprojekt der Roman *Lamb* von Bernard MacLavery mit einem ‚Joint Colophon‘ vom Rechteinhaber BLACKSTAFF und dem britischen Verlag JONATHAN CAPE verlegt; BLACKSTAFF war für den Verkauf in Irland, CAPE für den Verkauf in Großbritannien und dem Rest der Welt (exklusive USA) zuständig.<sup>379</sup> TOWNHOUSE ist zurzeit der einzige Verlag, der einen gemeinsamen Imprint mit einem britischen Verlag besitzt (siehe Kapitel 5.2.2).

### Co-Publishing

Der irische Verlag besitzt die Originalrechte und behält diese für den irischen Markt. Für die Verwertung im Ausland verkauft er die Territorialrechte an einen ausländischen Verlag. Dieser kann unter Umständen das Layout und die Ausstattung verändern und veröffentlicht das Buch unter eigenem Signet.<sup>380</sup> POOLBEG beispielsweise hat mit der PENGUIN GROUP eine Kooperation über das Buch *Angels* seiner Autorin Marian Keyes vereinbart. POOLBEG hat die Rechte für den irischen Markt behalten, während PENGUIN zeitgleich die Hb-Ausgabe (bei M. JOSEPH) im Vereinigten Königreich und dem Rest der Welt (exklusive USA<sup>381</sup>) herausgibt.<sup>382</sup> Auch für frühere Keyes- und Scanlan-Romane hat POOLBEG schon Co-Publishing-Verträge mit anderen Verlagen (RANDOM HOUSE und TRANSWORLD) geschlossen.<sup>383</sup>

Der Vorteil des Co-Publishing liegt darin, dass sich irische Verlage ihren Teil an Rechten sichern können, an den sie sonst nicht herankommen würden – eben bei Autoren, die auf jeden Fall weltweit verlegt werden möchten und die nötige professionelle Rundumbetreuung nur von britischen Verlagen erwarten können. So hat New Island nur deshalb mit Deirdre Purcell einen Vertrag über zwei Titel abschließen können, weil damit gleichzeitig ein Vertragsabschluss mit HEADLINE verbunden war.<sup>384</sup>

Die Grenzen des Co-Publishing liegen bei Büchern, deren Absatzchancen sich hauptsächlich auf Irland konzentrieren, da sich britische Verlage in dem Fall nicht den größ-

<sup>379</sup> Vgl. Blackstaff/Cape alliance. In: BI Nr. 41, März 1980, S. 42–43.

<sup>380</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: Irish Book Publishing Industry S. 4.11f.

<sup>381</sup> W. MORROW, mit einer Erstauflage von 50.000 Exemplaren. Vgl. McEvoy, Dermot: A bumper crop of Irish novels. In: Publ W. Vol. 249 Issue 9, 4. März 2002, S. 28–30, hier S. 30.

<sup>382</sup> Vgl. „The past was horrific – but it came in handy“. In: BI Nr. 252, Oktober 2002, S. 239–240.

<sup>383</sup> Vgl. Menkes: The flowering of Irish publishing S.37.

<sup>384</sup> „Der Deal [mit HEADLINE über zwei Titel von Deirdre Purcell] war eine Möglichkeit, um eine solche Kooperation mal auszuprobieren.“ Edwin Higel: Interview, Anhang V.

ten Anteil am Umsatz entgehen lassen möchten. Der irische Literaturagent Jonathan Williams hatte deshalb bisher wenig Erfolg auf diesem Gebiet : „... often it’s impossible to negotiate co-publication. If you say to a British publisher, ‚Here’s an Irish first novel, but you can’t sell it in Ireland‘, they’ll say ‚Forget it.‘“<sup>385</sup> Auch Edwin Higel von NEW ISLAND beschreibt die Chancen für Co-Publishing-Verträge als ein schwer einschätzbares Unterfangen: „Das kommt auf den guten Willen der Briten an, insbesondere der literarischen Verlagsagenten. Und das hängt von Fall zu Fall ab.“<sup>386</sup>

Ein irischer Verlag hat durch Co-Publishing die Möglichkeit, potenziell abwanderungswillige Autorinnen und Autoren zu halten oder sie sogar einem britischen Verlag (für die irischen Rechte) wieder abzuwerben. Viele Autoren lehnen die Zusammenarbeit mit einem irischen Verlagshaus nämlich nicht grundsätzlich oder von vornherein ab. Joseph O’Connor beispielsweise suchte nicht bewusst nach einem britischen Verlag, sondern landete bei seinem jetzigen Verlag, weil er sich dort gut betreut fühlte.<sup>387</sup> Auf Roddy Doyle wurde ein britischer Verlag durch dessen im Eigenverlag veröffentlichtes erstes Buch *The Commitments* aufmerksam, welches von irischen Verlagen abgelehnt worden war.<sup>388</sup> Bei der Rechteverwertung müssen irische Verlage die Balance schaffen zwischen dem, was im Rahmen ihrer Möglichkeiten liegt, und dem, was sie besser geeigneteren Geschäftspartnern überlassen sollten, damit sie am Ende den Schriftsteller nicht vollständig verlieren. TOWNHOUSE-Verlegerin Treasa Coady meint, dass viele ihrer Kollegen sich dabei überschätzen: „I’m happy to sell on UK rights where I feel the book and the author would be better handled internationally by a British house ... . But not all Irish publishers feel that way. Some prefer to take upon themselves the challenge of breaking into the UK market and competing for shelf and review space with UK publishers.“<sup>389</sup>

---

<sup>385</sup> Kelly, Shirley: Making the right decisions. In: BI Nr. 179, September 1994, S. 199–200, hier S. 200.

<sup>386</sup> Edwin Higel: Interview, Anhang V.

<sup>387</sup> „‘The main reason I’m with an English publisher now,’ he says, ‘is because when I was starting out most of the encouragement came from UK publishers.’“ Sharing the risks – and the spoils. In: BI Nr. 177, Mai 1994, S. 113–115, hier S. 114.

<sup>388</sup> *The Commitments*: zunächst Dublin: King Farouk 1987, dann London: Heinemann 1988. Vgl. <http://www.usna.edu/EnglishDept/ilv/doyle.htm>. Stand: 14. März 2003.

<sup>389</sup> Sharing the risks – and the spoils, hier S. 115.

### 5.1.2. Allgemeine Kapitalkraft stärken

Um umfangreiche Buchprojekte verwirklichen zu können, ist es speziell für kleine und mittelständische Verlage im ersten Schritt notwendig, an Kapital heranzukommen. Die kleinteilige und ökonomisch ineffiziente Verlagsbranche war von Beginn an auch ein problematischer Aspekt für CLÉ in der Rolle als Branchenvertreter gegenüber Wirtschaftsinstitutionen und potenziellen Investoren. Der Vorschlag an die Verlage, sich inhaltlich aus dem Gebiet des „'ethnic' type of book“<sup>390</sup> herauszubewegen, war da weniger eine konstruktive Hilfestellung als die Aufforderung, der Verlagsarbeit eine strategische Planung zu Grunde zu legen, um Kreditgebern den Eindruck eines seriösen Unternehmens zu vermitteln. Auch nachdem viele Verlage sich seit den 80er Jahren zu wirtschaftlich ernst zu nehmenden Betrieben mit ausgearbeiteten Verlagsprogrammen entwickelt haben, bleibt die Kapitalgewinnung weiterhin schwierig. Für einige irische Verlage ist die Aufgabe der wirtschaftlichen Selbstständigkeit die letzte Möglichkeit, in umfangreiche Buchprojekte einsteigen zu können.

Zum einen sind große irische Konzerne Ziel der Fusion. So gehört EDCO zur Smurfit Gruppe und damit einer international agierenden Papier- und Kartonagenfirma, FALLONS gehört zum Druckereiunternehmen Adare und BLACKSTAFF befindet sich im Besitz der mit Druck und E-Commerce beschäftigten W & G Baird Gruppe. Der Verlag FOLENS ist Teil der Folens Gruppe, die ebenso im Druckereigeschäft tätig ist.<sup>391</sup> Die Verlage sind Teil einer diversifizierten Konzernstruktur und zählen höchstens als nachgelagerte Unternehmensstufe zu einer Art Wertungskette; dadurch dass sie die jeweils einzigen Verlagsbetriebe innerhalb des Konzerns sind, wurde die verlegerisch-programmatische Eigenständigkeit nicht angetastet.

Ziel von Fusionen sind auf der anderen Seite große britische Verlagshäuser. GILL war der erste der jungen Verlage, der mit einer britischen Konzernstruktur eine Kooperation einging: 1968 schloss er sich mit MACMILLAN (und damit seit 1995 mit HOLTZBRINCK) zusammen und konnte mit diesem Partner sein Buchexportgeschäft erfolgreich ausweiten.<sup>392</sup> GILL & MACMILLAN hat dabei seine (auch für den Buchkäufer optisch wahrnehmbare) Eigenständigkeit und Unabhängigkeit in der Programmplanung nicht aufgeben müssen. IAP ist 1996 vollständig durch FRANK CASS PUBLISHERS aus

---

<sup>390</sup> Farmar, Tony: Particular to general. In: BI Nr. 51, März 1981, S. 31.

<sup>391</sup> Vgl. [http://www.eepg.org/Ireland/short\\_d/Folens.htm](http://www.eepg.org/Ireland/short_d/Folens.htm). Stand: 14. Oktober 2002.

<sup>392</sup> Vgl. No room for self-indulgence. In: BI Nr. 28, November 1978, S. 176-177, hier S. 176.

London aufgekauft und damit in einen weltweit tätigen Wissenschafts- und Sachbuchverlag integriert worden. Gerry Carroll, Eigentümer eines Lehrmittelvertriebs, ging 1999 eine Partnerschaft mit einem der führenden Lehrbuchverlage Großbritanniens, HEINEMANN EDUCATIONAL, ein, um in das Verlegen von Lehrbuchgeschäft einzusteigen. Der ein Jahr später gegründete CARROLL HEINEMANN Verlag ist HARCOURT EDUCATION und damit der REED ELSEVIER GROUP angegliedert.<sup>393</sup>

Bei dieser Auflistung wird deutlich, dass lediglich große und bereits erfolgreiche Verlage ein begehrtes Übernahmeobjekt für Konzerne darstellen. Da diese sich hauptsächlich unter den Lehrbuchverlagen befinden, ist die Präsenz von Konzernen in diesem Bereich deutlich sichtbar. Es ist allerdings auch anzunehmen, dass die Fusionsbereitschaft von Lehrbuchverlagen sehr viel größer ist als unter literarischen Verlagen, da sie die Unterordnung unter eine Konzernpolitik weniger als Bedrohung ihrer unabhängigen verlegerischen Tätigkeit ansehen.

Eine neue Bewegung auf dem Gebiet der Verlagsfusionen ist der inner-irische Zusammenschluss. Verlage, die keine Nachfolgeregelung finden, aber dennoch über ein attraktives Programm verfügen, werden in letzter Zeit vermehrt von finanzkräftigeren Häusern übernommen. Marke und inhaltlicher Schwerpunkt sind dabei meist beibehalten worden, wie beispielsweise bei der von CORK UNIVERSITY PRESS (CUP) aufgekauften feministischen ATTIC PRESS oder bei der von MERLIN übernommenen WOLFHOUND PRESS.<sup>394</sup> Der Vorteil liegt darin, dass Marketing- und Vertriebsaktivitäten gebündelt werden können; Verlagsmitarbeitern ist es eher möglich, in diesem Bereich oder im Lektorat konzentriert arbeiten zu können.

Kleinere Verlage, für die eine Fusion aus finanziellen bzw. ideellen Gründen nicht in Frage kommt, konzentrieren sich bei ihren Bemühungen um eine stärkere Kapitalkraft auf die Zusammenarbeit mit anderen Verlagen. Im Rahmen von Gemeinschaftsständen auf Buchmärkten verschafft dieses nicht nur eine Kostenteilung, sondern zusätzlich einen publikumswirksameren Auftritt. Auch im Rahmen von Marketingmaßnahmen im Ausland haben einige Verlage schon ihre Kräfte gebündelt.<sup>395</sup>

---

<sup>393</sup> Vgl. <http://www.carrollheinemann.ie>. Stand: 4. November 2002.

<sup>394</sup> Vgl. Beginning a new chapter in Irish publishing – Cork University Press acquires Attic Press. Media Release. <http://www.iol.ie/~atticirl/cup.htm>. Stand: 7. November 2002; vgl. auch Merlin swallows Wolfhound S. 323.

<sup>395</sup> Z. B. O'BRIEN PRESS, MERCIER und WOLFHOUND. Vgl. O'Sullivan: Irish publishers S. 121f.



### 5.1.3. Auf Kernkompetenzen konzentrieren

Für einen überzeugenden und erfolgreichen Verlagsauftritt konzentrieren sich viele Verlage inzwischen auf bestimmte Kernkompetenzen. Das kann ein unverwechselbares Verlagsprogramm sein, aber auch die Fähigkeit, in der Form eines engagierten mittelgroßen Verlags eine bessere Betreuung für Schriftsteller zu bieten als ein Verlagskonzern. Edwin Higel beschreibt den Vorteil, den NEW ISLAND einer Bestsellerautorin wie Deirdre Purcell gewähren kann, folgendermaßen: „Willst du das beste Pferd im kleineren Stall sein oder das siebtbeste im großen? Denn für uns ist Deirdre Purcell sehr wichtig für den Erfolg und für das Überleben. Das heißt, für uns hat sie immer Priorität und steht nicht im Konflikt mit vier oder fünf anderen sehr berühmten Pferden, die andere Verlage zusätzlich im Stall haben.“<sup>396</sup> So kann es sogar zu einer Umkehrung der Situation kommen insofern, dass Autoren von britischen Verlagen zu irischen wechseln. Die Irisch-Amerikanerin Molly McCloskey beispielsweise wurde nach einem Debuterfolg bei PHOENIX mit ihrem Zweitwerk dort abgelehnt und dafür von LILLIPUT unter Vertrag genommen,<sup>397</sup> und Jennifer Chapman wechselte wegen einer besseren Betreuung und wegen der Abneigung gegenüber Verlagskonzernen von CENTURY zu BRANDON.<sup>398</sup>

Neben eine Intensivbetreuung etablierter Schriftsteller können sich irische Verlage auch einen Namen mit der Entdeckung neuer Autorinnen und Autoren machen. Kleine und mittelständische Verlage, die als ‚Talentschmiede‘ gelten, besitzen einen guten Ruf in der Literatur- und Verlagsszene. Die Abwanderung zu einem publikumswirksameren Verlag muss zwar einkalkuliert werden; jedoch kann sich der Erfolg eines abgewanderten Autors tatsächlich auch für den ehemaligen Hausverlag bezahlbar machen, in dem dieser seine früheren Werke neu vermarktet. So hat beispielsweise O’BRIEN PRESS die bei ihm verlegten Romane von Eoin Colfer im Zuge seiner Durchbruchs als Bestsellerautor bei PENGUIN neu aufgelegt und teilweise sogar dem Design des Bestsellers angepasst.

---

<sup>396</sup> Edwin Higel: Interview, Anhang V.

<sup>397</sup> Vgl. Kelly, Shirley: The blow-in from Oregon. In: BI Nr. 247, März 2002, S. 47.

<sup>398</sup> CENTURY stand kurz vor der Übernahme durch RANDOM HOUSE. Vgl. Kelly, Shirley: Career couples who don’t have time for sex. In: BI Nr. 239, April 2001, S. 88.

Als Kernkompetenz irischer Verlage ist ganz deutlich das Verlegen von Irish Interest-Titeln zu sehen. Diese haben gleichziehend mit dem Aufstreben der irischen Verlagsbranche einen enormen Erfolg in Umsatz und Ansehen verbuchen können. Gegenüber ausländischen Verlagen haben irische den Vorteil, dass sie ‚vor Ort‘ tätig sind, was zum einen den Kontakt zu den Autoren erleichtert bzw. dem Verlag selbst eine Art Expertentum bescheinigt, und zum anderen auch den hauptsächlich in Irland stattfindenden Absatz optimal steuern lässt. Da alle irische Verlage in irgendeiner Form irlandbezogene Bücher verlegen – vom Kinderbuch über irischsprachige Lyrik zum politischen Sachbuch –, vermittelt dies ein griffiges Bild der gesamten Verlagsbranche. Die neu gewonnene Reputation irischer Verlage hat sogar dazu geführt, dass mancher potenziell interessierte britische Verlag vor einer Irish Interest-Publikation abgeschreckt ist. Der Literaturagent Jonathan Williams beispielsweise stößt auf Schwierigkeiten, irische Autoren bzw. Themen ins Ausland zu vermitteln: „But my hunch is that, at least in the case of literary fiction with an Irish theme or locale, an Irish publisher is likely to sell as many, if not more copies, than a British publisher. I’ve cited sales figures for Irish first novels to British publishers and they’ve been surprised and admitted they probably couldn’t do as well as that. I’ve seen growing professionalism in Irish publishing since I’ve been here.“<sup>399</sup>

Durch Markenbildung entwickeln irische Verlage ein prägnantes Verlagsprofil. Um ihr insgesamt breites Themenspektrum durch eine bewusste Buch- und Namensgestaltung inhaltlich zu bündeln, bauen Verleger vermehrt neue Marken auf. So verlegt GILL & MACMILLAN beispielsweise seine esoterischen Titel unter ‚Gateway‘ und sein Gesundheitsprogramm unter ‚Newleaf‘. Diese Imprints sind entweder als Reihe eindeutig dem Mutterverlag zugehörig (wie ‚Gateway‘ zu GILL & MACMILLAN), dienen als Verlagsfiliale (MARINO als Dubliner Imprint von MERCIER) oder werden aus traditionellen Gründen optisch so gestaltet als gäbe es keine Verbindung (wie die vormals unabhängige WOLFHOUND PRESS und der neue Mutterverlag MERLIN).

Der theologische Verlag COLUMBA PRESS nutzt sein prägnantes Profil aus, um mit einem weltweiten Netzwerk an Kontakten seine Spezialliteratur zu vertreiben. Die Tochtergesellschaft COLUMBA MERCIER DISTRIBUTION (CMD) agiert im Gegenzug als europäische Agentur für US-amerikanische und kanadische Religionsverlage.<sup>400</sup>

---

<sup>399</sup> Kelly: Making the right decisions S. 200.

<sup>400</sup> Vgl. <http://www.columba.ie>. Stand: 14. November 2002.

#### 5.1.4. Das Verlagsprogramm diversifizieren

Die von einer bestimmten Zielgruppe abhängigen Lehrbuchverlage reagieren mit Diversifikation auf eine drohende Stagnation ihres angestammten Marktes und verlegen seit den 90er Jahren auch General Trade-Titel. Dies geschieht entweder innerhalb des existierenden Verlagsprogramms wie bei MENTOR<sup>401</sup> oder unter einem neu gegründeten Imprint wie BLACKWATER<sup>402</sup> unter FOLENS. Somit sichern sich die größten irischen Verlage ihren Fortbestand. Zusätzlich stellen sie einen positiven Einfluss auf die General Trade-Verlage dar: Durch ihre überdurchschnittlich gut ausgebildeten Mitarbeiter und der Ausrichtung ihrer Verlage an marktwirtschaftlichen Maßstäben können sie die restliche Verlagsbranche in eine professionellere Richtung mitziehen.

Eine 2002 vom Staat im Auftrag gegebene Studie kam zu dem Ergebnis, dass Irland das Potenzial besitzt, um erfolgreich in den Digital-Content-Markt einzusteigen. Für irische Verlage bedeutet das die Chance, sich in vollkommen neue Tätigkeitsbereiche wie beispielsweise E-Learning oder digitale Datenbanken einzuarbeiten und zu profilieren.<sup>403</sup> SCHOLASTECH ist mit dem Verlegen von Kombiprodukten (Buch & CD-ROM) jedoch einer von nur wenigen Verlagen, die schon einen Vorstoß in diese Richtung gewagt haben.

#### 5.1.5. Subventionierungspolitik optimieren

Die Studie von Coopers & Lybrand hatte eine Reihe von Empfehlungen an den Arts Council ausgesprochen, wie sich eine Umverteilung der Subventionen förderlich auf die Entwicklung der irischen Verlagsbranche auswirken könnte. Im Mittelpunkt stand dabei der Aufbau eines ‚Fiction & Prose Fund‘ im kommerziell-belletristischen Bereich, um Autorinnen und Autoren attraktivere Möglichkeiten bei irischen Verlagen zu bieten. Rund 200.000 IR£ seien dabei für die exklusive Unterstützung von zehn bis zwölf Neuerscheinungen im Rahmen von Autorenvorauszahlungen und Marketing

---

<sup>401</sup> MENTOR beispielsweise hat neben Schulbüchern zunächst Kinderbücher, dann auch Belletristik für Erwachsene verlegt. Vgl. Danny outbids three British publishers. In: BI Nr. 237, Januar/Februar 2001, S. 9.

<sup>402</sup> FOLENS gründete BLACKWATER Anfang der 90er Jahre. Vgl. Coopers & Lybrand: The Future of the Irish Book Publishing Industry S. 7.23.

<sup>403</sup> Vgl. Ireland has capacity to develop a world class digital content industry. Pressemitteilung vom 5. November 2002. <http://www.forfas.ie/>. Stand: 7. November 2002.

jährlich zu veranschlagen.<sup>404</sup> Da die Subventionierungspolitik des Arts Councils jedoch nicht auf kommerzielle Belletristik abzielt, wurde dieser Vorschlag nie umgesetzt. Die Strategie des neuen ‚Arts Plan‘ bedeutet einen nachhaltigeren Förderansatz, der nicht nur Einzeltitel betrifft. Obwohl hochwertige bzw. die nationale Kultur repräsentierende Prosa und Lyrik die eigentliche Zielgruppe staatlicher Unterstützung darstellt, profitieren auch andere Titel des Verlags davon, da die Ausbildung von Lektoren in kleinen Verlagen ebenso dazu zählt wie programmübergreifende PR- und Marketingmaßnahmen.<sup>405</sup> Verlage, die sich um einen langfristigen Fortbestand des Unternehmens bemühen oder den Verlagsbetrieb mittels spezialisierter Arbeitskräfte für einen internationalen Buch- und Lizenzhandel optimieren möchten, werden ebenfalls ausdrücklich gefördert. Darüber hinaus unterstützt der Arts Council international ausgerichtete Verlagsagenturen bzw. literarische Institutionen (Lizenzhandel, internationale Lesereisen etc.). Die Übersetzungsförderung des ILE bedeutet eine Art von internationaler Öffentlichkeitsarbeit für Autoren. Auch wenn zurzeit nicht nur irische, sondern überwiegend britische Verlage von der Übernahme der Übersetzerkosten profitieren,<sup>406</sup> bedeutet die Verbreitung irischer Literatur im Ausland indirekt eine Unterstützung auch für die irische Branche.

## 5.2. Maßnahmen für Wachstum durch Handel mit dem bzw. im Ausland

Da der irische Buchmarkt einerseits durch die geringe Landesgröße nur begrenzte Umsatzmöglichkeiten bietet und andererseits Teil des englischen Sprachraums ist, war für irische Verlage der internationale Handel schon immer eine nahe liegende Möglichkeit. Der Arts Council beurteilte in den 80er Jahren das Auslandsgeschäft als ausbaufähiges Tätigkeitsfeld für Verlage<sup>407</sup> und vermittelte eine ständige Zusammen-

---

<sup>404</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: *The Future of the Irish Book Publishing Industry* S. 1.24f.

<sup>405</sup> „The point is that this strategy also benefits books which are not necessarily on our list as the kind of books we should be supporting. Because obviously the publishing house feel somebody is there so they can promote other titles as well.“ Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.

<sup>406</sup> Die Förderung von ILE ist nicht abhängig von der Nationalität des Verlags. Vgl. Dervis, Martina: *Translating Irish literature*. In: *European Bookseller*. Oktober 1996, S. 61–62.

<sup>407</sup> Die Studie bemängelt vor allem, dass zu wenig Lizenzhandel betrieben wird und setzt sich vehement für mehr Exporttätigkeiten des irischen Verlagswesens ein. Vgl. *The Arts Council: Developing Publishing in Ireland* S. 12ff.

arbeit zwischen der Verlagsindustrie und staatlichen Handelsministerien. Seit dem Aufschwung der Branche in den 80er Jahren arbeiten alle Beteiligte besonders intensiv an einer Ausweitung der Exportmöglichkeiten. Die Zusammenarbeit mit dem Irish Export Board bzw. Trade Board konnte leider nur bis zum Ende der 90er Jahre aufrecht erhalten werden und ist nun eingestellt.<sup>408</sup>

Aussagekräftige Zahlen für den Umfang des Exports irischer Verlage zu gewinnen gestaltet sich schwierig. Je nach Statistik präsentieren sich vollkommen unterschiedliche Beträge. So ermittelt beispielsweise Euromonitor mit Angaben der ‚Irish Overseas Trade Statistics‘ für das Jahr 1990 einen Gesamtexport von Büchern über 14,7 Mio IR£.<sup>409</sup> Diese Zahl scheint ‚Printed Matter‘ zu umfassen und ist für die Verlagsbranche deshalb nicht zutreffend. Ein Problem der Import-Export-Statistiken ist weiterhin, dass keine Unterscheidung zwischen verlegten oder produzierten Büchern gemacht wird. Da Irland durch die teilweise immer noch nicht konkurrenzfähigen Herstellungsbedingungen einen Anteil seiner Bücher im Ausland herstellen lässt, müsste hier eine Aufschlüsselung erfolgen.<sup>410</sup> Im weltweiten Handel mit Büchern spielt Irland eine untergeordnete Rolle: Nach einer Studie von Euromonitor aus dem Jahr 1993 besitzt Irland einen Anteil von 0,2 Prozent am gesamten internationalen und 0,5 Prozent am Handel innerhalb des englischsprachigen Buchmarkts.<sup>411</sup> Für Irlands Maßstäbe hat sich jedoch das Interesse am Handel mit dem Ausland seit den 70er Jahren sprunghaft gesteigert.<sup>412</sup> Die jüngste irische Verlagsstudie ermittelt für den Export folgende Größenordnung:

---

<sup>408</sup> „I also think that the Irish Export Board ... looked at the figures and decided that there wasn't enough money in it.“ Sinéad Mac Aodha: Interview, Anhang V.

<sup>409</sup> Vgl. The Euromonitor World Book Report 1992 S. 219.

<sup>410</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: The Future of the Irish Book Publishing Industry S. 3.6.

<sup>411</sup> Die größten Buchmärkte sind USA, Japan und Deutschland mit zusammengefasst 57 % Anteil am Weltmarkt. Das Vereinigte Königreich steht mit 5 % Anteil an vierter Stelle; Irland kommt an 24. Stelle mit den oben erwähnten 0,2 %. Die Anteile richten sich nach Umsätze in US-\$. Vgl. Coopers & Lybrand: The Future of the Irish Book Publishing Industry S. 3.4.

<sup>412</sup> Vgl. Farmar: Particular to general S. 31.

Tabelle 8 – Verlagsexporte 1994 und 1997 (inklusive Lizenzhandel) <sup>413</sup>

	<b>1994</b> (in Mio. IR£)	<b>in %</b>	<b>1997</b> (in Mio. IR£)	<b>in %</b>
Inland	30,4	91,6	34,8	88,5
Export in die EU	1,9	5,7	3,3	8,4
Export außerhalb der EU	0,9	2,7	1,2	3,1
<i>Gesamt</i>	<i>33,2</i>	<i>100</i>	<i>39,3</i>	<i>100</i>

1 IR£ = 1,27 €

Der überwiegende Anteil des Exports wird dabei von den großen Publikumsverlagen durchgeführt, die neben reinen Buchexporten auch andere Handelsmöglichkeiten mit dem Ausland (u. a. durch den Auftritt auf internationalen Messen) ausschöpfen.

Wie aus der Struktur des General Trade-Buchmarkts deutlich wird (Anhang I), lässt sich der Handel im oder mit dem Ausland unterteilen in den Export von Büchern, die Zusammenarbeit mit ausländischen Verlagen durch Co-Publishing oder Co-Editionen, das Verkaufen von Lizenzen und/oder der Errichtung einer Niederlassung im Ausland.

### 5.2.1. Auslandsdistribution

Der Buchexport erfolgt einerseits über Direktverkauf bzw. Auslieferungen in die so genannte ‚British Empire Market Area‘ (siehe Kapitel 3.2), andererseits indirekt in Form von Kooperationen mit Verlagen, Agenten oder Distributoren in den nordamerikanischen Raum.

#### Vereinigtes Königreich, Europa und Commonwealth-Staaten

Ein üblicher Weg des Exports ist über eine britische Auslieferung, die neben dem eigentlichen Vertrieb gleichzeitig auch Marketing betreiben bzw. Handelsvertreter einsetzen kann. Manche Verlage schließen einen Vertriebsaustausch, nach der die Titel des jeweiligen anderen Verlags über den eigenen Vertrieb im Land ausgeliefert werden. So verhalten sich beispielsweise POOLBEG und FOURTH ESTATE; <sup>414</sup> GILL & MAC-

<sup>413</sup> Die Quelle selbst macht keine Angaben, dass Lizenzhandel mit einfließt; dafür jedoch die Coopers & Lybrand-Studie, aus der die Daten von 1994 gezogen wurden (Vgl. Coopers & Lybrand: The Future of the Irish Book Publishing Industry S. 5.7). Summe der von Verlagen in Rechnung gestellten Beträge. Vgl. Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998 S. 4.

<sup>414</sup> Vgl. Kelly: Reaching for the stars S. 74.

MILLAN hat durch seine Zusammengehörigkeit mit MACMILLAN ein auf Gegenseitigkeit beruhendes Verkaufsabkommen für inhaltlich divergierende Titellisten.<sup>415</sup> Insgesamt beurteilen irische Verleger es als schwer bzw. unmöglich, erfolgreich auf dem britischen Markt zu agieren. Es ist schwierig, als kleiner und ausländischer Verlag vom britischen Zwischenbuchhandel ins Programm aufgenommen zu werden, da meist die Mindestanforderungen an Umsatz nicht erreicht werden können. Ebenso bleibt durch die fehlende Marktpräsenz sowie geringe Bekanntheit der Zugang zu den großen Buchhandelsketten verwehrt.<sup>416</sup> Buchimporte spielen für Großbritannien insgesamt kaum eine Rolle; Irlands Position darin ist so geringfügig, dass sie aus statistischen Quellen noch nicht einmal ersichtlich ist.<sup>417</sup> Innerhalb der Exporte in die EU ist vermutlich Deutschland der zweitwichtigste Absatzmarkt für Irland.<sup>418</sup> Noch ist der Handel innerhalb der europäischen Währungsunion insgesamt viel geringer als erwartet. Der angekündigte vereinfachte Geldtransfer hat sich beispielsweise bisher nicht erfüllt, sodass bis dato noch hohe Gebühren für Überweisungen bzw. Schecks anfallen<sup>419</sup> – eine große Barriere für die Kunden von Kleinverlagen, die damit auf weniger wichtige Bestellungen verzichten.

Unter den Commonwealth-Staaten ist Australien der wichtigste Absatzmarkt für irische Bücher. Australien ist das Land mit der höchsten Anzahl an emigrierten Iren weltweit, sodass irische Verlage dort zunächst ein hohes Kaufpotenzial erhofften.<sup>420</sup> Dennoch wurden sie in ihren Erwartungen enttäuscht: die Kontaktaufnahme vor Ort und die Nachfrage nach Irish Interest-Büchern entwickelten sich nur schleppend. Mit ein Grund für den Misserfolg war auch, dass in australischen Buchhandlungen die irischen Bücher neben in Großbritannien und in Australien produzierten Titeln optisch nur wenig Aufmerksamkeit auf sich ziehen konnten und irische Verlage ihrem Namen nach nicht bekannt sind. Auf Grund fehlender Wirtschaftlichkeit mussten manche

---

<sup>415</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: *The Future of the Irish Book Publishing Industry* S. 1.9.

<sup>416</sup> „... there is centralized buying. But even if it wasn't be like that there is a policy of accredited reps.“ Fergal Stanley: Interview, Anhang V.

<sup>417</sup> Importe machen ca. 10 % des gesamten britischen Buchumsatzes aus. Vgl. *The Publishers Association: UK Book Statistics 2002* S. 2.

<sup>418</sup> Vgl. *Irlands Wirtschaft boomt*. In: *Auslands-Info*. Nr. 187, 10. Dezember 1997, S. 5.

<sup>419</sup> Vgl. Kean: *What price the euro?* S. 29.

<sup>420</sup> Einer von vier Australiern besitzt irische Vorfahren. Vgl. *Twelve thousand miles*. In: *BI* Nr. 120, Februar 1988, S. 13.

Vertriebsbeziehungen nach nur kurzer Zeit wieder eingestellt werden.<sup>421</sup> Nur einige große Publikumsverlage besitzen deshalb Distributionspartner oder Agenturkontakte in Australien.<sup>422</sup>

### USA/Kanada

Die USA stand für Irland in den 80er Jahren auf der Prioritätenliste ganz oben beim Engagement im Auslandsgeschäft. Die in den USA lebenden irischen Emigranten waren bekannt dafür, dass sie das Andenken an ihre Abstammung bewahrten. Dennoch musste inzwischen von den hohen Erwartungen Abstand genommen werden, da die realen Absatzmöglichkeiten bei weitem nicht an die Wünsche und Vorstellungen der irischen Verlegerinnen und Verleger heranreichten. „But all Irish publishers, including ourselves, have had long and bitter experience of trying to get at those forty million people without any huge success“, kommentierte MERCIER-Verleger John Spillane Mitte der 90er Jahre die Situation.<sup>423</sup> Auch hier traf zu, was sich schon in Australien zeigte: Auch wenn ein großer Teil der amerikanischen Bevölkerung irischer Abstammung ist, ist dieser nicht gleichzeitig interessiert an Irish Interest. Es gibt in den USA nur einen einzigen spezialisierten ‚Irish Bookshop‘ (New York); ansonsten ist die Nachfrage über alle Staaten verteilt und damit schwer lokalisierbar bzw. erreichbar.<sup>424</sup> Irische Titel in den USA lassen sich immer noch am besten rund um den irischen Nationalfeiertag St. Patrick’s Day (17. März) verkaufen, weshalb amerikanische Publikumsverlage ihre Titel mit irischem Bezug (Belletristik) strategisch zu diesem Zeitpunkt veröffentlichen.<sup>425</sup>

Durch die Handelsaufteilung des englischsprachigen Buchmarkts ist ein direkter Kontakt zwischen USA und Irland schwierig. Es gibt fast keine gegenseitigen irisch-amerikanischen Verlagsniederlassungen und nur wenige Verlagskooperationen. Der einzige amerikanische Verlag mit einem Büro in Irland ist ROBERTS RINEHART, ein in Colorado ansässiger Verlag. Zunächst sollte das Büro in Irland wenig bekannte ameri-

---

<sup>421</sup> Vgl. Windsor, Gerard: Sentiment and ignorance. In: BI Nr. 120, Februar 1988, S. 9–10.

<sup>422</sup> Beispielsweise O’BRIEN und MERCIER PRESS mit TOWER BOOKS in French’s Forest. Vgl. <http://www.obrien.ie> und <http://www.merciepress.ie/D&O.html>. Stand: 11. Dezember 2002.

<sup>423</sup> Interpreting the Irish. In: BI Nr. 177, Mai 1994, S. 116–117, hier S. 117.

<sup>424</sup> Vgl. Selling to the diaspora. In: BI Nr. 197, September 1996, S. 205–207, hier S. 205.

<sup>425</sup> St. Patrick’s Day wird in New York mit einer größeren Parade feiert als in Dublin. Vgl. McEvoy: A bumper crop of Irish novels S. 28.



kanische Verlage vertreiben, schließlich betätigte es sich aber als Vermittlungsagentur für RINEHART'S irisches Verlagsprogramm.<sup>426</sup>

In den USA sind zwei Distributoren auf irische Verlage spezialisiert: IRISH BOOKS & MEDIA (IBM) und DUFOUR EDITIONS. Im Gegensatz zu IBM, die durch Mailorder die Nischenmärkte mit Irish Interest bedienen möchten, vertreibt DUFOUR an Buchhandel und Bibliotheken.<sup>427</sup>

IBM begann in den 60er Jahren als Ableger des ‚Irish American Cultural Institute‘ und blieb bis in die 80er Jahre der einzige große Vertriebspartner für irische Verlage. Die Distributionsagentur pflegte engen Kontakt zu irischen Gemeinden und auf Irland spezialisierte Buchhandlungen bzw. Verkaufsstellen in den USA und Kanada; auch als Repräsentant irischer Verlage auf Messen und Buchausstellungen war IBM tätig.<sup>428</sup> Die langjährige Zusammenarbeit war jedoch nicht immer zufrieden stellend; in einem offenen Brief an irische Verlage klagte Leiterin Ethna McKiernan über permanent unpünktliche und qualitativ unzureichende Buchlieferungen aus der Republik sowie verpasste Chancen einer erfolgreichen Vermarktung.<sup>429</sup>

Seit Beginn der 80er Jahre hat sich DUFOUR auf die Vertretung irischer Verlage in den USA und Kanada spezialisiert; zahlreiche der irischen Literatur- und Lyrikverlage lassen sich inzwischen durch DUFOUR vertreten. DUFOUR betätigt sich selbst auch als Verlag und kann dadurch irischen Verlagen auch Co-Publishing anbieten.<sup>430</sup> Gründe für den schleppenden Absatz irischer Bücher in den Staaten sieht DUFOUR in dem generell höheren Preis europäischer Bücher (u. a. durch Währungsschwankungen, Transport- und Vertriebskosten). Unterschiede in Gestaltung und Produktionsqualität machen irische Produktionen allgemein schwer verkäuflich; und Kinderbuch ist wegen unterschiedlicher Rechtschreibung und Wortnutzung fast gar nicht absetzbar. Die Alternative, irische Titel in den USA über Co-publishing auf den Markt zu bringen, schätzt DUFOUR nur bedingt als aussichtsreich ein; erst bei einem Abverkauf deutlich

---

<sup>426</sup> Vgl. Birth of the Irish American Book Company. In: BI Nr. 201, Januar/Februar 1997, S. 7–8, hier S. 7.

<sup>427</sup> Vgl. New US partnership. In: BI Nr. 132, März 1989, S. 84.

<sup>428</sup> Vgl. <http://www.irishbook.com>. Stand: 7. November 2002; vgl. auch Atlanta. In: BI Nr. 53, Mai 1981, S. 76.

<sup>429</sup> Zu den Vorwürfen gab es keine (in *Books Ireland* publizierten) Reaktionen. Vgl. McKiernan, Ethna: An open letter to Irish publishers. In: BI Nr. 99, Dezember 1985, S. 209.

<sup>430</sup> DUFOUR vertritt u. a. ANVIL, BLACKSTAFF, CIC, CUP, GALLERY, LILLIPUT, NEW ISLAND, POOLBEG, SALMON, UCD PRESS. Vgl. <http://www.dufoureditions.com>. Stand: 14. November 2002.

über 1.000 Exemplaren wird Co-Publishing wirtschaftlich interessant, was nur einen kleinen Kreis von Titeln betrifft.<sup>431</sup>

Der jüngste Versuch, eine gemeinschaftliche Distribution für irische Titel in den USA aufzubauen, war 1997 bis 2000 die ‚IRISH AMERICAN BOOK COMPANY‘ (IABC), eine Tochtergesellschaft von ROBERTS RINEHART. RINEHART begann als Distributeur von TOWNHOUSE im Rahmen einer gegenseitigen partnerschaftlichen Vertriebsvereinbarung.<sup>432</sup> Als O’BRIEN, MERCIER und WOLFHOUND ebenso Interesse anmeldeten, wurde eine Tochtergesellschaft gegründet.<sup>433</sup> Nach einem vielversprechenden Start durch eine offensivere Akquise als sie IBM betrieb, musste das Unternehmen schließlich wegen eines Prozesses gegen die Muttergesellschaft eingestellt werden.<sup>434</sup>

Durch IABC wurde den beteiligten Verlagen jedoch deutlich, dass der Absatz in den USA tatsächlich noch ausbaufähig ist. Auch eine Änderung in der Typologie des amerikanischen Irish Interest-Lesers, der heute verstärkt aus einer jüngeren, gebildeten Bevölkerungsschicht besteht, sind neue Möglichkeiten von Vermarktungsstrategien entstanden.<sup>435</sup> Dennoch sind in jüngster Zeit keine weiteren Initiativen bezüglich einer gemeinschaftlichen Distribution in den USA entstanden.

### 5.2.2. Co-Publishing/Co-Edition

Co-Publishing wird nicht nur mit dem Ziel betrieben, Autoren zu behalten und ihnen dabei gleichzeitig eine internationale Karriere zu ermöglichen. Viele Verlage verbinden mit Co-Publishing auch die Strategie, selbst international tätig zu sein. Bei den Bemühungen des Verlegerverbandes, zusammen mit CTT das Auslandsgeschäft der Verlagsindustrie zu forcieren, wurde schnell deutlich, dass dafür Buchexporte und Auslandsdistribution lediglich begrenzten Erfolg zeigen würden. So urteilte CLÉ-Präsident Michael Gill von seiner Australien-Geschäftsreise 1977: „Co-publication agreements

---

<sup>431</sup> Vgl. *Selling to the diaspora* S. 207.

<sup>432</sup> Vgl. *Birth of the Irish American Book Company* S. 8.

<sup>433</sup> Vgl. Menkes: *The flowering of Irish publishing* S. 36.

<sup>434</sup> John Spillane: „We’ve seen that the market for our books in the US is greater than we had thought and we’re now taking a fresh, but cautious, look at how best to reach that market.“ Not a piece of cake. In: *BI* Nr. 228, Januar/Februar 2000, S. 10.

<sup>435</sup> Während früher hauptsächlich Nachfolgenerationen der Emigranten an den Ursprüngen ihrer Ahnen interessiert waren; entstammen heute viele Interessierte aus einer hoch gebildeten emigrierten Erstgeneration mit stärkerem Interesse an aktuellem Zeitgeschehen. Vgl. *Selling to the diaspora* S. 205.

with other firms, both in Britain and North America, are perhaps the most beneficial arrangements.“<sup>436</sup>

TOWNHOUSE ist der Verlag in Irland, der Co-Publishing am intensivsten betreibt. Zunächst wurde eine Zusammenarbeit mit MACMILLAN durch regelmäßigen Lizenzverkauf aufgebaut, dann ging TOWNHOUSE mit MACMILLAN und später mit SIMON & SCHUSTER (UK) ein Joint Venture ein. Der über sechs Jahre laufende Vertrag mit SIMON & SCHUSTER über belletristische Titel des TOWNHOUSE-Programms besagt die Halbierung von Kosten und Gewinnen.<sup>437</sup> Unter den gemeinschaftlichen Imprints TOWNHOUSE/SIMON, TOWNHOUSE/POCKET und TOWNHOUSE/SCRIBNER werden Deirdre Purcell und andere Autoren belletristischer Unterhaltungsliteratur in Irland und dem Vereinigten Königreich auf den Markt gebracht. Die Zusammenarbeit bedeutete für Treasa Coady, einerseits die verlegerische Unabhängigkeit zu bewahren (TOWNHOUSE verlegt beispielsweise weiterhin *The Irish Treasures Series*) und andererseits erfolgreich von Dublin aus international tätig sein zu können.<sup>438</sup>

Co-Publishing wird auch von anderen irischen Verlagen zunehmend in Betracht gezogen, wobei die Zusammenarbeit meistens auf einen oder wenige Titel beschränkt ist. LILLIPUT beispielsweise suchte sich speziell auf das Buch abgestimmt einen neuen britischen Vertragspartner.<sup>439</sup> NEW ISLAND hat mit HEADLINE (HODDER HEADLINE GROUP, UK) im Jahr 2001 eine strategische Lektorats-Allianz („strategic editorial alliance“)<sup>440</sup> vereinbart und dadurch bisher Deirdre Purcell für den irischen Markt gewinnen können (siehe Kapitel 5.1.1); weiterhin versucht NEW ISLAND zukünftig durch eine verlegerische Zusammenarbeit auf dem US-amerikanischen Markt aktiv zu werden.<sup>441</sup>

Besonders bei akademischen Titeln ist es wichtig, mit einem US-Verlag zusammenzuarbeiten. Wissenschaftliche Publikationen sind zwar nicht so stark an Landesgrenzen gebunden wie andere Bücher und könnten theoretisch auch von Irland aus vertrieben

---

<sup>436</sup> Miller, Liam: The Irish identity. In: BI Nr. 11, März 1977, S. 33.

<sup>437</sup> Der mit Treasa Coady zusammenarbeitende Managing Director Ian Chapman ist von MACMILLAN zu SIMON & SCHUSTER gewechselt. Vgl. Simon & Schuster go to T(H)own. In: BI Nr. 230, April 2000, S. 95.

<sup>438</sup> Treasa Coady: „This fulfils my ambition not only to be a good Irish publisher, but also to publish internationally from Dublin.“ Simon & Schuster go to T(H)own S. 95.

<sup>439</sup> Hauptsächlich mit der PENGUIN GROUP (PENGUIN und VIKING), aber auch HODDER HEADLINE. Vgl. Menkes: The flowering of Irish publishing S. 37.

<sup>440</sup> Vgl. Danny outbids three British publishers S. 9

<sup>441</sup> „Nächstes Jahr habe ich in der Hinsicht auch in Amerika etwas vor.“ Edwin Higel: Interview, Anhang V.

werden. Dennoch besitzen US-amerikanische Verlage mit ihren relativ hohen Auflagenproduktionen den Vorteil, einen konkurrenzfähigen Verkaufspreis realisieren zu können. So bedeutet Co-Publishing hier nicht nur der vereinfachte Zugang zu US-amerikanischen Bibliotheken, sondern weltweit bessere Absatzchancen.<sup>442</sup> LILLIPUT hat deshalb über sein Sachbuchprogramm eine Co-Publishing-Vereinbarung mit einigen US-amerikanischen Universitätsverlagen getroffen.<sup>443</sup>

Co-Editionen im ‚Packaging‘-Verfahren<sup>444</sup> betreibt APPLETREE als der Rechteinhaber einer international vermarktbareren Geschenkbuchserie (*The Little Book of ...*) in großem Stil. Kooperationen mit amerikanischen, europäischen und russischen Verlagen führen dazu, dass 80 Prozent des Verlagsumsatzes inzwischen aus Exporttätigkeit resultiert.<sup>445</sup>

Ein verlagsübergreifende inner-irische Form von Co-Publishing schwebt POOLBEG-Verleger MacDermott vor: Indem irische Erfolgsbücher unter einem irischen Markennamen veröffentlicht würden, könnte erfolgreich mit dem Bekanntheitsgrad irischer Autoren bzw. Irish Interest-Titeln gearbeitet werden.<sup>446</sup> Diese Vision ist jedoch auf Grund des fehlenden Zusammenhalts der Branche noch weit entfernt von einer Realisierung.

### 5.2.3. Lizenzverkauf

Mit dem Verkauf von Fremdsprachen-, Territorial- oder Nebenrechten wird ein Verlag zwar nicht selbst im Ausland tätig, er kann aber seine Umsätze außerhalb des heimischen Marktes unter Umständen erheblich steigern. Da der Lizenzhandel fast ausschließlich über internationale Buchmessen abläuft, sind Verlage, Verbände und Insti-

---

<sup>442</sup> Vgl. Clark: Inside Book Publishing S. 34f.

<sup>443</sup> Vgl. Brown: Books in Ireland S. 19.

<sup>444</sup> Packaging: Co-Editionen ohne gemeinsames Imprint. Wird meistens bei Farbdrucken oder anderen kostenintensiven Druckaufträgen vereinbart. Der Rechteinhaber bietet seinen Buchtitel anderen Verlagen an, die zu einem festen Preis eine bestimmte Auflagenanzahl bestellen. Der Illustrationsdruck kann somit hochauflagig und kostengünstig erfolgen; evtl. werden die Texte in verschiedenen Sprachen später eingedruckt. AN GÚM beispielsweise hängt sich mit dieser Methode an ausländische Packaging-Aufträge an, um irischsprachige Kinderbücher relativ kostengünstig produzieren zu können. Vgl. Coopers & Lybrand: The Future of the Irish Book Publishing Industry S. 4.11.

<sup>445</sup> Vgl. Menkes: The flowering of Irish publishing S. 36.

<sup>446</sup> MacDermott nennt seine Idee nach der Markenbuttermilch ‚The Kerrygold Solution‘. Vgl. Kelly: Reaching for the stars S. 74.

tationen stark an einer Messenbeteiligung interessiert. In der euphorischen Entstehungsphase der Verlagsbranche wurde in London sogar eine spezielle ‚Irish Book Fair‘ veranstaltet; wenn sie auch nach wenigen Jahren jedoch wieder eingestellt wurde.<sup>447</sup> Heute stellt ILE – hauptsächlich für die Frankfurter Buchmesse – eine Auswahl der für den Lizenzhandel vielversprechendsten Titel in einem Katalog zusammen. So sind kleine Verlage, die sich eine Teilnahme an einer der großen Buchmessen nicht leisten können, zumindest indirekt vertreten. ILE fördert die Nachfrage nach irischen Lizenzen auch durch die Finanzierung der Übersetzerkosten von irischen Autorinnen und Autoren; so konnten beispielsweise Lizenzen der Verlage von Cathal Ó Searcaigh (nach Frankreich) und von Nuala Ní Dhomhnaill (in die Niederlande) verkauft werden.<sup>448</sup> Der Lizenzhandel ist wahrscheinlich die am wenigsten arbeitsintensive und dafür umsatzträchtigste Möglichkeit, internationalen Handel mit Büchern zu betreiben. Dennoch hielten sich 1994 die Gewinne irischer Verlage aus Lizenzhandel noch in sehr kleinem Rahmen: Die Studie von Coopers & Lybrand ermittelte durch eine Umfrage, dass der Lizenzverkauf mit gerade 6 Prozent Anteil am gesamten Auslandsgeschäft nur eine untergeordnete Rolle spielt.<sup>449</sup> Einzelerfolge bilden eine positive Ausnahme: Mit dem Verkauf der Rechte an Nuala O’Faolain’s Bestseller *Are you Somebody?* in zehn Sprachregionen hat NEW ISLAND sowohl einen finanziellen Erfolg als auch gesteigertes Interesse an seinem Verlagsprogramm verbuchen können.<sup>450</sup> Auch der Verkauf von Originallizenzen kann dem Erstverleger Einnahmen sichern und, vielleicht wichtiger, dem Buch und der Autorin zu neuem Erfolg verhelfen. *Daisy Chain War* von Joan O’Neill, ursprünglich 1990 von ATTIC PRESS verlegt, wurde 2002 von HODDER CHILDREN’S BOOKS neu aufgelegt. Damit wurde das Kinderbuch zum einen auch in Großbritannien erhältlich, zum anderen durch eine massive Marketingaktion auch in Irland zum ersten Mal zu einem Bestseller.

---

<sup>447</sup> Aus Veröffentlichungen in *Books Ireland* kann geschlossen werden, dass die 1985 zum ersten Mal veranstaltete Irish Book Fair 1988 eingestellt wurde.

<sup>448</sup> Vgl. Dervis: *Translating Irish literature* S. 61.

<sup>449</sup> Lizenzeinnahmen von 167.000 IR£ gegenüber Einnahmen von 2,77 Mio. IR£ im gesamten Buchexport. Vgl. Coopers & Lybrand: *The Future of the Irish Book Publishing Industry* S. 7.7

<sup>450</sup> „Sie ist in neun oder zehn Sprachen übersetzt, und allein in den Staaten hat das Buch Verkaufszahlen von fast einer halben Million Exemplare erreicht.“ Edwin Higel: Interview, Anh. V.

#### 5.2.4. Auslandsniederlassung

Selten ist ein irischer Verlag dazu in der Lage, sich im Ausland selbst zu positionieren. Der Direkteintritt in einen fremden Markt kann durch ein lokales Verlagsbüro oder in Zusammenarbeit mit lokalen Großhändlern oder Verkaufsgesellschaften erfolgen.<sup>451</sup> Ein Beispiel für die Errichtung einer Verlagsniederlassung ist der Lehrbuchverlag FOLENS, der (mit Hilfe der schon international tätigen Folens Gruppe) sein Lehrbuchbetrieb 1986 mit der Tochtergesellschaft FOLENS PUBLISHERS in Großbritannien und 1991 mit JUKA in Polen internationalisiert hat.<sup>452</sup> NEW ISLAND-Verleger Edwin Higel besitzt mit COMPASS INDEPENDENT BOOK SALES eine Vertriebs- und Marketinggesellschaft, die in Großbritannien das NEW ISLAND-Programm betreut.<sup>453</sup>

Zusammenfassend ist festzustellen, dass sich irische Verlage bei ihrer Positionsbestimmung auf dem heimischen wie auch auf internationalen Märkten trotz der inzwischen ausgereiften verlegerischen Branche immer noch recht schwer tun. Das hängt natürlich mit der kleinen und relativ finanzschwachen Branche zusammen, die gegen die zentralistisch in London situierten, multinationalen Konzerne ankämpft. Die Strategien, die für ein Wachstum auf dem heimischen Markt angewendet werden, sind vielseitig und an sich Erfolg versprechend. Durch eine Zusammenarbeit mit großen Konzernen können irische Lizenzen bei irischen Verlagen verbleiben; durch eine Stärkung der Kapitalkraft mittels Fusion bzw. Kostenbündelung innerhalb der Branche können irische Verlage insgesamt professioneller auftreten; durch eine optimierte Subventionspolitik kann der Staat förderlich eingreifen; durch eine Konzentration auf die eigenen Kompetenzen wie Irish Interest im weiteren Sinn oder der persönlichen Betreuung eines Kleinverlages können Autoren gewonnen oder ein unverwechselbares und damit unverzichtbares Verlagsprogramm gestaltet werden. Es gibt allerdings auch noch viele Verlage, die keine dieser Strategien anwenden und keine Zusammenarbeit mit anderen Verlagen oder Verbänden wahrnehmen; diese vermitteln weiterhin das Bild einer zwar privat engagierten, aber nicht wirtschaftlich handelnden Verlagslandschaft.

---

<sup>451</sup> Vgl. Coopers & Lybrand: The Future of the Irish Book Publishing Industry S. 4.10f.

<sup>452</sup> Vgl. [http://www.eepg.org/Ireland/short\\_d/Folens.htm](http://www.eepg.org/Ireland/short_d/Folens.htm). Stand: 14. Oktober 2002.

<sup>453</sup> „COMPASS INDEPENDENT BOOK SALES in Großbritannien vermarktet NEW ISLAND dort.“ Edwin Higel: Interview, Anhang V.

Der Optimismus, der in den 80er Jahren bezüglich Irlands Chancen auf dem Exportmarkt herrschte, hat sich inzwischen in einen vorsichtigen Realismus umgewandelt. Der Erfolg im Ausland lässt sich für irische Verlage zurzeit für einzelne Titel, nicht aber generell regulieren; er dient bis dato mehr der Imagepflege als dass signifikante Einnahmen erzeugt werden. Andererseits sind noch lange nicht alle Potenziale des Marktes ausgenutzt. Die erfolgreiche Arbeit von IABC zeigte exemplarisch, dass der Direktvertrieb in den USA durchaus ausbaufähig ist. Die ersten großen Erfolge im Co-Publishing dienen als Wegweiser für andere irische Verlage, eine Kooperation mit einem britischen Verlag einzugehen. Hier müssen vielleicht noch Aversionen gegenüber dem stärkeren Handelspartner überwunden werden. Auch im Lizenzverkauf stecken noch erhebliche Wachstumspotenziale. Selbst nicht in Irland verlegte Bestseller wie *Angela's Ashes* oder *Artemis Fowl* leisten indirekt ihren Beitrag dazu, die Attraktivität irischer Autorinnen und Autoren weltweit zu erhöhen und damit irische Lizenzen attraktiv zu machen. Die Verlage brauchen hier nur noch aktiv werden und den Lizenzhandel – unter anderem durch den Einsatz speziell ausgebildeten Personals – forciert zu betreiben.

## 6. Das Spezialitätengeschäft neben dem Supermarkt?

Der irische Buchmarkt und seine Verortung innerhalb der Handelsvernetzungen der englischsprachigen Buchwelt sind stark von der Geschichte des Landes geprägt. Die britische Vorherrschaft unterdrückte bis weit ins 20. Jahrhundert hinein eine eigenständige Verlagsindustrie, was wiederum die Ausformung des Vertriebsnetzes und des übrigen Buchhandels beeinflusste. Mit der staatlichen Unabhängigkeit wuchs langsam, aber stetig die Anzahl irischer Verlage. In den 70er Jahren kam die Verlagswelt zu einer fast explosiven Entfaltung. Die Gründung des Verlegerverbandes CLÉ war ein Schritt von vielen in dem Bestreben, sich von der Dominanz britischer Bücher und britischen Geschmacks in Buchhandlungen und Bibliotheken zu emanzipieren. Die Nachfrage nach Büchern mit irischen Themen war in der Bevölkerung groß, und britische Verlage hatten es bis dato versäumt, diesen Bedarf abzudecken. Das ermöglichte jungen irischen Verlegerinnen und Verlegern, sich auf diesem Gebiet zu profilieren. Der Aufbau eines von britischen Lehrinhalten unabhängigen Bildungssystems bot die Chance, einen autarken Schulbuchmarkt zu etablieren; Bücher in der Nationalsprache Irisch wurden ebenso zu einem Spezialgebiet. Irische Verlagshäuser sind im Großen und Ganzen Allrounder, die sich selten durch Spezialisierung voneinander abheben. Sie sind bis heute ungewöhnlich eigenständig: es gibt kaum Verlage in staatlichem oder ausländischem Besitz. Ebenso konnte sich eine eigenständige Buchhandelslandschaft entwickeln, weil die kleine und – vor dem Wirtschaftsboom – wenig konsumfreudige Republik von den expandierenden britischen Buchhandelsketten zunächst missachtet wurde. Mit dem Aufblühen der Wirtschaft und dem rapiden Wandel der irischen Bevölkerung von einer traditionell landwirtschaftlich geprägten hin zu einer modernen Informationsgesellschaft stieg der Buchkonsum. Als dadurch der Buchhandel prosperierte, hielten zwar automatisch britische Ketten Einzug in den irischen Einzelhandel; doch sie konnten das Netz der heimischen Buchhandlungen nicht mehr zerstören. Da auch andere, massiv mit Preisreduktion arbeitende Betriebsformen wie Buchclubs, Supermärkte und Internetbuchhandlungen in Irland nur unterdurchschnittlich vertreten sind, stellt die fehlende Preisbindung keine Bedrohung dar: Ein kleiner Buchmarkt genießt also durchaus auch Vorzüge.



Die staatliche Kulturförderung leistet einen wertvollen Beitrag dazu, dass auch wirtschaftlich unrentable Literatur verlegt und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird. Sie springt bei finanzschwachen Verlagen an Stelle einer nicht machbaren Mischkalkulation ein. Insbesondere das Verlegen irischsprachiger Bücher, vor der Gründung der Republik fast nicht existent, konnte wegen der begrenzten Leseranzahl erst mittels staatlicher Unterstützung realisiert werden. Irische Lyrik gewann durch staatliche Unterstützung an Bekanntheit und konnte sich zu einer der am höchsten geachteten Literaturformen in Irland entwickeln. Die Übersetzerförderung arbeitet aktiv an einer Verbreitung unbekannter irischer Literatur im Ausland und stimuliert damit das Lizenzgeschäft. Die aktuelle staatliche Förderungspolitik ermöglicht mit dem Schwerpunkt auf Marketing, PR und Betriebserhaltung eine zukunftsorientierte Verlagsförderung zusätzlich zur kurzlebigen Titelsubventionierung. Ein noch stärkerer Fokus darauf sowie auf eine Qualifizierung der Beschäftigten würde das irische Verlagswesen, bestimmt nicht zu seinem Nachteil, professioneller auf marktwirtschaftliche Bedingungen ausrichten.

Trotz der lebendigen irischen Verlagslandschaft ist der Buchmarkt fest im Griff der britischen Verlagsindustrie. In Form von kapitalstarken und multinational verzweigten Konzernen lebt der britische Buchmarkt vom Export. Das Nachbarland Irland, ehemals Teil des britischen Buchmarkts, ist heute automatisch einer seiner wichtigsten Abnehmer. Diese Tatsache stützt sich nicht nur auf die traditionellen Handelsverbindungen. Auch literarisch-kulturell bleibt Irland weiterhin auf britische Maßstäbe ausgerichtet; ein britischer Bestseller bedeutet auch in Irland einen Verkaufserfolg. Dieser Automatismus wird nur durch die landestypische Nachfrage nach irlandbezogenen Titeln durchbrochen. Während diese in Irland hohe Buchumsätze auslösen, so reduzieren sie sich im Ausland zu einem Nischenthema. Auch konkurrieren irische Verlagsprodukte im Ausland mit Irish Interest-Titeln von britischen und US-amerikanischen Verlagen. Die Chance, am internationalen Handel innerhalb des englischen Sprachgebiets teil zu haben, ist also nur theoretisch gegeben; die Versuche, mit internationalen Handelsverbindungen das Verlagswachstum voranzutreiben, sind bisher schnell an Grenzen gestoßen. Lediglich auf dem Gebiet der Unterhaltungsliteratur und in Form von Verlagskooperationen mit britischen Verlagskonzernen gelingt irischen Verlagen (indirekt) ein Agieren auf internationalen Märkten.

Bei begrenzter Forschungsliteratur und bei der Breite des Themas kann diese Arbeit lediglich einen Überblick über Zustand und Bedingungen des irischen Buchmarkts bieten. Auf Grund der fehlenden wissenschaftlichen Behandlung des irischen Buchwesens ergeben sich Forschungsdesiderate in vielen verschiedenen Teilgebieten. Am dringlichsten wäre die interessenunabhängige Durchführung verschiedener Grundlagenstudien, die empirisches Material für eine wissenschaftliche Weiterverarbeitung liefern könnten. Im Verlagsbereich beispielsweise wäre eine Untersuchung notwendig, die sich nicht nur auf die Mitglieder des Verlegerverbands beschränkt, sondern auch die große Anzahl der nicht in Interessensverbänden organisierten Verlage berücksichtigt. Im Buchhandelsbereich wäre interessant zu erfahren, wie gut die Bevölkerung – insbesondere auch die ländliche – durch den Bucheinzelhandel versorgt ist und wie sich die Umsatzentwicklungen der verschiedenen Betriebsformen (beispielsweise unabhängige Buchhandlungen im Vergleich zu Ketten) gestaltet. Auf dem Gebiet der Leserforschung gäbe eine Untersuchung des Konsumverhaltens wertvolle Einsichten in vielleicht typisch irische Buchkaufgewohnheiten. Das Forschungsdesiderat nach einer Aufarbeitung der Geschichte des irischen Buchwesens erfüllt sich demnächst in Form von zwei wissenschaftlichen Abhandlungen (siehe Kapitel 1.1).

Die vorliegende Arbeit begann mit einem Blick auf die inner-irischen Begebenheiten und endete mit der Verortung des irischen Buchmarkts im internationalen Buchhandel. Der beachtliche Aufstieg, den die irische Verlagsbranche dabei in den letzten 30 bis 40 Jahren ohne Rückgriff auf bestehende Traditionen erfahren hat, wirft nun automatisch die Frage auf, ob sich die Weiterentwicklung in demselben Tempo fortsetzen kann. Dies ist aus heutiger Sicht generell zu verneinen. Wie die – wenn auch nur bedingt aussagekräftigen – statistischen Erhebungen des irischen Buchmarktes andeuten, hat sich die Wachstumsbewegung verlangsamt. Irische Verlage werden der britischen Konkurrenz gewiss noch einige Marktanteile streitig machen können, doch es ist nicht anzunehmen, dass sie jemals mehr als die Hälfte des heimischen Buchumsatzes für sich verbuchen werden. Dies liegt zum einen daran, dass Irland die wichtigste Phase der Selbstidentifikation durchschritten hat. Der lange Jahre währende Nachholbedarf an Lektüre über nationale Themen, der eine überdurchschnittliche Nachfrage generierte, ist inzwischen gestillt; das Lesebedürfnis nach Irish Interest hat sich auf ein normales Maß eingependelt. Auf der anderen Seite öffnet sich die irische Gesellschaft, wie alle anderen westlichen Staaten auch, für globale Themen und Strömungen.

gen. Der ‚Blick über den Tellerrand‘ und die Orientierung an den Ton angehenden US-amerikanischen bzw. britischen Trends geht einher mit einer Vereinheitlichung des Lesegeschmacks. Und dieser Markt wird optimal von finanzkräftigen Verlagen mit umfangreichen Marketingstrategien bedient; kleine Verlage – ob britische oder irische – haben hier keine Chance, sich zu etablieren. Falls ein Trend einmal von Irland ausgeht, gilt dies ebenso. So kann die weltweit verbreitete Beliebtheit irischer Autorinnen und Autoren nie von irischen Verlegern allein ausschöpfend verwertet werden. Diese haben zwar den Achtungserfolg errungen, dass sie die traditionelle Abwanderung der Schriftsteller zu britischen Verlagen in Einzelfällen aufhalten konnten, indem sie diese für den irischen Markt unter Vertrag behielten. Dennoch ist es fast ausnahmslos der britische oder US-amerikanische Verlag, der durch seine PR- und Marketingaktivitäten überhaupt erst eine internationale Autorenkarriere in die Wege leitet. Für irische Verlage bleibt daher lediglich die Möglichkeit, sich im Rahmen einer Kooperation mit multinationalen Konzernen an den Erfolg anzuhängen. Doch selbst diese Möglichkeit könnte zukünftig eine starke Einschränkung erfahren, da britische Verlage sich durch Niederlassungen in Irland ihre Autoren selbst von Beginn an heranziehen anstatt sie von irischen Kollegen zu übernehmen.

Die Evolution der irischen Verlagsbranche von vereinzelt Verlagen mit begrenztem Lokalbezug über die Ausbildung einer starken Wirtschaftsbranche innerhalb des Landes hin zu mäßigen Erfolgen im internationalen Buchhandel ist sozusagen an einem (vorläufigen?) Ende angekommen. Lediglich ein verstärktes Agieren des Verlegerverbandes, das eine übergreifende Corporate Identity der irischen Verlagsbranche bzw. eine für die Mitgliedsverlage konzentrierte Zusammenarbeit in PR und Marketing ermöglicht, würde bisher verborgene Potenziale ausschöpfen können. Die in der Branche geäußerte Überlegung, irische Verlage vom Minderheitenthema Irish Interest weg- und zu massenmarktfähigen Buchtiteln hinzubewegen, führt in eine Sackgasse. Ein schlagkräftigeres internationales Verlagswesen kann sich in Irland durch die fehlende Finanzkraft nicht entwickeln.

Irische Verlage haben es geschafft, sich national eine Existenzberechtigung zu verschaffen und spiegeln damit das neu gewonnene Selbstbewusstsein der irischen Gesellschaft wider. Sie bieten mit Irish Interest einen verlegerischen Schwerpunkt, den sie selbst aufgebaut und auf den sie sozusagen ein natürliches Recht haben. Der Erfolg auf ihrem Gebiet lässt sich kaum von ausländischen Verlagen abjagen und bedeu-

tet somit eine geschützte Zone innerhalb des marktwirtschaftlich hart umkämpften Buchmarkts. Die Zugehörigkeit zum englischen Sprachraum und die Nähe zur Buch-Macht Großbritannien führen andererseits dazu, dass der irische Buchhandel nie als autarker Markt existieren wird. Für die irischen Marktteilnehmer bedeutet diese Situation also ein ständiges Lavieren zwischen der ideell gewünschten Eigenständigkeit und der real nicht abzuschaffenden internationalen Abhängigkeit. Parallelen zu anderen Ländern, die ihre Sprache mit einem größeren Nachbarland teilen und deren eigene Verlagszene damit scheinbar automatisch eine nachgeordnete Position einnimmt, werden hier offensichtlich. Anscheinend kann diese Tendenz auch eine historisch verankerte Verlagslandschaft nicht verhindern, und so muss oft der Staat für den Erhalt der nationalen (Buch-) Kultur einspringen (wie z. B. in Österreich oder Kanada).

Um auf das Bild zurückzukommen, das eingangs entworfen wurde: Der irische Buchmarkt kann durchaus als Spezialitätengeschäft neben dem Supermarkt Großbritannien überleben. Der Aufbau eines unverwechselbaren Profils, das auf besondere Kundenwünsche einzugehen vermag, hat sich bis jetzt bewährt und wird sich auch zukünftig als überlebensfähig beweisen. Beide Geschäftsformen ergänzen sich: Während der Supermarkt mit einem breiten und ausgewogenen Warenangebot die Grundbedürfnisse stillt, bietet das Spezialitätengeschäft die ungewöhnlichen Geschmacksnoten. Spezialisierung darf dabei nicht automatisch mit besserer Qualifizierung oder besseren Inhalten gleichgesetzt werden; ebenso ist der betriebswirtschaftliche Erfolg nicht immer der ausschlaggebende Punkt. Mit der Entfaltung des irischen Buchmarkts ist eine der Globalisierung und damit der kulturellen Vereinheitlichung entgegengesetzte Bewegung entstanden, die individuelle Bedürfnisse zu decken vermag und das Selbstverständnis einer eigenständigen Kultur tragen hilft.

## Abkürzungsverzeichnis

<i>AFEPI</i>	Association of Freelance Editors, Proof-readers and Indexers
<i>ÁIS</i>	Áisinteacht Dáiliuchán Leabhar; Vertriebsges. f. irischsprachige Bücher
<i>APCK</i>	Association for Promoting Christian Knowledge; Verlag
<i>BA</i>	Booksellers' Association of the United Kingdom and Ireland Ltd
<i>BHI</i>	Book House Ireland
<i>CIC</i>	Cló Iar-Chonnachta; Verlag
<i>Clé</i>	Cumann Leabharhoilsitheoirí Éireann/Irish Book Publishers' Association
<i>Co-op</i>	Irish Writers' Co-operative; Verlag
<i>CTN</i>	Confectioner-Tobacconist-Newsagent
<i>CTT</i>	Córas Tráchtála; Irish Export Board
<i>CUP</i>	Cork University Press; Verlag
<i>Edco</i>	Educational Company of Ireland; Verlag
<i>FÁS</i>	Foras Áiseanna Saothair/Irish Training and Employment Agency
<i>GB</i>	Großbritannien (England, Schottland und Wales)
<i>Hb</i>	Hardback; gebundenes Buch
<i>IACI</i>	Irish American Cultural Institute, USA
<i>IABC</i>	Irish American Book Company; Vertriebsgesellschaft
<i>IAP</i>	Irish Academic Press; Verlag
<i>IBh</i>	Irish Bookhandling; Vertriebsgesellschaft, Irland
<i>IBM</i>	Irish Books & Media; Vertriebsgesellschaft, USA
<i>ICBT</i>	Irish Children's Book Trust
<i>ICLA</i>	Irish Copyright Licensing Agency
<i>ICM</i>	Ireland Consumer Market; Marktforschungsgebiet
<i>IDA</i>	Industrial Development Authority
<i>IEPA</i>	Irish Educational Publishers' Association
<i>ILE</i>	Idirmhalartán Litríocht Éireann; Irland Literature Exchange
<i>IPA</i>	Institute of Public Administration; Verlag
<i>IR£</i>	Irishes Pfund
<i>IT</i>	Information Technology
<i>IUP</i>	Irish University Press; Verlag
<i>IWC</i>	Irish Writers' Centre/Áras na Scríbhneoirí na hÉireann
<i>IWU</i>	Irish Writers' Union/Cumann na Scríbhneoirí
<i>Mwst</i>	Mehrwertsteuer
<i>NBA</i>	Net Book Agreement
<i>NCCA</i>	National Council for Curriculum and Assessment
<i>NLI</i>	National Library of Ireland
<i>Pb</i>	Paperback; Taschenbuch
<i>PBS</i>	Papier-Büro-Schreibwaren
<i>RPM</i>	Resale Price Maintenance; Preisbindung
<i>RRP</i>	Recommended Retail Price
<i>SFADCO</i>	Shannon Free Airport Development Company
<i>Stg£</i>	Britisches Pfund Sterling
<i>TCM</i>	UK Total Consumer Market; Marktforschungsgebiet
<i>TCD</i>	Trinity College Dublin
<i>UCD</i>	University College Dublin
<i>UK</i>	United Kingdom (Großbritannien und Nordirland)
<i>VAT</i>	Value Added Tax; Mehrwertsteuer

## Glossar

<i>Aosdána</i>	The Academy of Irish Artists; 1983 vom Arts Council gegründete Künstlerakademie zur Förderung der gesellschaftlichen Anerkennung irischer Künstler.
<i>Bord na Leabhar Gaeilge</i>	Irish Language Books Board; staatliches Büro für irischsprachige Publikationen; dem Staatsministerium ‚Department of Community, Rural and Gaeltacht Affairs‘ unterstellt.
<i>Bord na Gaeilge</i>	siehe Foras na Gaeilge.
<i>Bord Tráchtála</i>	Irish Trade Bord; Handelsministerium.
<i>Córas Tráchtála (CTT)</i>	Irish Export Bord. Jetzt Enterprise Ireland (siehe dort).
<i>Corporate Identity</i>	Das (einheitliche) Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Branche in der Öffentlichkeit.
<i>Cultural Relations Committee</i>	Ausschuss für Kulturbeziehungen des Außenministeriums.
<i>E-Learning</i>	Online-Lernsysteme mit modularem (nicht linearem) Aufbau der Lerninhalte und Integration multimedialer Elemente.
<i>FÁS</i>	Foras Áiseanna Saothair/Irish Training and Employment Agency. 1988 gegründete staatliche Arbeitsvermittlungsbehörde, die auch für Aus- und Weiterbildungsprogramme zuständig ist.
<i>Foras na Gaeilge</i>	ehemals Bord na Gaeilge; Behörde für die Förderung der irischen Sprache. Seit dem Karfreitagsabkommen 1998 für die Republik und Nordirland gemeinsam zuständig.
<i>Forbairt</i>	Büro für irischstämmige Industrie (dt.: Wachstum).
<i>Freelancer</i>	Freiberufler; im Angelsächsischen häufige Form der Berufsausübung bei Lektorats- u. a. redaktionellen Arbeiten
<i>Gaeltacht</i>	Regionen in Irland, in denen Irisch als Muttersprache gesprochen wird (überwiegend in Westirland).
<i>Gaelscoileanna</i>	Auf Irisch unterrichtende Schulen (schulfachübergreifend).
<i>Imprint</i>	„Impressum“; hier: Programmreihe mit eindeutigem Profil.
<i>Industrial Development Authority (IDA)</i>	Büro für regionale und nationale Industrieplanung für ausländische Unternehmen („inwardly-investing companies“).
<i>Irish American Cultural Institute (IACI)</i>	Größte irisch-amerikanische kulturelle Organisation. Vorsitzende: Prinzessin Grace von Monaco; Filialen in 27 Ländern.
<i>Irish Export Board</i>	siehe Córas Tráchtála.
<i>Outsourcing</i>	Übergabe von Arbeitsbereichen an spezialisierte Dienstleistungsunternehmen oder Freelancer

*Shannon Free Airport  
Development Company  
(SFADCO)*

Staatliche Gesellschaft zur Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung der Shannon-Region.

*The Arts Council/An  
Chomhairle Ealaíon*

Kulturrat. Unabhängige autonome Körperschaft des öffentlichen Rechts. 1951 gegründet, um öffentliches Interesse an den Künsten zu wecken sowie das Wissen über sie, ihre Wertschätzung und ihre Ausübung zu fördern.

*Údarás na Gaeltachta*

Staatliche Agentur für wirtschaftliche Weiterentwicklung der Gaeltacht-Regionen und Bewahrung des Irisch als Hauptsprache in den Gaeltacht-Regionen. Dem Department of Community, Rural and Gaeltacht Affairs zugeordnet.

*Wholesale*

Großhandel; Form des Zwischenbuchhandels.

## Quellen- und Literaturverzeichnis

### Gedruckte Quellen

Addis, Jeremy: A noble profession. **In:** European Bookseller. Europe's Book Trade Magazine. London: European Bookseller Oktober 1996, **S. 49–51**. [im Text zitiert als European Bookseller]

Addis, Jeremy: Book prices – up or down? **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 106, September 1986, **S. 162–163**. [im Text zitiert als BI]

Addis, Jeremy: Irland: Die Insel mitten im Atlantik. **In:** Magazin Ireland Books Ireland. Sonderausgabe zur Buchmesse 1996. Hrsg. v. Gerhard Heimler. Frankfurt am Main: Erin Edition 1996, **S. 10–11**.

Addis, Jeremy: Noel, Noel. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 110, Januar/Februar 1987, **S. 12**. [im Text zitiert als BI]

Addis, Jeremy: Twenty-five years on. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 238, März 2001, **S. 45–46**. [im Text zitiert als BI]

A dive for literature. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 86, September 1984, **S. 147–148**. [im Text zitiert als BI]

... and a curious marriage. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 185, April 1995, **S. 75**. [im Text zitiert als BI]

An iniquitous Act. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 36, September 1979, **S. 129**. [im Text zitiert als BI]

Another year: **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 96, September 1985, **S. 135**. [im Text zitiert als BI]

Atlanta. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 53, Mai 1981, **S. 76**. [im Text zitiert als BI]

Bestsellers. **In:** The Irish Times. Dublin, 30. November 2002.

Bez, Thomas: ABC des Zwischenbuchhandels. 4., überarb. u. erg. Aufl. **In:** Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel. Hrsg. vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V. Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung Nr. 20, 12. März 2002 (=Börsenblatt Extra), **S. 1–28**. [im Text zitiert als Bbl]

Birth of the Irish American Book Company. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 201, Januar/Februar 1997, **S. 7–8**. [im Text zitiert als BI]

Blackstaff/Cape alliance. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 41, März 1980, **S. 42–43**. [im Text zitiert als BI]



Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V. (Hrsg.): Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel. Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung Nr. 78, 27. September 1996.

Booksellers Association verkauft Rechte an Buchhandelsdiplom. **In:** Auslands-Info für den deutschen Verlagsbuchhandel. Hrsg. Von Peter Weidhaas. Frankfurt: Ausstellungs- und Messe-GmbH des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels Nr. 184, 6. März 1997, **S. 5**. [im Text zitiert als Auslands-Info]

Books from Ireland. Ireland and its Diaspora. Dublin: Irish Book Publishers' Association 1996.

Books Ireland (Hrsg.): Irish Writers' Guide 1998–99. 2. Auflage. Dublin: A&A Farmar 1998.

Bort, Eberhard: Irland und seine Diaspora. Von Albany bis New South Wales. **In:** Magazin Ireland Books Ireland. Sonderausgabe zur Buchmesse 1996. Hrsg. von Gerhard Heimler. Frankfurt am Main: Erin Edition 1996, **S. 36–39**.

Bourke, Eva: Die irischen Verlage. Auf der Suche nach dem intelligenten Leser. **In:** Magazin Ireland Books Ireland. Sonderausgabe zur Buchmesse 1996. Hrsg. von Gerhard Heimler. Frankfurt am Main: Erin Edition 1996, **S. 77–99**.

Brennock, Mark: Minister sets up group on libel law reform. **In:** The Irish Times. Dublin, 9. Oktober 2002.

Brown, Richard H.: Books in Ireland: A Booming Market, a Pricing Problem. EC opposition to the NBA dampens a business with sales that are huge for a country its size. **In:** Publishers Weekly. New York: Reed Vol. 241 Issue 32, 29. August 1994, **S. 18–20**. [im Text zitiert als Publ W]

Buch und Buchhandel in Zahlen 2001. Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung 2001.

Caball, Marc: ILE: Translating Ireland to the World. **In:** Éire–Ireland. An Interdisciplinary Journal of Irish Studies. Special Issue: Translation. Morristown NJ: Irish American Cultural Institute 2000, **S. 112–121**.

Carson, Liam: Green light for Irish publishing. **In:** European Bookseller. Europe's Book Trade Magazine. London: European Bookseller November/Dezember 1993, **S. 65–66**. [im Text zitiert als European Bookseller]

Cassell's Directory of Publishing in Great Britain, the Commonwealth and Ireland 1960/61. London: Cassell 1960.

Central Statistics Office (Hrsg.): Statistical Yearbook of Ireland 2001. Dublin: The Stationary Office 2001.

Christmas breakthrough. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 60, Januar/Februar 1982, **S. 6**. [im Text zitiert als BI]

Clarke, Harold: Publisher and wholesaler. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 16, September 1977, **S. 157–158.** [im Text zitiert als BI]

Clé (Hrsg.): The Clé directory of the Irish book world. 3. Auflage. Dublin: Clé The Irish Book Publishers' Association 1991.

Colourbooks aims at world books market. **In:** Irish Printer. Hrsg. von Frank Corr. Dublin: Jemma Publications Januar 2001, **S. 29–32.**

Cullen, Paul: State compares poorly with peers on poverty. **In:** The Irish Times. Dublin, 10. Juli 2001, **S. 4.**

Danny outbids three British publishers. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 237, Januar/Februar 2001, **S. 9.** [im Text zitiert als BI]

Dervis, Martina: Translating Irish literature. **In:** European Bookseller. Europe's Book Trade Magazine. London: European Bookseller Oktober 1996, **S. 61–62.** [im Text zitiert als European Bookseller]

Dodd, Luke: Die Literatur Irlands und der irischen Diaspora/The Literature of Ireland and the Irish Diaspora. **In:** Irland und seine Diaspora-Festival/Féile na hEireann agus a diaspora. Frankfurter Buchmesse 1996. Dublin: The Arts Council 1996, **S. 14–16.**

Dowey, Mary: Dynamism under the umbrella. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 30, Januar/Februar 1979, **S. 8–9.** [im Text zitiert als BI]

Dowey, Mary: The year of the Yanks? **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 52, April 1981, **S. 55.** [im Text zitiert als BI]

Eager, Alan R.: A Guide to Irish Bibliographical Material being A Bibliography of Irish Bibliographies and some Sources of Information. London: Library Association 1964.

Empty chairs at the BA Conference. **In:** The Bookseller. London: VNU 15. November 1996, **S. 18.**

Farmar, Tony: Cashman, Clé and the handling code. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 34, Juli 1979, **S. 91.** [im Text zitiert als BI]

Farmar, Tony: Fair appraisal. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 60, Januar/Februar 1982, **S. 7.** [im Text zitiert als BI]

Farmar, Tony: For the record. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 80, Januar/Februar 1984, **S. 10.** [im Text zitiert als BI]

Farmar, Tony: Market forces. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 53, Mai 1981, **S. 78.** [im Text zitiert als BI]

Farmar, Tony: Particular to general. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 51, März 1981, **S. 31.** [im Text zitiert als BI]

Farmar, Tony: Slipping through the net. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 50, Dezember 1981, **S. 9**. [im Text zitiert als BI]

Feehan, John M.: An Irish Publisher and his World. Cork: Mercier Press 1969.

For the record. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 46, September 1980, **S. 157**. [im Text zitiert als BI]

Fred, the doyen bookseller, looks back. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 223, Sommer 1999, **S. 171**. [im Text zitiert als BI]

Gill, Michael: Dateline Dublin. **In:** Logos. The Journal of the World Book Community. London: Whurr Vol. 10 Issue 1 1999, **S. 22–25**.

Heller, Frithjof: Schenk uns ein Lied! Mythos Irland. Kein irisches Tagebuch. **In:** Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel. Hrsg. vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V. Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung Nr. 78, 27. September 1996, **S. 44–49**. [im Text zitiert als Bbl]

Hoffbauer, Andreas: Für Irland sind die goldenen Zeiten vorbei. Auf die neue Regierung in Dublin warten viele neue Probleme – Europa bleibt tabu. **In:** Handelsblatt, 16. Mai 2002, **S. 6**.

Interpreting the Irish. The Mercier Press looks back on fifty years of publishing. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 177, Mai 1994, **S. 116–117**. [im Text zitiert als BI]

Introduction to Irish-Interest Books in Print. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 1, März 1976, **S. 27**. [im Text zitiert als BI]

Irish Books in Print. Wicklow: S & J Cleary Publishers 1984.

Irish Publishing Record 1986. Dublin: University College Dublin 1987.

Irlands Wirtschaft boomt – deutsche Bücher 1999 auf Tour. **In:** Auslands-Info für den deutschen Verlagsbuchhandel. Hrsg. Von Peter Weidhaas. Frankfurt: Ausstellungs- und Messe-GmbH des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels Nr. 187, 10. Dezember 1997, **S. 5**. [im Text zitiert als Auslands-Info]

Irland und seine Diaspora-Festival/Féile na hEireann agus a diaspora. Frankfurter Buchmesse 1996. Dublin: The Arts Council 1996.

International ISBN Agency Berlin: Publishers' International ISBN Directory. Vol. 1 Geographical Section A–Q. München [u. a.]: K. G. Saur [u. a.] 2002.

Kean, Danuta: What price the euro? **In:** The Bookseller. London: VNU 11. Oktober 2002, **S. 28–29**.

Kelly, Shirley: Career couples who don't have time for sex. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 239, April 2001, **S. 88**. [im Text zitiert als BI]

Kelly, Shirley: Copyrights and wrongs. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 232, Sommer 2000, **S. 171–172**. [im Text zitiert als BI]

Kelly, Shirley: Film finance, video distribution, records – and now books. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 234, Oktober 2000, **S. 267**. [im Text zitiert als BI]

Kelly, Shirley: Making the right decisions. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 179, September 1994, **S. 199–200**. [im Text zitiert als BI]

Kelly, Shirley: Mass-market publishing – in Irish. Ré Ó Laighléis talks to Shirley Kelly. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 214, Sommer 1998, **S. 159**. [im Text zitiert als BI]

Kelly, Shirley: Reaching for the stars. Shirley Kelly meets an Irish publisher for whom big is beautiful. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 185, April 1995, **S. 73–74**. [im Text zitiert als BI]

Kelly, Shirley: The blow-in from Oregon. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 247, März 2002, **S. 47**. [im Text zitiert als BI]

Kelly, Shirley: The children's book millionaire. How neurotic fairies earned Eoin Colfer his new car. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 236, Dezember 2000, **S. 345**. [im Text zitiert als BI]

Kelly, Shirley: Should school book fairs pay for new boilers? **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 207, Okt. 1997, **S. 249**. [im Text zitiert als BI]

Kelly, Shirley: The view from the till. Booksellers talk to Shirley Kelly about Christmas. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 182, Dezember 1994, **S. 314–316**. [im Text zitiert als BI]

Kelly, Shirley: Workaholic with designs on the 19th century. Publisher Colin Smythe tells Shirley Kelly how it all happened. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 219, Januar/Februar 1999, **S. 9–10**. [im Text zitiert als BI]

Letter to the Editor. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 61, März 1982, **S. 30**. [im Text zitiert als BI]

Losing the run of themselves? **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 218, Dezember 1998, **S. 333–335**. [im Text zitiert als BI]

Loss leaders. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 141, April 1990, **S. 67**. [im Text zitiert als BI]

Lowery, Robert G. (Hrsg.): Irish Literary Supplement. A Review of Irish Books. Wading River, NY: Irish Studies.

Mac Aonghusa, Proinsias: Publikationen in irischer Sprache/Foilsitheoireacht i nGaeilge/Publishing in the Irish Language. **In:** Irland und seine Diaspora-Festival/Féile na hEireann agus a diaspora. Frankfurter Buchmesse 1996. Dublin: The Arts Council 1996, **S. 24–29**.

MacDonogh, Steve: Open Book. One Publisher's War. Dingle: Brandon 1999.

McKiernan, Ethna: An open letter to Irish publishers. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 99, Dezember 1985, **S. 209**. [im Text zitiert als BI]

Magazin Ireland Books Ireland. Sonderausgabe zur Buchmesse 1996. Hrsg. v. Gerhard Heimler. Frankfurt am Main: Erin Edition 1996.

Making bookselling pay: redundancy of 90 booksellers from all parts of Ireland. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 23, Mai 1978, **S. 69**. [im Text zitiert als BI]

McCaughren, Samantha: Ireland balancing the books in favour of Amazon.com. **In:** Irish Independent. Dublin: Independent Newspapers, 3. August 2000.

McEvoy, Dermot: A bumper crop of Irish novels. **In:** Publishers Weekly. New York: Reed Vol. 249 Issue 9, 4. März 2002, **S. 28–30**. [im Text zitiert als Publ W]

Menkes, Vivienne: The flowering of Irish publishing. **In:** Publishers Weekly. New York: Reed Vol. 243 Issue 52, 30. Dezember 1996, **S. 35–38**. [im Text zitiert als Publ W]

Merlin swallows Wolfhound. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 245, Dezember 2001, **S. 323**. [im Text zitiert als BI]

Miller, Liam: The Irish identity. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 11, März 1977, **S. 33**. [im Text zitiert als BI]

Montgomery, Robin: The Vatman goeth. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 63, Mai 1982, **S. 77**. [im Text zitiert als BI]

Mulcahy, Mary E.; Cork Women's Poetry Circle (Hrsgg.): Women in Publishing. Women's Work in the Irish Book Publishing Industry. Cork: Bradshaw Books 2001.

New US partnership. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 132, März 1989, **S. 84**. [im Text zitiert als BI]

No hope for maintained prices in Ireland. **In:** The Bookseller. London: VNU 3. November 1995, **S. 15**.

Nolan, Yvonne: An Irishman in darkest Maine. **In:** Publishers Weekly. New York: Reed Vol. 249 Issue 38, 23. September 2002, **S. 45**. [im Text zitiert als Publ W]

No room for self-indulgence. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 28, November 1978, **S. 176-177**. [im Text zitiert als BI]

Not a piece of cake. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 228, Januar/Februar 2000, **S. 10**. [im Text zitiert als BI]

Not embattled enough: Bookselling in the 1980s. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 21, März 1978, **S. 25**. [im Text zitiert als BI]

O'Boyle, Seán: ÁIS arís. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 107, Oktober 1986, **S. 177/S. 203**. [im Text zitiert als BI]

O'Brien, Michael: The British market: an Irish irony. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 40, Jan./Feb. 1980, **S. 12–13**. [im Text zitiert als BI]

One for the xenophobes. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 26, September 1978, **S. 127**. [im Text zitiert als BI]

One-offs: **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 79, Dezember 1983, **S. 219**. [im Text zitiert als BI]

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (Hrsg.): Literacy in the Information Age. Final Report of the International Adult Literacy Survey. Paris: OECD 2000.

O'Rourke, Eamon: On not buying Irish. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 41, März 1980, **S. 44**. [im Text zitiert als BI]

O'Sullivan, Finola: Irish publishers seek more of their own market. **In:** Logos. The Journal of the World Book Community. London: Whurr Vol. 6 Issue 3 1995, **S. 118–123**.

P-P-Paddy O'Penguin. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 251, September 2002, **S. 190**. [im Text zitiert als BI]

Poor relation? **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 40, Januar/Februar 1980, **S. 7**. [im Text zitiert als BI]

Price war breaks out in Dublin. **In:** The Bookseller. London: VNU 2. Dezember 1994, **S. 5–6**.

Publish and be banned. Is there a role for the Censorship Board in Ireland? **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 188, September 1995, **S. 189–191**. [im Text zitiert als BI]

Raphael, Murray: How an Irish book store found a niche... and filled it. **In:** Direct Marketing. Garden City: Hoke, Vol. 61 Issue 11, März 1999, **S. 18–21**.

Robinson, Mary: Grußwort. **In:** Magazin Ireland Books Ireland. Sonderausgabe zur Buchmesse 1996. Hrsg. v. Gerhard Heimler. Frankfurt am Main: Erin Edition 1996, **S. 5**.

Selling Irish. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 48, November 1980, **S. 203**. [im Text zitiert als BI]

Selling to the diaspora. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 197, September 1996, **S. 205–207**. [im Text zitiert als BI]

Semsek, Hans-Günter: Cead Mille Failte – Hunderttausendmal willkommen. Eine Sprache überlebt. **In:** Magazin Ireland Books Ireland. Sonderausgabe zur Buchmesse 1996. Hrsg. v. Gerhard Heimler. Frankfurt am Main: Erin Edition 1996, **S. 125–126**.

Serving the universal republic of childhood. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 203, April 1997, **S. 84**. [im Text zitiert als BI]

Sharing the risks – and the spoils. Can writers be persuaded to stay with Irish publishers? **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 177, Mai 1994, **S. 113–115**. [im Text zitiert als BI]

Simon & Schuster go to T(H)own. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 230, April 2000, **S. 95**. [im Text zitiert als BI]

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Statistisches Jahrbuch 2001. Für die Bundesrepublik Deutschland und für das Ausland. CD-ROM. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt 2001.

Success and succession. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 246, Januar/Februar 2002, **S. 11–12**. [im Text zitiert als BI]

The Arts Council (Hrsg.): Art Matters. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon, Issue 39, March 2002.

The BA bows out. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 52, April 1981, **S. 51–52**. [im Text zitiert als BI]

„The past was horrific – but it came in handy“. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 252, Oktober 2002, **S. 239–240**. [im Text zitiert als BI]

The publishers are restless. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 255, Januar/Februar 2003, **S. 11**. [im Text zitiert als BI]

The wholesaler that tries harder. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 222, Mai 1999, **S. 127**. [im Text zitiert als BI]

Towards a national bibliography. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 28, November 1978, **S. 173**. [im Text zitiert als BI]

Towards professionalism. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 56, September 1981, **S. 143**. [im Text zitiert als BI]

Triple that. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 51, März 1981, **S. 30**. [im Text zitiert als BI]

Trojan, Andreas: Branchen-Biotop. Warum die Verlagslandschaft Österreichs so vielfältig ist. **In:** Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel. Hrsg. vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V. Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung Nr. 12, 20. März 2003, **S. 45**. [im Text zitiert als Bbl]

Twelve thousand miles. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 120, Januar/Februar 1988, **S. 13**. [im Text zitiert als BI]

von Baratta, Mario (Hrsg.): Der Fischer Weltalmanach 2002. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag 2001.

Webb, Nick: Knott selling well at Waterstone's. **In:** Sunday Independent. Dublin: Independent Newspapers, 10. November 2002.

Weidhaas, Peter (Hrsg.): Auslands-Info für den deutschen Verlagsbuchhandel. Frankfurt: Ausstellungs- und Messe-GmbH des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels.

Whenever green is worn. The story of the Irish diaspora. **In:** Publishers Weekly. New York: Reed Vol. 248 Issue 31, 30. Juli 2001, **S. 72**. [im Text zitiert als Publ W]

Windsor, Gerard: Sentiment and ignorance. **In:** Books Ireland. Hrsg. von Jeremy Addis. Dublin: Addis Nr. 120, Januar/Februar 1988, **S. 9–10**. [im Text zitiert als BI]

Zitzelsberger, Gerd: Globalisierung auf Irisch. Auch viele deutsche Firmen zieht es in die Steuer-Oase. **In:** Süddeutsche Zeitung, 21. Mai 2002, **S. 7**.

Zitzelsberger, Gerd: Eine Woge von Kapital schwappt nach Dublin. Groß-Konzerne entdecken Irland aufs Neue. **In:** Süddeutsche Zeitung, 30. Dezember 2002.

## Ungedruckte/ elektronische Quellen

Bartel, Mechthild: Erfahrungsbericht Wanderausstellung Irland 1999. Frankfurt: Ausstellungs- und Messe GmbH, Internationale Abteilung. [Eigenpublikation, vielfältig]

Beginning a new chapter in Irish publishing – Cork University Press acquires Attic Press. Media Release. <http://www.iol.ie/~atticirl/cup.htm>. Stand: 7. Nov. 2002.

BookScan widens its reach. **In:** TheBookseller.com Informer. TheBookseller.com's weekly pick of news, analysis and opinion. Newsletter, 29. November 2002.

Books face fresh VAT threat. **In:** TheBookseller.com Informer. TheBookseller.com's weekly pick of news, analysis and opinion. Newsletter, 18. Oktober 2002.

Bundesanstalt für Arbeit (Hrsg.): Europa kommt – gehen wir hin! Perspektiven in Europa: Bildung – Ausbildung – Studium. Hochheim am Main: DKF Multimedia 1999.

Central Statistics Office (Hrsg.): Census 2002. Preliminary Report. Dublin:



The Stationary Office 2002.

Clé (Hrsg.): Clé Bulletin. Dublin, September 2002. [Eigenpublikation, vervielfältigt]

Clé (Hrsg.): Copyright Protection of Literary Works. In:  
<http://www.publishingireland.com/>. Stand: 5. Mai 2002.

Conroy O'Neill & Co.: Irish Book Publishing Survey 1992. Dublin: Clé – Irish Book Publishers' Association 1992.

Coopers & Lybrand Corporate Finance: The Future of the Irish Book Publishing Industry. A Strategic Assessment. Dublin: Coopers & Lybrand 1995.

Dunne, John J.: Sixty Golden Years of Dublin Publishing. A History of the Talbot Press. [Dublin: Privatmanuskript 1990.]

Eason & Son Ltd (Hrsg.): Books prohibited in the Irish Free State under the Censorship of Publications Act, 1929. Dublin: Eason & Son Ltd 1935.

EU Memorandum for Lifelong Learning – Report on the Irish Consultation Process, Examples of Good Practice. August 2001. <http://www.entemp.ie/eullirresp1.pdf>.  
 Stand: 23. Januar 2002.

Farmar, Tony: A Brief History of Clé 1970–1995. Dublin: Cumann Leabharfhoilsi-theoirí Éireann, Irish Book Publishers' Association 1995. [Eigenpublikation]

Fishwick, Francis: The Market for Books in the Republic of Ireland. Dublin: Irish Books Marketing Group 1987.

Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998. [Eigenpublikation: Oktober 1998, vervielfältigt]

<http://www.amazon.co.uk>. Stand: 12. Dezember 2002.

<http://www.artscouncil.ie/english.asp?page=organisation/main1a.htm>.  
 Stand: 26. Juni 2002.

<http://www.arts.ulst.ac.uk/academy/hib/links.htm>. Stand: 12. August 2002.

<http://www.bookclubofireland.com/>. Stand: 7. November 2002.

<http://www.booksellers.org.uk>. Stand: 4. Mai 2002.

[http://www.booksellers.org.uk/newlibrary/document\\_view.cfm?document\\_id=206](http://www.booksellers.org.uk/newlibrary/document_view.cfm?document_id=206).  
 Stand: 8. November 2002.

<http://www.carrollheinemann.ie>. Stand: 4. November 2002.

<http://www.childrensbooksireland.com>. Stand: 17. Dezember 2002.

<http://www.cic.ie>. Stand: 13. Januar 2003.

<http://www.columba.ie>. Stand: 14. November 2002.

<http://www.dufoureditions.com>. Stand: 14. November 2002.

<http://www.eason.ie>. Stand: 12. Dezember 2002.

[http://www.eepg.org/Ireland/short\\_d/Folens.htm](http://www.eepg.org/Ireland/short_d/Folens.htm). Stand: 14. Oktober 2002.

<http://www.eurofound.ie/emire/IRELAND/APPRENTICESHIP-IR.html>.  
Stand: 4. Juli 2002.

<http://www.globalbook.net/eire.html>. Stand: 5. Mai 2002.

<http://www.impacdublinaward.ie>. Stand: 21. Februar 2003.

<http://www.irelandliterature.com/about-ile.htm>. Stand: 5. Mai 2002.

<http://www.irishbook.com>. Stand: 7. November 2002.

<http://www.kennys.ie>. Stand: 12. März 2003.

<http://www.merciepress.ie/D&O.html>. Stand: 11. Dezember 2002.

[http://www.nli.ie/fr\\_serv.htm](http://www.nli.ie/fr_serv.htm). Stand: 24. April 2002.

<http://www.nuigalway.ie/enl/>. Stand: 27. Februar 2003.

<http://www.obrien.ie>. Stand: 11. Dezember 2002.

<http://www.pgil-eirdata.org>. Stand: 22. August 2002.

<http://www.publishers.org.uk/paweb/paweb.nsf/pubframe>. Stand: 8. Nov. 2002.

<http://www.publishingireland.com/>. Stand: 18. November 2002 bzw. 26. März 2003.

<http://www.rapidmultimedia.com>. Stand: 10. März 2003.

<http://www.scholastech.ie>. Stand: 10. März 2003.

<http://www.ulst.ac.uk/faculty/humanities/lang+lit/iasil/>. Stand: 22. August 2002.

<http://www.usna.edu/EnglishDept/ilv/doyle.htm>. Stand: 14. März 2003.

<http://www.whitaker.co.uk/whitakerweb>. Stand: 1. März 2003.

ILE (Hrsg.): New Books from Ireland. July–December 2002. Dublin: ILE 2002.

Ireland has capacity to develop a world class digital content industry. Pressemitteilung vom 5. Nov. 2002. <http://www.forfas.ie/>. Stand: 7. Nov. 2002.

King, Jeremiah: King's Irish Bibliography. A Subject Guide to Irish Books. [Dublin: Nation Printing Works] 1903.

Penguin and Hodder Headline launch in Ireland. <http://www.thebookseller.com/news/>. Stand: 20. August 2002

The Arts Council (Hrsg.): Annual Report 1999. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon 2000. [Eigenpublikation, vervielfältigt]

The Arts Council (Hrsg.): Annual Report 2000. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon 2001. [Eigenpublikation, vervielfältigt]

The Arts Council (Hrsg.): Developing Publishing in Ireland / Cothú na foilsitheoireachta in Eirinn. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon 1988. [Eigenpublikation, vervielfältigt]

The Arts Council (Hrsg.): The Arts Plan 2002–2006. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon 2002. [Eigenpublikation, vervielfältigt]

The Publishers Association; General Books Council Statistics Unit; Nielsen BookScan UK (Hrsgg.): Quarterly UK/USA Price Comparison Index September 2002. [Eigenpublikation, vervielfältigt]

The Publishers Association: UK Book Statistics 2002: October 2002. London: The Publishers Association 2002. [Eigenpublikation, vervielfältigt]

UK spend outpaces continent. In: TheBookseller.com Informer. TheBookseller.com's weekly pick of news, analysis and opinion. Newsletter, 15. November 2002.

## Interviews

Barry, Gemma. Vorsitzende Booksellers' Association of Great Britain and Ireland und Geschäftsführerin Dubray Books. Interview mit der Verfasserin in Bray, 25. November 2002.

Higel, Edwin. Verlagsleiter New Island Books. Interview mit der Verfasserin. Dublin, 26. November 2002.

Mac Aodha, Sinéad. Abteilungsleiterin Literatur, The Arts Council. Interview mit der Verfasserin. Dublin, 15. Juli 2002.

Owens, Tom. Geschäftsführer Eason Wholesale. Interview mit der Verfasserin. Dublin, 12. Juli 2002.

Stanley, Fergal. Geschäftsführer Argosy Libraries. Interview mit der Verfasserin. Dublin, 12. Juli 2002.

## E-Mails

Addis, Jeremy <booksi@eircom.net>. 13. Februar 2003. „BIPA“. Persönliche E-Mail (12. Februar 2003).

Barry, Gemma <gembarry@gofree.indigo.ie>. 4. Januar 2003. „RE: Interview from November 2002 – your approval“. Persönliche E-Mail (3. Januar 2003).

Halls, Meryl <meryl.halls@booksellers.org.uk>. 18. Dezember 2002. „RE: List of Irish booksellers.“ Persönliche E-Mail (17. Dezember 2002).

Kirwan, Elizabeth M <info@nli.ie>. 26. Juni 2002. „Re: national bibliography.“ Persönliche E-Mail (26. Juni 2002).

Mahony, Hubert, Hon. Secretary of IEPA <hmahony@gillmacmillan.ie>. 14. März 2003. „Re: Enquiry about IEPA.“ Persönliche E-Mail (7. März 2003).

## Weihnachtsprospekte

Hodges Figgis: The Diamond Collection of Books. Christmas Catalogue. Dublin 2002

Waterstone's Christmas Gift Guide. Reviews by Waterstone's Booksellers from across Ireland and the UK. [Dublin:] 2002

Eason Christmas Gift Collection. [Dublin:] 2002.

## Forschungsliteratur

Barker, R. E.: Books for All. A Study of International Book Trade. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation UNESCO 1956.

Bergmeister, Michael/Smejkal, Wolfgang: Irland. In: BuchMarktBuch. Hrsg. v. Universitätslehrgang Publishing. Krems: Donau-Universität Krems, Kulturwissenschaften 1997, S. 73-81.

Brockhaus – Die Enzyklopädie. In 24 Bänden. 20. überarb. u. akt. Aufl. Leipzig, Mannheim: Brockhaus 1997.

Buchhandlungen im Betriebsvergleich Großbritannien und Irland. Hamburg: Verlag für Buchmarkt-Forschung 1968 (= Berichte des Instituts für Buchmarkt-Forschung, Sondernummer März 1968).

Carlson, Julia; Article 19 (Hrsgg.): Banned in Ireland. Censorship and the Irish Writer. London: Routledge 1990.

Clark, Giles: Inside Book Publishing. 3. Aufl. London, New York: Routledge 2001.

Cullen, L. M.: Eason & Son. A History. Dublin: Eason & Son Ltd 1989.

Goldschmitt, Regina: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. Wiesbaden: Otto Harrassowitz 2000 (= Buchwissenschaftliche Beiträge aus dem Deutschen Bucharchiv 64).

Jäger, Helmut: Irland. Darmstadt: Wiss. Buchges. 1990 (= Wissenschaftliche Länderkunden Bd. 34).

Koßdorff, Felix: Die Republik Irland. Ein europäischer Kleinstaat und seine außenpolitischen Strategien als Mitglied der EU. Wien: WUV 2000 (= Dissertationen der Universität Wien 68).

Lennon, Ann; Jefcoate, G. P.: Irland. In: Severin Corsten u. a. (Hrsgg.): Lexikon des gesamten Buchwesens. 2. völlig neu bearb. Aufl. Stuttgart: Anton Hiersemann 1995. Band IV, S. 34–36.

Meyer-Dohm, Peter; Strauß, Wolfgang (Hrsgg.): Handbuch des Buchhandels in vier Bänden. Hamburg: Verlag für Buchmarkt-Forschung 1974.

Pollard, Mary: Dublin's Trade in Books 1550–1800. New York: Oxford University Press 1989.

Roller, Arndt: Multinationale Unternehmen in Irland. Staatliche Strategien und volkswirtschaftliche Effekte. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag/Gabler 1999.

Taubert, Sigfred: The Book Trade of the World I. Europe and International Section. Hamburg, London, New York: Verlag für Buchmarkt-Forschung 1972.

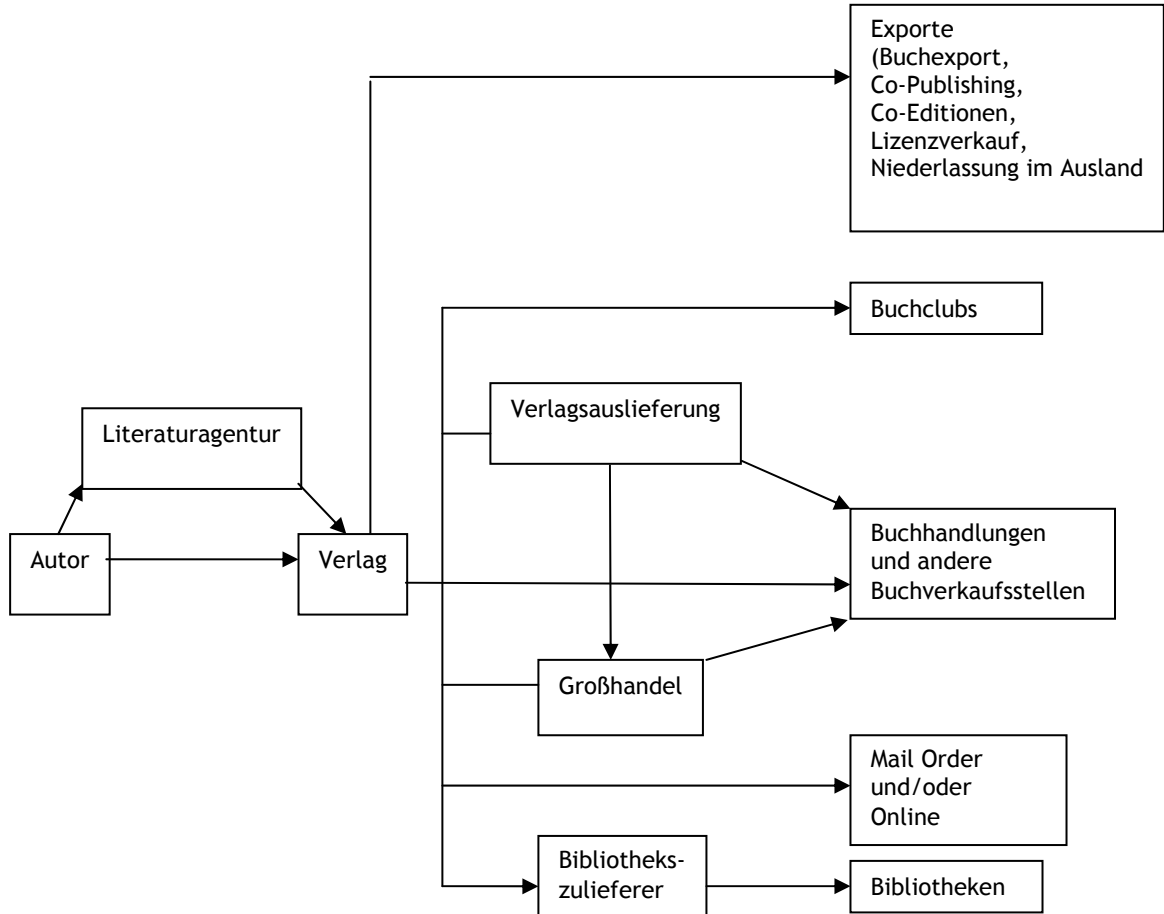
The Euromonitor Book Readership Survey. London: Euromonitor 1975.

The Euromonitor Book Report 1993. London: Euromonitor 1993.

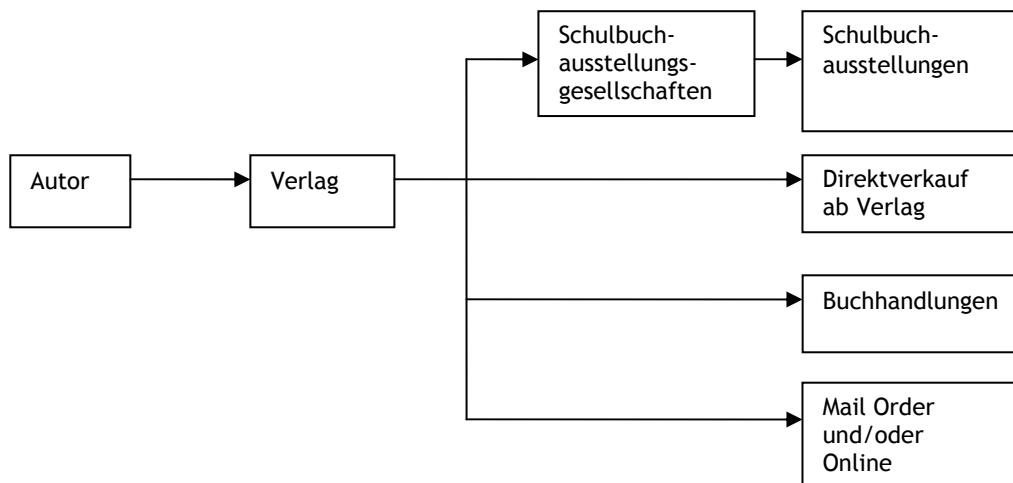
The Euromonitor World Book Report. World Book Markets. London: Euromonitor 1992.

# Anhang I Struktur des irischen Buchmarkts

## General Trade-Markt



## Lehrbuchmarkt



In Anlehnung an: Coopers & Lybrand Corporate Finance: The future of the Irish book publishing industry. Dublin: Coopers & Lybrand 1995. Exhibit 4A und 4B, S. 4.2f. und 4.13f.

## Anhang II The Arts Council – Budgetverteilung 2002

Zuschüsse in der Kategorie ‚Publisher and Publications‘	Betrag in €
Carysfort Press	18.000
Cló Iar-Chonnachta	44.000
Cois Life	21.500
Coiscéim	19.000
Cork University Press	19.000
Dedalus Press	40.632
Fish Publishing	6.500
Gallery Press	116.816
Gandon Editions	124.500
Lilliput Press	65.000
Marino Books	26.500
Mount Eagle Publications	36.000
New Island Books	65.000
O’Brien Press	38.000
Salmon Publishing	38.000
Literaturzeitschriften bzw. Zeitschriftenverlage akkumuliert (darunter <i>Books Ireland</i> mit 19.000 €)	277.539
<i>Gesamt</i>	<i>955.987</i>

Zuschüsse an buchmarktrelevante Organisationen/Institutionen	Betrag in €
Poetry Ireland	268.500
Childrens’ Books Ireland (CBI)	194.000
Ireland Literature Exchange (ILE)	182.000
Irish Writers’ Centre (IWC)	149.000
CLÉ	29.000
<i>Gesamt</i>	<i>822.500</i>

In Auszügen aus: The Arts Council (Hrsg.): Art Matters. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon, Issue 39, March 2002. S. 6 und S. 8.

## Anhang III Titelproduktion

Jahr	Neu- erscheinungen	Verlage	Anmerkungen	Quelle
1977	679	341	Zahlen gelten für Republik und Nordirland.	Towards a national bibliography. In: BI Nr. 28, November 1978, S. 173. (auf IPR berufend)*
1978	853	308	65 % der Verlage sind in Dublin, 15 % in Nordirland ansässig.	An iniquitous Act. In: BI Nr. 36, September 1979, S. 129. (auf IPR berufend)
1979	774	294		For the record. In: BI Nr. 46, September 1980, S. 157. (auf IPR berufend)
1980	745			Towards professionalism. In: BI Nr. 56, September 1981, S. 143. (auf IPR berufend)
1982	744	281		Farrar, Tony: For the record. In: BI Nr. 80, Januar/Februar 1984, S. 10. (auf IPR berufend)
1983	817			A dive for literature. In: BI Nr. 86, September 1984, S. 147-148. (auf IPR berufend)
1984	781			Another year. In: BI Nr. 96, September 1985, S. 135. (auf IPR berufend)
1985	855			Addis, Jeremy: Book prices – up or down? In: BI Nr. 106, Sept. 1986, S. 162-163. (auf IPR berufend)
1986	976	378	Inkl. 89 irischsprachige Publikationen.	Irish Publishing Record 1986. Dublin: UCD 1987. Introduction.
1991	710	54	6.626 lieferbare Titel.	Conroy O'Neill & Co.: Irish Book Publishing Survey 1992. Dublin: Clé 1992. S. 7. (alle Angaben nur zu den in der Studie untersuchten Verlagen)
1993	ca. 1.900		Printed Matter (exkl. Regierungspublikationen) aus der Republik + Nordirland.	Coopers & Lybrand Corporate Finance: The Future of the Irish Book Publishing Industry. Dublin: Coopers & Lybrand 1995. S. 4.1. (auf IPR NLI berufend) **
1994	790		6.540 lieferbare Titel, davon sind 67 % dem Sektor General Trade zuzuordnen.	Coopers & Lybrand: The Future of the Irish Book Publishing Industry S. 1.12 bzw. 5.11. (alle Angaben beruhen auf Schätzungen; „based on industry estimates“)
1997	841		7.375 Titles in print	Horwath Bastow Charleton: Irish Book Publishing Survey 1998. [Eigenpubl.: Okt. 1998] S. 4. (alle Angaben beruhen auf Schätzungen)
1999	2.825		1.665 Pflichtex. erhalten (ohne Nordirland), NLI geht von tatsächlichen 2.825 Ex. aus.	Addis, Jeremy: Twenty-five years on. In: BI Nr. 238, März 2001, S. 45-46. (auf NLI berufend)

\* Books Ireland übernimmt nicht die Originalzahlen des Irish Publishing Record IPR (manchmal sind sie dort im Vorwort in Form einer Liste der Warengruppen angegeben), sondern scheint doppelte Nennungen (in den verschiedenen Warengruppen) herauszurechnen.

\*\* Ab 1989 wird der IPR nicht mehr vom University College Dublin UCD, sondern von der National Library of Ireland NLI erstellt; damit ändert sich das Erhebungsverfahren.



## Anhang IV Unternehmensprofile – eine Auswahl

### Verlagsprofile

#### BRANDON BOOKS

Zusätzliches Imprint seit 1997: Mount Eagle Publications

Ort: Cooleen, Dingle, County Kerry

Internet: [www.brandonbooks.com](http://www.brandonbooks.com)

144 lieferbare Titel (*Cló Irish Books in Print*, November 2002)

Steve MacDonogh, in den 70er Jahren an der Verlagskooperative WRITERS' CO-OP beteiligt, gründete 1982 in der westirischen Provinz den Verlag BRANDON BOOKS. Der Verlag für Belletristik und Sachbuch ist bekannt für kontrovers diskutierte politische Themen, u. a. die Autobiographie des Nordirlandpolitikers und mit der IRA in Verbindung stehenden Gerry Adams. Verlagsleiter MacDonogh kämpfte im Rahmen seiner Adams-Bücher für eine liberalere Meinungs- und Pressefreiheit; Gerry Adams unterlag der Zensur des Rundfunkgesetzes, welches Interviews mit Mitgliedern terroristischer Vereinigungen verbot.

[Vgl. u. a. MacDonogh, Steve: *Open Book. One Publisher's War*. Dingle: Brandon 1999.]

#### GILL & MACMILLAN

Ort: Dublin

Zusätzliche Imprints: Newleaf (Gesundheit) und Gateway (Esoterik)

Internet: [www.gillmacmillan.ie](http://www.gillmacmillan.ie)

602 lieferbare Titel (*Cló Irish Books in Print*, November 2002)

GILL & MACMILLAN, der größte Verlag Irlands, entstand 1968 aus dem Zusammenschluss von M. H. GILL & SON aus Dublin (gegründet 1856) und dem Londoner MACMILLAN-Verlag (gegründet 1843), wobei eine redaktionelle und finanzielle Unabhängigkeit verankert wurde. Der Schwerpunkt liegt bei Schulbüchern; daneben gibt es aber eine umfangreiche Sachbuchsparte aus verschiedenen Gebieten (Biographie, Geschichte, Religion, Kochbuch etc.). 1995 erwarb die Verlagsgruppe GEORG VON HOLTZBRINCK die Mehrheitsaktien von MACMILLAN; durch die in Familienhand verbliebenen Mehrheitsaktien von GILL ist der Verlag allerdings privat geblieben.

[Vgl. u. a.: *Magazin Ireland Books Ireland*. Sonderausgabe zur Buchmesse 1996. Hrsg. v. Gerhard Heimler. Frankfurt am Main: Erin Edition 1996. S. 85.]

#### MERCIER PRESS

Zusätzliches Imprint seit 1994: Marino Books, Dublin

Ort: Cork

Internet: [www.mercier.ie](http://www.mercier.ie)

497 lieferbare Titel (Mercier: 412, Marino: 85. *Cló Irish Books in Print*, Nov. 2002)

Offizier John Feehan begann 1944 mit dem Verlegen als Nebenbeschäftigung; erst 1949, als Mercier 12 Titel jährlich herausbrachte, verließ Feehan die Armee und machte sich selbstständig. Nachdem Mercier die Spezialisierung auf Religion aufgab, wuchs der Verlag zu einem großen Publikumsverlag heran. MERCIER einer der ältesten unabhängigen und gleichzeitig einer der wenigen großen, nicht in Dublin ansässigen Verlage. Verlagschwerpunkte ist, neben Religion, Irish Interest. Zu seinem 50-jährigen Bestehen gründete MERCIER mit MARINO BOOKS eine Tochtergesellschaft in Dublin mit dem Schwerpunkt auf Zeitgeschehen.

[Vgl. u. a.: *Interpreting the Irish*. The Mercier Press looks back on fifty years of publishing. In: *BI* Nr. 177, Mai 1994, S. 116–117.]

## **NEW ISLAND BOOKS**

Ort: Dublin

Internet: [www.newislandbooks.ie](http://www.newislandbooks.ie)

147 lieferbare Titel (*Cló Irish Books in Print*, November 2002)

NEW ISLAND entsprang 1992 aus der Umstrukturierung des kleinen Lyrikverlags RAVEN ARTS PRESS (gegründet 1979). Dessen Verleger, der Novellist und Dramatiker Dermot Bolger, wollte sich zu Gunsten seiner schriftstellerischen Tätigkeit aus dem Tagesgeschäft des Verlags zurückziehen. Edwin Higel, irischer Verlagsrepräsentant von REED CONSUMER BOOKS, und Fergal Stanley, heute Geschäftsführer von ARGOSY LIBRARIES, wurden als Partner engagiert und der Verlag als Zeichen der Programmänderung umbenannt. Neben dem ehemaligen RAVEN ARTS-Programm (Dramen, Lyrik) verlegt NEW ISLAND Belletristik (von Essays bis Unterhaltungsliteratur) und Sachbücher.

[Vgl. u. a.: Interview Edwin Higel.]

## **O'BRIEN PRESS**

Ort: Dublin

Internet: [www.obrien.ie](http://www.obrien.ie)

452 lieferbare Titel (*Cló Irish Books in Print*, November 2002)

O'BRIEN PRESS, der 1974 von Michael O'Brien aus der Familiendruckerei/-setzerei heraus gegründete Verlag ist der größte Kinderbuchverlag der Republik; daneben verlegt O'BRIEN als kommerzieller Publikumsverlag auch Biographien und Wirtschaftsliteratur. O'BRIEN ist einer der wenigen Verlage, die sich permanent im Auslandshandel engagieren und betreibt dementsprechend ein umfangreiches Lizenzgeschäft.

[Vgl. u. a.: <http://www.obrien.ie>. Stand: 11. Dezember 2002.]

## **SALMON PUBLISHING**

Ort: Knockeven, Cliffs of Moher, County Clare.

Internet: [www.salmonpoetry.com](http://www.salmonpoetry.com)

147 lieferbare Titel (*Cló Irish Books in Print*, November 2002)

Der 1981 von Jessie Lendennie gegründete Verlag veröffentlichte zunächst nur die Lyrikzeitschrift ‚The Salmon‘ (benannt nach dem ‚Lachs der Weisheit‘ in der keltischen Mythologie) und später Lyrikbände. Der engagierte Kleinverlag an der Westküste Irlands fördert junge und unbekanntere Autoren durch Veröffentlichungen, Workshops und Preise. 1995 wurde Salmon durch eine Eigentumsbeteiligung des Publikumsverlags POOLBEG vor einer Verlageinstellung bewahrt. Lendennie erhält den Verlagsbetrieb nach Kürzungen der Arts-Council-Unterstützung u. a. mittels einer ‚Fundraising-Tour‘ durch die USA aufrecht.

[Vgl. u. a.: ... and a curious marriage. In: BI Nr. 185, April 1995, S. 75.]

## **Großhändler**

### **EASON WHOLESAL**

Ort: Dublin

Lagerumfang: 52.000 Titel

Internet: [www.easonwholesale.com](http://www.easonwholesale.com)

Das Großhandelsunternehmen entsprang, wie auch der EASON Einzelhandelszweig, den irisch basierten Geschäftstätigkeiten W. H. SMITH'S. Zunächst stand der Zeitungsvertrieb im Zentrum des Geschäfts; durch eine Vertriebsvereinbarung mit Eisenbahnbetreibern konnte W. H. SMITH sich sowohl bei Bahnhofsbuchständen („Bookstalls“) als auch als Grossist schnell durchsetzen. 1886 verkaufte W. H. SMITH seinen irischen Geschäftsbe- reich an den damaligen Bereichsleiter, Charles Eason. Dieser baute in den 30er Jahren den Buchvertrieb aus. In den 50er Jahren machte der Zeitungs- und Zeitschriftenvertrieb noch das Hauptgeschäft aus, doch mit dem Aufbau eines spezialisierten Buchvertriebsbü- ros konnte sich EASON auch im aufkommenden Buchgroßhandel etablieren. Während der Zeit der Leihbüchereien war EASON überwiegend Distributionspartner der Leihbibliothe- ken; später, mit Aufkommen der Taschenbücher, Partner der Buchhandlungen. Bis heute hat sich das Geschäftsvolumen des Großhandels, parallel zur Erweiterung des Einzelhan- delsfilialnetzes, permanent weiterentwickelt, sodass EASON im Buchgroßhandel eine do- minante Stellung einnimmt. EASON betätigt sich für eine wenige Verlage auch als Ver- lagsauslieferung.

[Vgl. u. a.: Cullen, L. M.: Eason & Son. A History. Dublin: Eason & Son Ltd 1989.]

### **ARGOSY LIBRARIES**

Ort: Dublin

Lagerumfang: 15.000 Titel

Internet: [www.argosy-libraries.ie](http://www.argosy-libraries.ie)

Der zweitgrößte irischer Großhändler entsprang dem von John McCourt betriebenen Leihbibliotheksgeschäft. Mit dem Rückgang der Leihbibliotheken durch die Taschenbuch- revolution in den 60er Jahren verlagerte sich ARGOSY auf Großhandelstätigkeiten. Irene Stanley, die Tochter McCourts, expandierte das Unternehmen u. a. durch den Kauf kleinerer, teilweise nur regional tätigen Großhandelsunternehmen. Argosy besitzt ca. 10 % Anteil am irischen Großhandelsumsatz und ist der größte vom Einzelhandel unab- hängige Großhändler.

[Vgl. u. a.: The wholesaler that tries harder. In: BI Nr. 222, Mai 1999, S. 127.]

### **ÁIS**

Ort: Dublin

Lagerumfang: 3.000 Titel

Die staatliche Distributionsagentur nahm als Abteilung der Behörde „Foras na Gaeilge“ 1982 ihren Betrieb auf. Abgesehen von einigen wenigen Buchhandlungen in den größten Städten waren irischsprachige Bücher im allgemeinen Sortiment bis dahin kaum vertre- ten. ÁIS, der einzige auf irischsprachige Titel spezialisierte Vertrieb, kann fast 99,5 % aller irischsprachigen Titel liefern. Größter Vertragspartner ist der Lehrbuchverlag AN GÚM; ca. 100 Verlage haben nur ein Titel im Programm. ÁIS vertreibt exklusiv und bietet daneben für Verlage Serviceleistungen wie Clearing und kollektive Marketing- und Werbemaß- nahmen an. Auch im Exportgeschäft ist ÁIS tätig: 1995 erwirtschaftete die Agentur ca. 20 % ihres Umsatzes außerhalb Irlands.

[Vgl. u. a.: O'Boyle, Seán: ÁIS arís. In: BI Nr. 107, Oktober 1986, S. 177/S. 203.]

## **Buchhandlungen**

### **EASON'S**

Ort: Dublin (Hauptsitz)  
Internet: [www.eason.ie](http://www.eason.ie)

W. H. SMITH legte mit Buchverkaufsständen auf Bahnhöfen den Grundstein für das spätere Einzelhandelszweig seines Geschäftsnachfolgers EASON. Der aufkommende Individualverkehr führte in den 70er Jahren zu der Auflösung aller Bookstalls; der eigentliche Bucheinzelhandel entwickelte sich bei einem vorherigen Fokus auf Großhandelstätigkeiten erst ab den 60er Jahren. Die Eröffnung von Buchhandlungen in Cork (1963), Dun Laoghaire (1966), Limerick (1970) und Belfast Ann Street (1971) veränderte die Unternehmensstruktur: Neben Zeitungs- und Zeitschriftenvertrieb sowie Buch- und Schreibwarengroßhandel erwirtschaftete der Bereich Einzelhandel in den 70er Jahren fast die Hälfte des Gesamtumsatzes. EASON'S übernahm 2001 den Konkurrenten ,NORTHERN PUBLISHING OFFICE'S' mit 16 Ladengeschäften in Nordirland und stärkte damit seine führende Marktposition.

[Vgl. u. a.: Cullen, L. M.: Eason & Son. A History. Dublin: Eason & Son Ltd 1989.]

### **HANNA'S BOOKSHOP**

Ort: Dublin  
Internet: [www.eason.ie](http://www.eason.ie)

Von Fred Hanna 1910 gegründet, ist HANNA'S eine der Traditionsbuchhandlungen von Irland. Am Eingang des Trinity College gelegen, war die Buchhandlung schon immer auf akademischen Bedarf ausgerichtet. Obwohl WATERSTONE'S unweit seine Filiale eröffnete, bedeutete die britische Konkurrenz keine akute Existenzbedrohung, da auf irischem Boden die Preisnachlasse keine extremen Ausmaße annahmen. Enkelsohn Fred Hanna verkaufte das Geschäft 1999 wegen fehlender Nachfolge an EASON'S. Dieser fügte HANNA'S zwar in das Corporate Identity seiner Kette ein, behielt aber mit dem Namen auch das akademische Sortiment bei.

[Vgl. u. a.: Fred, the doyen bookseller, looks back. In: BI Nr. 223, Sommer 1999, S. 171.]

### **HODGES FIGGIS**

Ort: Dublin

1768 gegründet, besitzt die inzwischen zu WATERSTONE'S gehörige Buchhandlung mit Abstand die am besten sortierte Irish Interest-Abteilung in Irland. HODGES FIGGIS wurde zunächst von DILLON'S übernommen und gehörte damit wie Waterstone's zur HMV Gruppe. DILLON'S und WATERSTONE'S fusionierten schließlich 1998. HODGES macht einen Umsatz in der Größenordnung der drei irischen WATERSTONE'S-Filialen zusammen und zählt damit zu den fünf stärksten Filialen des gesamten WATERSTONE'S-Unternehmens. Hodges betreibt dabei eine von den üblichen WATERSTONE'S-Filialen losgelöste Preis- und Einkaufspolitik.

[Vgl. u. a.: Webb, Nick: Knott selling well at Waterstone's. In: Sunday Independent. Dublin: Independent Newspapers, 10. November 2002.]

## Anhang V Interviews

**Sinéad Mac Aodha**  
Literature Officer The Arts Council  
Dublin, 15. Juli 2002

SM: Do you know when you started to subsidize publishing?

SMcA: Around about 1970 the Arts Council became involved because it was obvious that there was a need to develop the literary industry. This is a difficult position to adopt because any of the publishers that we have been supported carry very mixed lists. And obviously not all of the titles they were publishing were of interest or were appropriate for the Arts Council to support. And so a policy had to be developed. Prior to the 1970s I think books were supported on a title-by-title occasional basis. In the 1970s very definite strategies were put in place. For example, a positive drive was developed in relation to children's publishing. A number of children's publishers were given significant funding – relative to the Arts Council's budget and relative to their state of development – to enable children's publishing to develop.

SM: So you not only gave grants for special titles but for the publishing house?

SMcA: For staff, marketing, editing: the entire publishing process.

SM: You didn't link it to a certain type of achievements they had to obtain?

SMcA: Yes and no. The Arts Council would examine the proposals from the publishing houses and encourage them to put forward a list of a certain number of titles or to use a range of writers or to go into certain directions. They pushed for example as many of the publishing houses as possible to go to Frankfurt.

SM: Is there a difference in the way of supporting publishers over the years?

SMcA: Yes, I think now it's much more targeted. The pressures on the Arts Council's own budget have increased. Although funding overall to the Arts Council increased, the number of the areas in which the Arts Coun-

cil has become involved has expanded dramatically. So suddenly literature was competing not just with the core art forms – visual arts, music, drama –, but also with things like community arts, architecture, and a huge focus on dance. There was also a shift in policy with regard to how we negotiate with clients; it became much more directive. Some organisations in the past would have received money, would have negotiated for that money in the beginning of the year and might not have been in contact with the Arts Council again until it was time to come to look for another grant. A classic case would be in relation to poetry. We actively encourage the poetry publishers to publish fewer titles and to increase the spend per title, but some of the publishers resent this. It's our firm belief that if the spend could be increased per title everyone would benefit, that it would benefit the poet, the publisher, and it would also increase sales. But giving this direction is quite difficult to enforce because of the scale of operation. There is just me and half an assistant to support literature; not just publishing but writers, literary journals, literary festivals.

SM: How do you cooperate with the publishers in general?

SMcA: We're becoming more and more focused just on literary publishing. I think indigenous fiction-publishing has largely failed. And so most of the publishers we deal with are doing quite a lot of literary titles now but they're not doing as much commercial work. So they depend a lot on the subsidy. It also means that it's easier to negotiate with them because they depend so much on us. We've for example been encouraging the development of works in the fields of drama, cultural and literary criticism. We know that those titles simply would not appear on the market without our support. And so it becomes a much more a cooperative venture.

SM: Do you work mostly with the same publishers?

SMcA: Mostly. Although there has been some changes in the past couple of years. Two publishers have ceased trading: Attic Press and Wolfhound Press. We've also stopped dealing with Poolbeg because we

decided that they were simply too commercial. The return for us wasn't there. Originally we stopped funding their adult titles and then we stopped funding altogether. And within a year they stopped publishing children's books. They claimed that without subsidy it wasn't possible. Given the state of their adult activities it would have been quite possible, had they wanted to, because they have quite a vibrant commercial level of activity. They publish Cathy Kelly and other commercial women's fiction. So the fact that they stopped publishing children's literature is unfortunate but I don't think it's because the Arts Council couldn't afford to keep on funding them but it's simply because they chose not to.

SM: I had a look through your new *Arts Plan*. You say you want to increase the audience for literature and you want to measure your success with a system for tracking trends in Irish bookselling. How should that work?

SMcA: What we discovered is that it's virtually impossible to get precise statistics in relation to Irish publishing. The statistics that are available are quite unreliable and they are very conflated. So if you actually want to know how many poetry titles you've sold, it's almost like counting beans. What will happen is that through Clé a system will be devised probably with the help of one of the English data collection and book services, and a closer cooperation with the booksellers. Interestingly, when I was talking to people in the Booksellers' Association, they said this data will be very nice to have, but somebody will have to pay for it, and it's not that relevant for them. The big problem I suppose is that a bookshop is interested not in the precise level of sales that are coming from Irish sources but in the global figures. But precise statistics would be very useful to the Arts Council, to the publishers in Ireland and possibly even to the publishers in Britain.

SM: But you don't have any detailed plans by now?

SMcA: Except that we have spoken to the Irish Book Publishers' Association and they are working on it.

SM: You say you want more cooperation of the Irish publishers and to do more literary

work overseas. How do you think this is realizable? Do you have any success by now?

SMcA: Not yet. I suppose one of the ways will be to become more involved in literary festivals abroad. Ireland so far has a very ad hoc relationship with literary festivals, but there is no reason why the Irish book publishers couldn't showcase their work internationally. Like the Schwerpunkt in Frankfurt, but perhaps on a smaller scale. At the moment it seems to depend on invitations from abroad and the publishers aren't involved.

SM: Do you work closely together with Clé?

SMcA: Fairly closely. Their remit is broader in some senses because they have about 50 members while we're funding about ten publishers. We're only interested in the literary end.

SM: In the section 'Implementation' of your new *Arts Plan* you say you want to transfer the Arts Council into an agency for developing the arts. What does it mean in detail?

SMcA: A development agency for the arts means that we enable people to become self-starters. We don't just want to be a bank machine that dispenses cash, we also want to provide advice and encouragement. And in some ways it has already started happening. Some of the literary publishers, it seemed to me, needed additional staff. So three of them were provided additional funding in marketing/ PR; dedicated staff who didn't have to look after production, or editing. It really worked very well. The publishing houses have had significant increases in media coverage and in sales.

SM: Do you have any example of a title you subsidized which turned out as a bestseller in its field?

SMcA: Probably something like *Lady Gregory's Toothbrush* by Colm Tóibín. He is normally published in London, but he published this book with Lilliput Press and it has been a huge success. A book in drama called *Druids, Dudes, and Beauty Queens* was successful. We're talking of a smallish print run, but just relative to what it would have been without the dedicated PR staff, it's two or three times better. The point is that this strategy also benefits books which are not necessarily

on our list as the kind of books we should be supporting. Because obviously the publishing house feel somebody is there so they can promote other titles as well.

SM: Talking about Colm Tóibín and bringing him back to an Irish publisher: Can you say you achieved that with more authors?

SMcA: You can achieve that on a case-by-case basis but I don't think you can actually bring people back. You can bring people back for a title provided you do a good-enough job and the word goes out that you are capable of doing something locally that will result in sales and in good PR. There is no point in attempting to compete with the multinational media houses. I think it's a wasted effort at this point. There are a few brave souls who attempt it but it's heartbreaking work. What happens is that inevitably the authors move on. And I don't think that is going to change. It's interesting that it is generally the same experience in Scotland – people moving down to England. Although possibly because Scotland is part of the landmass, so in terms of agents and networks and chains of bookshops and transport it does seem to be working a little bit better there.

SM: You say in your *Arts Plan* that you act on the findings of customer surveys. Who is your customer in this sense?

SMcA: Readers. We want to persuade people to read more intelligently. It's a huge aspiration, but even if that happens on a small scale we would achieve something. We are aware of the fact that a lot of people read quite regularly. But they read works which aren't very stimulating and tend to be the same kind. So we've developed a number of initiatives on a pilot basis that hopefully we can modify and expand in cooperation with the Library Council. We run projects around the country in different library authorities with reading facilitators, or in small rural areas as in Leitrim we had reading groups.

SM: In your *Arts Plan* from 1999 there is a section on 'Aosdána'. Can you tell me more about it?

SMcA: It's the Academy of Irish Artists. It is most unusual in that admission to it is by peer election. What it's fascinating about it that it is an attempt by the state to provide

recognition to artists. Writers who belong to it can apply and be means tested. If they are successful they can be offered an annual stipend that is tax free and that lasts for five years at a time, but which is renewable.

SM: Who is entitled to elect?

SMcA: The people who are already in the organisation. Originally the government, through the Arts Council, nominated fourteen writers; there are about 180 now and there will be a ceiling by 200. We mentioned Colm Tóibín, he is a member, and John Banville. It's a very fine concept and it is good that writers, particularly writers in their middle years who may not be getting attention, are recognised in this way. It has provoked quite a lot of controversy because not all the artists are very active. The question of peer election is particularly controversial. But it is a model which other European countries are fascinated by and approve of. The Arts Council, at arm's length, provides an administrative service to Aosdána although the two are not synonymous.

SM: Talking about other countries: do you cooperate with other departments of foreign countries? Do you learn from them how to subsidize or teach them how you do it?

SMcA: Yes, but probably not enough. As I said earlier there is me and half an assistant so that makes it difficult to get abroad to meet people. There is a network of literature directors on these islands called the Celtic Quartet. Which makes it a little bit difficult for England, but England is also part of it, so it's really a Celtic quintet. The literature officers try to meet once a year formally and exchange views and information. Within the EU, contact is relatively little, possibly because it's so different in other countries. Of course one of the most important aspects of our work in terms of book promotion is funding through the Ireland Literature Exchange. That allows books to reach European and international audiences. I go to Frankfurt and I would be in contact with some international book festivals.

SM: I found in your first *Arts Plan* that you want to implement a major north-south initiative in literature. Did that happen?

SMcA: At the time that *Arts Plan* has been written so much was going on in the background in terms of political initiatives: the Anglo-Irish Agreement, the referenda, all that. I think the day for that major north-south initiative is probably gone. However there is one very interesting north-south initiative which has happened really in the term of that plan. That was the establishment of the Ireland Chair of Poetry. Which is a north-south initiative and which was established through Seamus Heaney winning the Nobel Prize. That is a rotating chair every three years. A poet is nominated by a trust in which the Arts Council is involved. The first poet was John Montague, the second Nuala Ní Dhomhnaill. The person spends a year in Queens University in Belfast, a year in UCD and a year in Trinity College.

SM: Do you still work together with other state departments?

SMcA: No. The Irish Export Board doesn't seem to be interested to continuing to work with the Arts Council, possibly because the Arts Council defined its policies through literary works and didn't represent the entire sector. I also think that the Irish Export Board, now called Enterprise Ireland, looked at the figures and decided that there wasn't enough money in it. They were probably very wrong because the most recent statistics from Europe show that bookselling actually results in greater level of return than film. So they stopped being involved in subsidizing trade initiatives. The IDA also backed away. What did happen is that Clé did secure funding for training from the Department of the Environment. They have a training programme for publishers with quite a high level of success. That was one thing to happen but other than that they just ceased to be interested.

SM: Do you think at some stage in the future Irish publishing won't need any more subsidizing? Do you think Irish publishers might be able to support themselves?

SMcA: I think there will always be a need for subsidy. I would like to see the day when the subsidy would be for works of a very excep-

tional nature. Ireland has a tiny population and it is very important that there will be works that reflect the reality of this country. And that may not be of great interest to people elsewhere. I think it is incumbent on our state to support high quality works of literature. Particularly in the fields of poetry, literary criticism and drama. Because those are the areas that are most vulnerable. They are almost a luxury, they are something a civilised society must have. And they need to be protected. I would like to see fewer books published to a higher standard. Particularly editing but also the actual design for the book, the finish of the book and the marketing and PR. One of the big problems identified by the Coopers & Lybrand report was the need to plan in terms of succession, and that hasn't been happening. That's an area where the Arts Council can play a role; but the publishers concerned are independent private entities, and so the level of direction can only go so far. If somebody wants to stop publishing and close up house after ten years of receiving Arts Council grants there is very little that the Arts Council can do about it. What remains – hopefully – is a series of high quality books. Ideally, if we can encourage or persuade the publishers there will also be, as part of their legacy, other well-trained editors and publishers to fill the gap.

SM: Thank you very much for the interview.

erwähnte Literatur:

Annual Report 1999. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon 2000.

Art Matters. Issue 39. Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon March 2002.

Bolger, Dermot: *Druids, Dudes, and Beauty Queens. The Changing Face of Irish Theatre.* Dublin: New Island 2001.

*The Arts Plan. A Midterm Review.* Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon 1997.

*The Arts Plan 2002-2006.* Dublin: The Arts Council/An Chomhairle Ealaíon 2001.

Tóibín, Colm: *Lady Gregory's Toothbrush.* Dublin: Lilliput 2002.



**Gemma Barry**  
**Managing Director Dubray Books/  
President of the Booksellers' Association  
of Great Britain and Ireland**  
**Bray, 25. November 2002**

SM: Do you know how many titles an average independent bookshop and chain stock?

GB: I don't really, but you could say somewhere between 20.000 to 50.000 books for an independent and then double or treble that for a chain. Some of the chains actually claim that they stock staggering amounts, but I don't think that that's actually true. And also there is a definite movement away from carrying a huge number of titles because they are discovering that it is not very cost-effective to do so.

SM: So you think that the independent bookshops don't stock as much as chains?

GB: Oh definitely not because of space constraints.

SM: How many do Dubray book shops stock?

GB: I'd say we stock around 40.000 or 50.000 in our shops.

SM: Do you know how much shares do bookshops in Ireland have of the whole bookshop market –

GB: Of the Irish and UK market? It's about 5 % of the total market.

SM: – and the shares of the independent bookshops compared to the chains?

GB: That I don't know. There are more independents than chains, definitely. I know that Dubray bookshops have about 15 % of the Irish market. There are few chains in Ireland. Eason's is the only real chain. Waterstone's, Hughes and Hughes, O'Mahony's, The Book Centres and ourselves all have a number of shops each. The market here is very small compared with the UK.

SM: Did Waterstone's make independent bookshops close in a big way?

GB: No. When Waterstone's came into the Irish market, independents responded by becoming more professional. The only independent bookshop that closed that was located anywhere near Waterstone's was Fred Hanna, and that was a long number of years after Waterstone's opened. In fact, the arrival of Waterstone's stimulated trade, if anything.

SM: Do you think any other English chain would make their way to the Irish market at all?

GB: They are always looking. And someone will come in, sooner or later. There aren't many places for them to go because they want to open big shops and most of the towns in Ireland are too small to support a big shop. And the other thing about Ireland is that the independent bookshops that are here tend to be in prime retail sites whereas in England the independents are all in secondary sites, so the primary site is left open for a chain to come in. But if they want to come in to a primary site here they are coming in direct competition to an independent. And if it is a good independent there just may not be room for the two of them. But no doubt somebody will come, and Dublin could probably support a superstore.

SM: What's your guess, who is coming?

GB: There is a different rumour every week. But there are still quite a lot of opportunities in the UK, so they won't really move here until those opportunities have been used up. Now that the Celtic Tiger has died down it won't be as attractive so we may escape for another few years.

SM: Do Dubray bookshops do centralized buying like the big chains?

GB: We don't really. Certainly on a big title what we tend to do would be to buy extra stock – we have some warehouse in Bray – so we would buy extra stock into the warehouse and our shops could draw from there as necessary. But our shops really are responsible for their own buying. I think Hughes and Hughes operate similarly. However, they rely a lot on wholesale supply while we buy most of our books directly from publishers.

SM: Are there any Irish-based online bookshops at all?

GB: There are, yes; a lot of the shops have an online section. The most successful online Irish bookshop is Kenny's in Galway. Kenny's really developed into online from mail order. They had a big mail order business before online ever came into being. So it was a very natural progression for them. Other than that most of the shops have small sites but nothing to get excited about. And there is no Amazon-like company that operates exclusively online.

SM: What about book clubs?

GB: There is the Book Club of Ireland and there is another small schools book club aimed at children's books. Book Clubs don't have the same impact on the market here as they would have in the UK. The Book People also operate here. They are a very big organisation and they go around they're selling to factories and to people in the work place. They are very successful and they are growing strongly. Book Clubs are not such a major issue here. I think probably because most people are within easy access to a bookshop, so that they can just go out and buy a book when they need one. Whereas, in other countries the nearest bookshop might be a considerable drive away. In Ireland you are never very far from somewhere, no matter where you are.

SM: Let's come to the Booksellers' Association now. Do you think many bookshops in Ireland are members of the BA and if yes, what are the reasons for them?

GB: If you want to sell book tokens you have to be a member of the Association. I think a lot of people also join to use it as information and networking resource. Our conference is held every second year, so you want to it if you want to keep up to date with what is happening in the trade and it is also useful for meeting other people. There is an Irish branch of the UK Association and the branch meets on a monthly basis. Eason's is always involved with the Irish branch and is very supportive of it. Being a member of the Association gives you an opportunity to be involved in things like the organisation of events such as Children's Book Festival and World Book Day. It means you're not trying

to do everything on your own, there is group support and PR campaigns behind you. The Association has been there for over one hundred years and the majority of bookshops have always belonged to it.

SM: Are there wishes about building up an independent Irish Bookseller's Association?

GB: No, there would be no point here. One of the strengths of the Association is that it represents everybody. I know in the USA there has been a big split between the independents and the chains. However, we believe that when you're going to lobby government for something it's much better to say: "we represent the entire book trade". So we have always tried to acknowledge the fact that chains and independents have different needs but we try to provide them through the same organisation.

SM: So the Irish booksellers feel well equipped or represented in the BA?

GB: Yes. There is always one Irish member on the UK Council. It is unusual that the president is Irish, but it means that at the moment Ireland has two voices on Council.

SM: About the Net Book Agreement: Do you think the abandonment had an effect on the book prices?

GB: It's very hard to tell. Discounting in Ireland is far more controlled in a way than it is in the UK; that is because there is less competition. In the UK now all the chains, because the market has been relatively flat for the last few years, are involved in quite aggressive competition. So price/discount is the tool they use to fight the market share war.

SM: How's the cooperation with Clé?

GB: Because the country is so small we're in contact with our colleagues in Clé all the time. A number of years ago, at the time when I was chairwoman at the Irish branch, we had set up regular informal meetings with Clé. They did improve relations between publishers and booksellers they were of limited usefulness. As there are so few Irish publishers, you see them on a regular basis, when you are buying books and when they make an annual presentation of their new

titles. They heavily support the Irish conference, which is held every second year and operate in tandem with Irish booksellers on mutually beneficial projects. So you could say that there is quite close contact between publishers and booksellers but not with the Publishers Association.

SM: The Publishers' Association doesn't approach you in working together on different fields? Like the Code of Practice for the Euro changeover.

GB: Yes, we would work on fields like that, that would have been a joint initiative. Certainly if there is a reason to come together, then we will come together. But if there is not, then things just go along as normal.

SM: Do you think Irish publishers or books of Irish Interest could gain some more market share in the future?

GB: Yes, I think so. Irish books represent quite a small percentage of the market for books sold in Ireland. And there is actually no reason why they can't increase their share.

In fact, over the last few years, the development of the whole female popular fiction area has really grown. Ten years ago almost no popular fiction was published here but now the Irish bestseller titles are hitting the top of the market in the UK as well. Irish publishers took on that aspect of the market and developed it. There is no reason why they can't take on another aspect of the market that they can do equally well with it. I think there is great scope for growth for good quality Irish published books.

SM: So in Dubray bookshops books of Irish Interest are demanded quite well?

GB: Yes. I'm amazed that Irish people seem to love reading about themselves. The non-fiction is always very strong. Our shops in prime tourist sites like Galway and Grafton Street sell Irish interest books very well. Irish current affairs has always been a very popular subject and most Irish bookshops do very well with it.

SM: Thank you very much for the interview.

**Edwin Higel**  
**Verlagsleiter New Island Books**  
**Dublin, 26. November 2002**

SM: Wie viel lieferbare Titel hat New Island Books zurzeit?

EH: Schätzungsweise 150. Wir sind zehn Jahre im Geschäft und veröffentlichen im Schnitt so um die 20 Bücher jährlich. Wahrscheinlich wird nur die Hälfte davon weitergeführt; ‚live titles‘, die der Buchhandel noch kauft. Dieses Jahr bringen wir 30 Neuerscheinungen heraus; das bedeutet also einen ziemlichen Schub von neuen Titeln.

SM: Wie viele Angestellte haben Sie und welche Aufgabenfelder haben diese?

EH: Die Kerntruppe momentan sieht folgendermaßen aus: Ich bin der Verleger und Geschäftsführer. Voll angestellt ist Fidelma Slatery als Sales Administrator, die neue Lektorin Emma Dunne als Editorial Manager und Joseph Hoban als PR- und Marketing Manager. Nächstes Jahr werden wir wohl, abhängig vom Geschäftserfolg, umstrukturieren. Fidelma ist aus Inklinationsgründen sehr gut in der Grafik; sie wird Umschlagsentwürfe und Typesetting machen, das heißt zum Production Manager befördert. Die Stelle, die sie frei gibt ist, wird eine Mischung aus Sales Administrator und Lizenzassistentin, denn Letzteres möchte ich forcieren. Und dann gibt es natürlich frei berufliche Mitarbeiter: Lektoren, Indexer und Experten aus den Gebieten, in denen wir veröffentlichen; also entweder in Politik, Biographie oder Literatur.

SM: Haben Ihre Angestellten eine spezielle Berufsausbildung, die sie auf das Verlagswesen vorbereitete?

EH: Ich stelle mit Vorzug Leute ein, die Erfahrung haben, besonders bei Lektoren. Meistens entstammen sie einer innerbetrieblichen Karriere; sie arbeiten sich also von der Sekretärin oder einer ähnlichen Position zu einem ‚Editorial Job‘ hoch. Wenn sie Erfahrung gesammelt haben, werden sie dann von einer anderen Firma als Lektor oder Lektorin angestellt. Joseph ist Buchhändler, hat schon in einem anderen Verlag gearbeitet und ist danach zu uns gekommen. Fidelma hat Englisch studiert, kurzfristig in Ennis im Buch-

handel gearbeitet, dann bei Aer Lingus, und bildet sich jetzt weiter, um ihre graphischen und typographischen Fähigkeiten zu verbessern.

SM: Ich frage deshalb, weil mir bisher bei meinen Nachforschungen keine eigentliche Ausbildung im Verlagswesen begegnet ist und viele Verleger in Irland wohl auch beklagen, dass es wenig Kurse durch Clé gibt.

EH: Das ist nicht ganz korrekt. Clé macht Kurse, und zwar ganz forciert, und es gibt an der University of Galway einen spezifischen Studiengang, der in die Verlagsindustrie einarbeitet. Der Studiengang ist relativ neu, aber es gibt schon Absolventen seit einigen Jahren. Er klingt ziemlich gut und umfangreich. Meiner Erfahrung nach ist die Situation in Großbritannien auch nicht viel besser. Die Verleger dort sind Akademiker oder kommen aus einer ganz anderen Richtung und ziehen sich selbst auf. Gerade die ganz bekannten Lektoren waren zunächst Sekretärin oder ähnliches und haben sich eingearbeitet. Das scheint immer noch die Regel zu sein.

SM: Wie gestaltet sich der Kontakt mit dem Ausland? Arbeiten Sie mehr mit Distributoren oder Agenturen?

EH: Das ist für mich ein neueres Feld. In den ersten fünf bis acht Jahren war ich damit beschäftigt, New Island so aufzubauen, dass der Buchverkauf das Primäreinkommen war und die Firma profitabel halten konnte. Ich gehe schon seit ca. acht bis zehn Jahren zur Buchmesse Frankfurt und zur London Book Fair, um die internationalen Dimensionen zu erforschen. Wir machen Fortschritte, denn wir haben zunehmend Lizenzverkäufe; beispielsweise japanische, koreanische, italienische und griechische Ausgaben unserer Bücher. Innerhalb der nächsten sechs Monate werde ich deshalb wahrscheinlich eine Lizenzassistentin einstellen. Wir machen zwar auch Direktverkäufe durch Distributoren, aber ich würde immer einen Lizenzverkauf vorziehen. Denn so nützt man die örtlichen Kenntnisse des Verlegers in der fremden Sprache oder in dem fremden Markt. Das gilt gerade auch in Hinsicht auf Großbritannien.

SM: New Island Books entstammt Raven Arts Press. Wie hat sich das ergeben?

EH: Ich war damals für Associated Book Publishers Ltd bzw. später Reed Consumer Books als Verantwortlicher für den irischen Markt tätig. Die Gruppe beinhaltete die Verlage William Heinemann, Secker & Warburg, Mandarin und Minerva. Meine Aufgabe war unter anderem auch nach Titeln Ausschau zu halten, die wir vielleicht kaufen. Ein Buch von Paddy Doyle, *The God Squad*, hatte mich sehr berührt. Ich habe daraufhin Dermot Bolger, den Verleger, angerufen. Wir haben eine Auktion angefangen – und sie verloren. Aber Dermot und ich haben uns weiterhin getroffen. Ich mochte ihn, weil er eine Linie vertritt, die mir auch sehr am Herzen liegt: eine polemische, mitunter satirische und auch gesellschaftskritische Art. Er war sehr bewundernswert, denn er war für die großen Namen, die heuer bekannt sind – Colm Tóibín beispielsweise – gewissermaßen Hebamme. Das war die gute Nachricht. Die schlechte Nachricht war: Für ihn war ein Buch publikationsfähig, wenn es in seinem Kopf funktionierte. Das lief natürlich auf Kosten konsequenten Redigierens und des professionellen Vermarktens. So haben wir vor elf Jahren beschlossen, unsere verschiedenen Erfahrungen und Stärken zusammenzubringen. Ich brachte meine Erfahrung im Vermarkten ein, und Dermot wollte sich mehr zurückziehen und auf das Schreiben konzentrieren. Mein ehemaliger Schwager, Fergal Stanley, war als Finanzexperte mit drin. Ich habe die offizielle Geschäftsführung übernommen. Dermot ist weiterhin Anteilhaber und für mich immer noch der literarische ‚Godfather‘. Wir arbeiten sehr gut zusammen, und natürlich hilft er uns auch schon dadurch, indem er uns Leute zuführt, die zu uns kommen, weil wir eben ein bestimmtes Image haben. Was den Impetus betrifft hat sich seit Raven Arts nicht viel geändert. Obwohl wir jetzt natürlich auch notwendigerweise viele kommerzielle Bücher machen; sonst kann man eben nicht überleben. Letztes Jahr habe ich beschlossen, mich weniger aufs Marketing als mehr auf das Verlegen zu konzentrieren. Das Marketing habe ich ausgelagert – so bin ich zu 70 % Verleger und zu 30 % in den Aufsichtsräten der Firmen, an denen ich ein finanzielles Interesse habe.

SM: Das heißt, Sie haben Unterfirmen?

EH: Insgesamt drei. Compass Independent Book Sales in Großbritannien vermarktet New Island dort. Die zweite Firma, Compass

Ireland Ltd, vermarktet meine und andere Bücher hier in Irland. Meine dritte Firma, Brookside Publishing Services, ist eine Firma für Vermarktung und Vertrieb ausschließlich wissenschaftlicher Fachbücher für Routledge oder British Medical Association. Brookside ist Kontaktstelle zwischen Buchläden, Verlegern und den Endkunden. Ich bin Gründungsmitglied von allen drei Firmen und jeweils den Grundstock an Geschäften mitgebracht. Die Distribution und das Clearing macht CMD. Eine solche Auslagerung ist üblich; es gibt meines Wissens in Großbritannien keinen Verlag, der die Distribution noch selbst macht.

SM: Und Raven Arts ist also in New Island aufgegangen?

EH: Ja, Raven Arts gibt es offiziell nicht mehr. Aber es sind immer noch Titel, die von Raven Arts kommen, beispielsweise Nuala Ní Dhomhnaill mit ihrem Gedichtband. Der Band ist schon vier- oder fünfmal neu aufgelegt worden und verkauft sich mit fünf-, sechshundert Exemplaren pro Jahr sehr gut. Manche Autoren haben erneut Titel herausgegeben: Der Geist von Raven Arts lebt also noch fort.

SM: Wieso kam es überhaupt zur Umfirmierung?

EH: Dermot war bekannt für literarische Angelegenheiten auf dem Gebiet Lyrik und Drama. Er wurde fast verrückt, denn jeder Mächtigen-Lyriker hat ihm sein Manuskript geschickt. Für einen Hobbyverleger ist das natürlich eine Riesenaufgabe. Er hat dann gesagt: „Jetzt hab ich einen neuen, deutschen Kompagnon, und der ist sehr streng; wenn es sich nicht reimt, wird’s abgelehnt.“ Das hat sich innerhalb von sechs Monaten herumgesprochen, und mein Ruf war natürlich erst mal ruiniert. Aber die Lüge hat gewirkt. Ich mache immer noch Lyrik, aber eher als Ausnahme. Denn gerade auf diesem Feld gibt es auch sehr gute Verlage wie Gallery Press, Salmon Press usw. Aber nächstes Jahr machen wir beispielsweise wieder einige Titel, die zu unserer Strategie passen.

SM: Ich habe gesehen, dass New Island mehrere ISBN’s hat – wie kommt das?

EH: Als wir mit New Island angefangen haben, haben wir hundert ISBN’s gekauft; aber

natürlich waren die nach kürzester Zeit aufgebraucht. Wenn die Entscheidung heute gewesen wäre, hätte ich natürlich tausend gekauft. Ein anderer Grund war, dass ich vor acht Jahren New Island als literarisch-kritischer Verlag profilieren und meine kommerziellen Interessen unter Brookside realisieren wollte. Die Möglichkeit schließe ich immer noch nicht aus; es kann durchaus sein, dass ich mit meinem Team in den nächsten Jahren vielleicht einen kommerziellen Imprint entwickle. Damit man nicht mehr sagt: „New Island macht so gute und literarische Bücher, was soll denn der kommerzielle Scheiß dabei“. Aber momentan ist es noch einfacher auf diesem Weg. Außerdem sind wir in einem kleinen Markt, in dem sowieso jeder weiß, wer wir sind. Aber einen neuen Imprint zu schaffen ist nicht unüblich. Geeignet dafür wäre beispielsweise das neue Paperback von Deirdre Purcell, das wir im nächsten Februar veröffentlichen; das ist hartgesottene Belletristik. Wir haben davon 17.000 Exemplare im großen Trade Paperback-Format verkauft und jetzt schon fast 10.000 Bestellungen für die Taschenbuchausgabe – für Irland nicht schlecht. Ich hoffe, dass wir insgesamt mindestens 30.000 bis 40.000 Exemplare verkaufen werden.

SM: Da wir gerade von Deirdre Purcell reden – wie ist New Island zu der Bestsellerautorin gekommen? Sie war ja ursprünglich bei TownHouse.

EH: Als ich noch als Agent gearbeitet habe, war TownHouse einer meiner Klienten. Dort habe ich Deirdre getroffen und ihre Karriere miterlebt. Sie ist eine sehr nette, aufrichtige und loyale Frau. Das Verhältnis zwischen TownHouse und Deirdre wurde dann aber sehr gestört, als Simon & Schuster mit ins Geschäft kam. Da habe ich gesagt: „Warum machen wir es nicht so, dass New Island deine Bücher in Irland verlegt, und ich versuche dich dafür in Großbritannien bei Headline unterzubringen.“ So kam dieser doppelte Deal zustande. Sie hat hier ein gutes Zuhause; die Verkaufszahlen sind erheblich gestiegen. Der Deal war eine Möglichkeit, um eine solche Kooperation mal auszuprobieren. Das hat natürlich in Form von Vorauszahlungen ein Heidengeld gekostet. Aber es klappt – es ist profitabel.

SM: Ich finde das sehr beachtlich. Es gehen ja doch die meisten irischen Autoren, sobald

sie einigermaßen erfolgreich sind, generell zu britischen Verlagen.

EH: Da stimme ich natürlich zu. Aber das hier war ein Denkmuster, das auf meinem Mist gewachsen ist, und es scheint zu klappen. Denn es ist natürlich das große Problem: Wie kann man die Autoren halten? Die Antwort lautet im Allgemeinen: Man kann nicht. Aber es gibt Möglichkeiten. Beispielsweise versuche ich eine strategische Allianz mit einem britischen Verlag einzugehen. Nächstes Jahr habe ich in der Hinsicht auch in Amerika etwas vor. Da Penguin und/oder Hodder Headline irische Dependancen angefangen haben, ist mein Argument gegenüber den Autoren: Willst du das beste Pferd im kleineren Stall sein oder das siebtbeste im großen? Denn für uns ist Deirdre Purcell sehr wichtig für den Erfolg und für das Überleben. Das heißt, für uns hat sie immer Priorität und steht nicht im Konflikt mit vier oder fünf anderen sehr berühmten Pferden, die andere Verlage zusätzlich im Stall haben. Ich bin ganz pragmatisch und zuversichtlich, dass das nicht das Ende ist. Denn meine Firma ist ziemlich einfach und überlebensfähig und hat eben nicht einen finanziellen Überbau, der in die halbe Million geht. Wir können also auch schwierige Zeiten überleben, in denen die großen Firmen Bankrott gehen würden. Die Aktionäre von New Island, das sind Dermot mit 10 %, Fergal, mein Finanzdirektor, mit 20 % und ich mit 70 % Anteil. Wenn's gut geht, verdienen wir gutes Geld, und wenn's nicht gut geht, kriegen wir eben nichts. Aber darüber hinaus haben wir Geduld, und das ist unser Vorteil.

SM: Wie stehen britische Verlage zu der Kooperation mit irischen Verlagen und dem Überlassen des irischen Buchmarkts?

EH: Das kommt auf den guten Willen der Briten an, insbesondere der literarischen Verlagsagenten. Und das hängt von Fall zu Fall ab. Aber ich bin sicher, dass für New Island diese Kooperation nicht das letzte Mal stattfindet.

SM: Ist das immer ein Abkommen, das sich auf einen bestimmten Titel bezieht?

EH: Nein, diesmal waren es zwei. Es ging um ca. 70.000 Euro. Ich habe in der Annahme gezahlt, dass ich zumindest die Menge an Büchern verkaufe, die Deirdre Purcell

sowieso schon verkauft hat. Und da wir ihr Profil erhöhen, ist der Mehrgewinn mit etwas Geduld und Energie kein Problem.

SM: Und wie ist die Vertragsgestaltung mit Deirdre Purcell: läuft die auch auf Titel-für-Titel-Basis?

EH: Das ist eben genau dieser Two-Book-Deal.

SM: Gibt es dann auch noch ein Vorkaufsrecht für die nächsten Titel?

EH: Nein, das würde mir bei etablierten Autoren wie Deirdre Purcell nie zustehen. Vorkaufsrechte oder Optionen nehme ich prinzipiell fast nie in den Vertrag. Ich habe schon ein paar Mal erlebt, dass jemand, der zum Superstar werden will – wie Nuala O’Faolain: Sie hat weltweit schon 700.000 Exemplare von *Are you somebody?* verkauft – ein Angebot von Penguin oder einem ähnlich positionierten Verlag bekommt. Wir wären blöd zu versuchen, sie zu halten. Deren Rechtsanwälte sind halt immer besser und teurer als unsere, das wäre Geldverschwendung. Wenn die Autoren nicht bleiben wollen, soll man sie gehen lassen. Erstaunlicherweise kommen manche auch wieder zurück. Und dann nehme ich sie auch wieder zurück, außer den Leuten über die ich mich geärgert habe.

SM: Meiner Meinung nach ist das ein großer Unterschied zwischen deutschen und britischen Verlagen: In Deutschland besteht größtenteils der Wunsch, dass ein Verlag einen Autor kontinuierlich aufbaut und dass der Autor bei einem Verlag bleibt. Hängt das vielleicht mit den literarischen Agenturen zusammen?

EH: Noch nicht einmal das. Es ist in Deutschland einfacher einen Autoren zu halten, da die Verlagsindustrie dort homogener ist. In Deutschland macht es überhaupt nichts aus, ob der Verlag in Salzburg oder in Zürich, in Basel oder Braunschweig sitzt. In Großbritannien herrscht diese Arroganz, dass die nicht in London basierten Verlage ‚by definition‘ Provinzler sind. Beispiel Canongate: Sie sind ehemalige Klienten von mir und veröffentlichen schon seit Jahren sehr gute schwarze Literatur, Musikkultur, literarische Texte und Krimis: Also alles, was auch ein respektierlicher Verlag in London machen

will, sollte und muss. Bloß sagt man in dem Fall: „Ach, Edinburgh, ein schottischer Verleger, um Gottes Willen.“ Jetzt gewinnt dieser Verleger – verdiensterweise – den Booker Prize für *Life of Pi*. Und trotzdem heißt es selbst in den renommierten britischen Zeitungen immer nur: „a small unknown Scottish publisher“. Jeder, der die Industrie kennt, würde sagen, dass das nicht stimmt. Aber die Perzeption unter den Journalisten ist so. Wenn es dann noch zu irischen Verlagen kommt, kannst du es eh vergessen. Ich habe schon seit Jahren versucht, in Großbritannien Fuß zu fassen. Langsam, guerillamäßig, kommen wir in den britischen Markt, denn wir haben durch die ‚Open Door Series‘ etwas angefangen, was einzigartig ist. Obwohl ich de facto aufgehört habe, direkt im UK-Markt zu veröffentlichen, haben wir dieses Jahr den doppelten Umsatz.

SM: Ist das nur die Auswirkung der Medien?

EH: Nein, auch des Buchhandels. Weniger durch den Leser, aber es gibt auch dort die literarischen Käufer mit dem Denkmuster: „Ah, Faber hat das rausgebracht.“ Natürlich funktioniert New Island genau so auf dem irischen Markt. Das heißt dann: „Ah, New Island, was haben die wieder vor.“ Und das ist ja auch die Logik eines Verlags. Bloß muss ich noch alt werden, bis ich es schaffe, richtig etabliert zu sein. Es war in den ersten drei Jahren sehr frustrierend. Die Verlagsbranche ist sehr zentralistisch; die Londoner Verlage machen das große Geld und haben die Kontakte zu Amerika. 70.000 Euro für die irischen Rechte, wie ich sie für Deirdre Purcell bezahlt habe, kann und will ich nicht jedem offerieren. Da kann ich eben nicht mit den Leuten in Wettbewerb treten, die automatischen Zugang zum amerikanischen Markt haben. Das ist eben die große Basis der englischen Sprache, und die kann von Nachteil sein. Aber auch von Vorteil: Mitunter schaffen es eben doch unbekannte schottische oder irische Verlage, groß herauszukommen. Kleinvieh macht auch Mist, und manchmal eben verwertbaren Mist. Ich habe das Vertrauen und den wilden Optimismus, dass es irgendwann klappt. Einmal hat es schon geklappt, mit Nuala O’Faolain. Sie ist in neun oder zehn Sprachen übersetzt, und allein in den Staaten hat das Buch Verkaufszahlen von fast einer halben Million Exemplare erreicht.

SM: Und das auch nicht durch Co-Publishing, sondern unter New Island?

EH: Nein, keins von beiden. Wir haben die Lizenz an Henry Holt verkauft und kriegen einen Anteil der Lizenzeinkommen. So ein Geschäfts- und Glücksfall hilft. Aber ich muss im Einzelfall noch viel lernen.

SM: Wie ist das Klima zwischen den irischen Verlagen? Es ist ja ein sehr kleines Land mit einer sehr kleinen Verlagsindustrie.

EH: Im Grunde genommen ist der Umgang sehr zivilisiert. Natürlich gibt es Leute, in deren Augen wir immer noch die Jungfuchse sind, weil wir neu sind und nicht so etabliert wie zum Beispiel Mercier Press. Aber man trifft sich, man redet miteinander, und, in den niedrigeren Rängen sozusagen, wird auch herzlich fraternisiert. Insofern gibt es keine Probleme. Es gibt ein bisschen Dünkel; Grüppchen, die denken, sie sind besser als der Rest. Es gibt natürlich auch ‚politics‘, aber das gibt es ja überall. Beutelschneiderei gibt es nicht: das wäre zu offensichtlich, da würde man schnell erappt.

SM: Gibt es den Wunsch, stärker zusammenzuarbeiten um gemeinsam als irische Verlagswirtschaft aufzutreten?

EH: Wir haben es versucht, und es wird auch wieder kommen. Aber der erste Start, bei dem ich auch mitgearbeitet habe, ist wirklich abgessackt. Wenn es um Zusammenarbeit geht, dann kommen eben doch die Vorsicht und das Misstrauen heraus. Da wird gesagt: „Hm, der ist jetzt erst fünf Jahre im Geschäft, und ich schon zwanzig; warum soll ich dem verraten was ich in den zwanzig Jahren alles gemacht hab.“ Das war mit ein Grund warum es schief lief. Zum anderen besteht eben das Problem des kommerziellen Kolonialismus, von dem ich eben schon gesprochen habe: Wenn ein Verlagsvertreter in England ein Buch zeigt das in Dublin produziert ist, dann sagen die Einkäufer: „zu kompliziert; das Buch hat ja noch nicht mal den richtigen Preis aufdruck, das sind ja Euro.“ Das ist die Arroganz, die vorherrscht. Aber ich hatte ein Zusammentreffen mit Fergal Tobin, dem Präsidenten von Clé. Ich habe ihm gesagt, wofür ich gerne meinen Mitgliedsbeitrag zahlen würde: Das wäre eine Front gegenüber Großbritannien vor allen Dingen in Übersetzungsrechten, sodass

wir auf dem Feld Fortschritte machen können. Ich habe die Energie, – mit anderen zusammen – noch mal einen Anlauf zu nehmen. Ich habe Clé angeboten, bei einem subcommittee mitzuarbeiten. Aber Zeit verschwende ich nicht: Wenn es sich dann doch wieder in endlosen Diskussionen verläuft, dann geh ich wieder.

SM: Zurück zu Penguin und Hodder Headline: Wie beurteilen Sie die neue Konkurrenzsituation? Wenn die Großverlage nach Irland kommen und sich auf Irish Interest stürzen, stellen sie dann eine große Gefahr für irische Verleger dar?

EH: Es ist ernst zu nehmen. Diese Verlage verlegen im Jahr zwischen 20 und 25 Bücher, um sich gegenüber ihrem Haupthaus zu rechtfertigen, und die müssen natürlich erst einmal gefunden werden. Und sie haben natürlich für Autoren das große Verkaufsargument: „Komm zu uns, denn dann bist du automatisch in Großbritannien veröffentlicht.“ Was natürlich Unsinn ist. Ich habe gute Kontakte mit solchen Leuten, und wenn ich sage: „Hier habe ich ein Buch, von dem haben wir 10.000 Exemplare verkauft“, dann gucken sie sich das trotzdem erst an, inwiefern das brauchbar für ihren Markt ist. Und genau dasselbe wird auch Penguin und Hodder aus Irland passieren. Die Titel der irischen Dependancen werden zu Anfang automatisch in Großbritannien veröffentlicht werden. Aber wie ich das so kenne – und ich arbeite schon zwanzig Jahre im britischen Kontext und bin jetzt auch im Aufsichtsrat einer Marketingfirma – wird sich bald herausstellen, dass die automatischen Blinddärme, die aus Irland stammen, ganz am Ende kommen. Und dann belaufen sich die Verkaufszahlen über 2.000 oder 3.000 Exemplare. Das lohnt sich nicht. Solche Firmen haben einen Überbau, der kostet vielleicht 400.000 Euro. Den muss man erst mal decken, und da braucht man eine höhere Auflage, um das Verlegen eines Titels zu rechtfertigen. Die reine Talentsuche hier in Irland machen die britischen Verlage durch literarische Agenten schließlich schon die ganze Zeit, das ist ja nichts Neues. Weiterhin ist die Unabhängigkeit der kleinen Verlage ein subtiles Argument. Wenn meine Kontakte in Headline sagen: „Dieses Buch ist nichts für uns“, dann ist das für mich noch nicht ‚the end of the road‘. Wenn aber Headline in Großbritannien sagt: „Lieber Verlegerkollege,



wir wollen dieses Buch nicht, hättest du es gerne?“, welcher Idiot würde das kaufen, wenn schon der britische Hausverleger ablehnt. Ich bin schon so lange mit dabei, dass ich diesen Zynismus oder auch Pragmatismus inzwischen kenne. Deswegen bin ich über Penguin und Hodder nicht so erschreckt wie ich sein sollte. Kurzfristig ist es eine Herausforderung, aber wir sind auch Leute, die regelmäßig sehr große Zahlen an Büchern verkaufen. Dazu braucht es keinen großen Namen. Denn Irland ist unser Markt, den kennen wir ‚inside out‘, und insofern sind wir genauso wettbewerbsfähig.

SM: Auf den ersten Blick sieht es so aus, als würden allein die Namen Hodder und Penguin bewirken, dass die Crème de la Crème der irischen Autoren denkt, sie müssten unbedingt abwandern, und für die irischen Verlage bleiben nur die Krümel.

EH: Aber das ist schon immer der Fall. Innerhalb von Deutschland ist es ja auch so, dass Autoren ihr Glück erst mal bei Rowohlt oder bei C. H. Beck probieren. Das ist die Dynamik des Marktes, da ist nicht viel Raum für Loyalität. Deirdre Purcell ist ein gutes Beispiel, wie man mit einem bisschen Gewieftheit eben doch noch Leute dazu überreden kann zu bleiben. Und zu beweisen, dass es ihnen gut geht. Ich zahle jedem Autor wirklich gerne legendär große Tantiemenschecks. Was ich nicht machen will oder kann sind unverhältnismäßig große Vorauszahlungen. Dann muss ich nämlich erst mal zusehen, dass ich das Geld wieder zurückverdiene.

SM: Wie gestaltet sich Ihre Zusammenarbeit mit den Autoren?

EH: Ich schaue nach den Autoren in der Weise, dass sie sich nicht autokrat behandelt fühlen. Obwohl ich, wenn es sein muss, sage: „Nein, das hier ist eine Marketingentscheidung; überlass mir das, vertrau mir.“ Und in den meisten Fällen klappt das auch. Natürlich werden manchmal heftige Worte ausgewechselt. Aber wir haben im Großen und Ganzen eine gute Atmosphäre.

SM: Jetzt habe ich noch ein paar unzusammenhängende Fragen. Ist im Rahmen des neuen Copyright Act die umstrittene hohe Anzahl an Pflichtabgabeexemplare reduziert worden?

EH: Nein, die gibt es noch in demselben Umfang. All diese Unbibliotheken mit den komfortablen Etats kommen daher und bestehen darauf, ein Freiexemplar zu bekommen.

SM: In Irland gibt es immer noch sehr strenge Zensurbestimmungen. Haben Sie als Verleger schon Auswirkungen gespürt?

EH: Das kann man wohl sagen. New Island unter meiner Regie versteht sich als Speaker's Corner für die irische, politische und soziale Diskussion. Das heißt wir geben den Autoren die Seifenkiste zum Draufstellen, und dann können sie dort über ihre Themen reden. Und das kann ruhig kontrovers sein. Mary Kenny kommt politisch von rechts; wir sind andererseits von Fintan O'Toole angesprochen worden bezüglich einer verlegerischen Zusammenarbeit mit einem ‚liberal think tank‘. Genauso würde ich jemanden veröffentlichen, der den marxistischen Standpunkt vertritt. De facto wissen alle, dass wir ‚left of centre‘ sind. Aber im Interesse akademischen Integrität wäre es unsinnig und prinzipienlos, nur linke Sachen zu verlegen. Rechtsextreme Themen wie die Holocaustverleugnung ist eine kritische Sache, die würde ich nicht machen. Aber ansonsten übe ich keinesfalls Selbstzensur.

SM: Gab es da schon Probleme mit der Regierung?

EH: Ja, weil viele unserer Bücher eben sehr kritisch sind dem irischen Staat und auch der Kirche gegenüber. Gerade haben wir ein Buch über die Zensur in Irland veröffentlicht, *Spiked*. In den 60er Jahren haben rechtsgerichtete Katholiken und Politiker sehr subtil und absichtlich organisiert eine Theaterfirma vernichtet. Es gibt über das Buch große Diskussionen, und das haben wir schon sehr gern. Wir haben ein Buch veröffentlicht über institutionelle Kindesmisshandlung in kirchlich geführten Institutionen, ein Skandal ohnegleichen. Die Kirche und, ich vermute, die dahinter stehende Organisation Opus Dei jagten uns innerhalb von drei Tagen nach Veröffentlichung des Buches die besten und teuersten Juristen an den Hals. Nicht, weil wir eine Lüge verbreitet hätten: Die Taktik war, uns durch juristische Machenschaften kaputt zu machen. Einen juristisch fundierten Brief zurückzuschreiben kostete mich 3.000 IRE, und zehn Mal kann man das nicht

machen. Da kommt dann die sehr gefährliche Art von Selbstzensur herein, wo man sagt: „Ich mach so was nicht wieder.“ Das Buch hat mittlerweile über 10.000 Exemplare verkauft; aber das hat mir gerade so die Kosten zurückgegeben – abgesehen von den psychologischen Schäden, die mir und meinem Team zugefügt wurden. Du kannst mich ruhig so zitieren: „Wenn die Nazis in Deutschland die irischen Libel Laws, also das Verleumdungsrecht, gehabt hätten, hätten sie keine Bücher verbrennen brauchen.“ Das ist eine der Lektionen, die ich hier gelernt habe, und das ist der wirkliche Skandal. Offiziell ist Zensur kein Problem mehr; heute zensuriert die Regierung nicht mehr. Aber noch vor 20 Jahren, ich habe damals in einem Buchgroßhandel gearbeitet, kam einmal im Monat eine Liste von Büchern, die verboten wurden.

SM: Und das letzte zensierte Buch war ja in den 90er Jahren, *Sex* von Madonna.

EH: Ja, das war verboten, und deshalb ein gefragtes Sammelstück. Ich habe sogar geholfen, das Buch aus Nordirland hereinzuschmuggeln. Wir haben mit dem Zoll Katz und Maus gespielt; die Iren haben ja schon einen Sinn für Sport. James Joyce war übrigens gar nicht verboten zu verlegen: das war ein reines Importverbot. Um ein Verbot zu veranlassen, musste man damals ein Exemplar an die Zensoren geben. Und wer gibt schon eine Erstausgabe von James Joyce her? Aber natürlich hat der Zoll die importierten Bücher und Zeitschriften beschlagnahmt. Mittlerweile ist das jedoch so eine Flut an Werken, die wäre gar nicht zu bewältigen. Andererseits funktioniert jetzt auch eine Selbstregulierung bei den Inhalten.

SM: Gibt es in Irland ein Clearing System à la batch.co.uk?

EH: Ein Clearing System ist für uns nicht erforderlich: die irischen Buchhändler haben Direktkonten mit CMD, unserem Distributionspartner.

SM: Vielen herzlichen Dank für das Interview!

EH: Ich hoffe es hat Ihnen geholfen. Der irische Buchmarkt ist einer der aufregendsten Buchmärkte die ich kenne. Er ist im positivsten Sinne sehr einfach manipulierbar: eine gute Radioshow, und plötzlich hast du den großen Erfolg. Unser erfolgreichstes Buch in Irland selbst hat schon fast 100.000 Exemplare verkauft, und wir haben eine gute Anzahl von Büchern mit 30.000 bis 40.000 Exemplaren im Programm.

erwähnte Literatur:

Doyle, Paddy: *The God Squat*. Dublin: Raven Arts Press 1988.

Madonna: *Sex*. New York: Warner Books 1992.

Ní Dhomhnaill, Nuala: *Selected Poems/Rogha Dánta*. Dublin: New Island 2000.

O’Faolain, Nuala: *Are you somebody?* Dublin: New Island 1996 und New York: Henry Holt 1998.

Purcell, Deirdre: *Marble Gardens*. Trade Paperback. Dublin: New Island 2002.

Whelan, Gerard: *Spiked. Church-State Intrigue and the Rose Tattoo*. Dublin: New Island 2001.

Martel, Yann: *Life of Pi*. Edinburgh: Canongate 2002.

**Tom Owens**  
**Managing Director Eason Wholesale**  
**Dublin, 12. Juli 2002**

SM: Would you like to tell me a bit about your wholesale business?

TO: Eason would have started as a news wholesaler in the late 19<sup>th</sup> century. They would have begun retail by opening stores in bookstalls at train stations. Then they expanded the retail. As an accessory to the retail they opened a book wholesale business in the 1950s and the 1960s on the second floor of O'Connell Street; it was very small. They used to supply libraries and some other few customers they might have had around the country; but mainly they had the bookstalls. In the 1970s they moved to the news premises in Gloucester Place. They began to develop wholesaling. In a number of towns around Ireland outside major urban centres they would have developed semi-bookstores/newsagents in smaller towns. Despite the small shops we used to do a lot of trade with the bigger bookshops. Most of their business would have been direct to the publisher, and then they started to use us as a wholesaler throughout the 1970s. We would have stocked probably about a thousand titles. In the 1980s we made the jump and expanded rapidly. We increased the range to about 15.000 titles. We dramatically increased the business as more and more bookshops opened in small towns around the country. By the late 1980s we would have had about 12 or 13 Eason shops. We centralized buying, so that all the Eason shops came through the wholesale. By the end of the 1980s we were up to about 30.000 titles. In 1990 we moved to the warehouse in Crumlin. In 1995 we had 30.000 titles and nearly totally centralized the business. I think the 1990s were helped by computerisation, which meant that we installed computer systems in all these bookstores. By 1996 we moved to this bigger premises here in Santry. At the last count we have 52.000 titles in the warehouse. The level of growth reflected the economy generally in the 1990s; that slowed down now. In the meantime we've absorbed the wholesale business in Northern Ireland. Their business was slightly different. In a much smaller market Eason's expanded to such an extent

that they had about 20 shops very quickly by the 1970s/1980s. Last year they bought the NPO chain, the Northern Publishing Office, with 16 shops. At this moment in time we would have had 30 or 31 Eason shops in Northern Ireland. There was not the same growth of the independent bookstores in the small towns as it was happening in the Republic.

SM: How much do you think is your share of the wholesale market?

TO: We are very dominant in it, it would be about 80 % of the wholesale market. The rest of it would come from Argosy who is a small independent wholesaler and then from UK wholesalers. From an overall point of view I'd say we have 50 % of the book supply business. The whole supply business would include direct buying the shops would do. But it excludes educational schoolbooks. That is all done directly and that is a huge part of the Irish market. IR£ 150 million or 180 million Euro would be the whole market. About 50 million Euro from that would be schoolbooks, so you have to take that out of the figure when looking at the wholesale market.

SM: How many British wholesalers operate in Ireland?

TO: There is nobody based here but they all service here. The main two would be Bertrams and Gardeners. And to a less extent THE. They send their representatives and they use the telephone.

SM: Are there any statistics about the wholesale market at all?

TO: No. Certainly I can tell you stories like the biggest breakthrough in wholesale. It was made in the 1960s by a man called Robert Hughes. He decided to aggressively promote paperbacks when the 1960s revolution came and people started to use paperbacks. He went along to the small newsagents and he also went to the small seaside towns where Irish people in the 1960s used to go – Wexford, West Cork etc. He would supply those smaller seaside resorts with paperbacks; it was a huge business. In many ways I think he would be the pioneer of

wholesale. They became the great rival of Eason's during the 1970s and 1980s when Eason's had their own shops and Hughes didn't. But then his son, Derek Hughes, who still runs the company, concentrated more on retailing and opened up the chain Hughes & Hughes. They finished wholesaling by the mid-1990s. Another player came into the market in the early 1980s; his name was Dermot McDermott. He would be mainly a news wholesaler. He had the rights to distribute for News International: The Sunday Times and other Sunday newspapers. He decided to go into book wholesale business. He was a huge thorn beside of Eason's during the 1980s. He lasted about three or four years. He then overstretched and collapsed. The other people who wholesaled were Argosy. They were set up by a very strong determined woman called Irene Stanley who was originally from the north and set up this small wholesaling operation based from her house. She was able to supply a lot of the bookstores in the south of Dublin who didn't want to get supplied by Eason's; because they saw themselves as rivals to Eason's retailing. She built up the business there as well as small newsagents in the Dublin area. A big coup was to get the right to supply the Eastern Regional Tourism, which included Dublin. So she was able to supply the big Dublin Tourism Offices. That was the core of her business. She retired and since then her son Fergal runs the business. They held on to their core business and they branched out to the rest of the country including buying a very small Wexford wholesaler called Nicky Kelly six or seven years ago. He runs a very small operation in the Wexford area. So from an Irish based point of view, there is Eason's and Argosy and nobody else.

SM: Do you feel that the British wholesalers are going to go much further into the Irish market?

TO: That's hard to know. British wholesalers are supplying the world. Gardners for example is very active in Europe and they even supply Japan and the Middle East and probably many other parts of the world where they are associated with Britain through the former colonies. Ireland is on their doorstep and it is the same market. The interesting test for us as wholesalers will be when Britain joins the Euro because of the price differential. At the moment they are trying to compete in a

different currency market. But when price and currency difference don't exist anymore I think it will be another story. On the other side I don't think they'll have a sense of the market. What we are relying on is the personal service and the understanding of the market and a long tradition of doing business together.

SM: What about the delivery time from Britain based wholesalers?

TO: I think the shortest route across the Irish sea is 13 miles up in Northern Ireland to Scotland. But psychologically it's a huge route. It seems to take forever to get books across the water. That's a huge factor. We can do a 24-hour delivery service. For British wholesalers it takes longer than five days. They are getting better, but I know that it's very expensive.

SM: What is the share of wholesaling compared to direct ordering for a bookshop, do you know?

TO: Most of the bookshops like the small shops around the country probably order exclusively from us. A lot of them would be, say, 75 % from us, maybe 10 % from Argosy, maybe some from British wholesalers, and some direct. Eason O'Connell Street order about 65 % from us; Hodges Figgis might have 6 % from us, and then you might have a shop like Waterstone's, which orders 3 % from us. Those are books they need quick or books they can't get from anybody else: we are a distributor as well and distribute quite a lot of unique books.

SM: Do you send sales representatives around the country?

TO: We have eight sales reps around the country plus a sales manager based here. The sales reps would manage their territories, which would include the different types of shops. For instance, they operate the electronic ordering system with the shops. It's called EROS: Eason Remote Ordering System.

SM: Is there any trend towards more wholesaling?

TO: Everybody said wholesaling would have had a difficult time in the 1980s and 1990s.

But wholesaling business has grown because there are so many different publishers. It is easier to 'one-stop shop', as they call it: you just use your own local Irish suppliers.

SM: How do you handle special customer orders?

TO: We use Gardners for special orders for our customers who are looking for books for their customers. Gardners has 250.00 titles in stock so that makes it easier.

SM: Did the abandonment of the Net Book Agreement effect you in any way?

TO: The discount wars that are happening in the UK is something we are trying not to encourage here. So in fact if you go around shops here in Ireland there is not a huge difference in the prices. They are trying to come up with a price the market can take as opposed to discounting. So far it hasn't been a huge factor. It's hard to know if it's going to change in the future. If more UK multiples would move into Ireland, like W. H. Smith or other groups who are used to discounting, it might happen. There is a bit of discounting going on in Waterstone's all right but not to the extent you have in the UK. We are in the funny position as a major retailer as well as a major wholesaler it is in our interest not to create a price war.

SM: Are you in the position of bargaining with the publishers?

TO: Yes, that is what we end up doing. Sometimes you are in a strong position, sometimes not, that depends on the title.

SM: What are your margins in general?

TO: We are probably giving an average between 35 and 40 % off the retail price to our customers and we are working on between 50 and 55 %. So it's quite tight; you need a lot of turnover.

SM: Do you have any more expansion plans in the future?

TO: We are trying to do more business with department stores. We are trying to make our customers more sophisticated in what they sell: they should do broader ranges and be more sophisticated by using technology. We want to hold on to what we have and try

to get better in what we have and maybe try to improve the margin as opposed to improve the sales.

SM: Can you tell me something about the economic situation of the book trade in general?

TO: It reflects the Irish economy. I think what happened with the boom was that people had more disposable income and they were buying a broader range. That broadened the market. I think that could contract again after the boom. In generally, the Irish are great readers and that has continued. I think all the media benefits the book trade. There is a proliferation in media now; there are more Irish television stations and more Irish radio, more newspapers. There is more access to it, and access to it becomes faster. Trends are faster. And all that serves the book business. Despite the audio books came and went and the e-book looks like to come and go as well. The book survives all revolutions in technology.

SM: What about the share of Irish publishers in the book market?

TO: I did a speech at the Booksellers conference last year and I said that in the boom in the 1990s Irish publishers didn't grow their market share. The extra money that was there went to British publishers. Irish publishers are quite small and independent and one-man or one-woman shows. Some of them individually did well but surprisingly during the boom Wolfhound Press didn't work out and they ended up being taken by another company, Mercier Press were trying to be sold and Blackstaff Press had to be rescued. A lot of companies didn't seem to expand during what should have been a really good time considering the economy generally. We need them as a huge symbiotic relationship between retailers, wholesalers and Irish publishers. Inevitably they have all the bestsellers for Christmas time.

SM: Do you think this is going to change?

TO: I think they just have to get a little bit more organized. Publishers like Gill & Macmillan and O'Brien are very established and organized but some of them have a bit to go.

SM: Thank you very much for the interview.

**Fergal Stanley**  
**Managing Director Argosy Libraries**  
**Dublin, 12. Juli 2002**

SM: Do you have something to do with libraries? Your name still makes that association.

FS: When the company was started we were a commercial library: we loaned books to places like pharmacies, newsagents or sweetshops and they would rent the books out. This was back before the war. Around 1960 a lot of paperbacks were coming out which in fact undermined the business. We changed then from lending books to selling paperback books to newsagents. And it grew from there into a full book wholesale business with our main customers being bookshops. We don't supply libraries, we never did. Some of our customers would be library suppliers. Most library suppliers are in fact bookshops and the library supply business is either upstairs or something like that.

SM: How much, do you think, is your share of the wholesale market in Ireland?

FS: It's very hard to judge that because Eason's buy for their shops so I don't know what percentage of Eason's turnover is genuine wholesale turnover and what percentage is centralized buying for their shops. I look upon myself as having about 10 % of the market but it's a bit hard to define what that really means. What I would see that of a new book I would buy about 10 % of the copies in the Irish market. But it's very hard to work out what that means in terms of all the number of books that are initially sold. Eason's are a bigger retailer than a wholesaler, so more than 50 % of what they buy must go to their own shops.

SM: Do you trade mostly with Irish publishers?

FS: No, most of our business would be with British publishers. They have about 75 % of the trade publishing market. And trade means exclusive of academic and school books. Both are specialized and operate on very low margins.

SM: Do you supply any Irish-language books?

FS: Very few. We buy some books from ÁIS but it's very limited. Irish language publishing is not a commercial proposition, there is support for such publishing to make it viable.

SM: Do you supply Waterstone's and Hodges Figgis too?

FS: Yes. There would be a number of reasons why they trade with us. One would be that if on a Friday there were low on a book, and expect it to sell on the weekend, there is no point in asking the publisher, because they would get it a week later. In some instances they don't want to deal with a small publisher but find it easier to deal with the wholesaler. And some have a policy that they would not deal with small publishers.

SM: Do you have an electronic ordering system?

FS: We have a system whereby a customer can send us an order in 'Tradacom' format. This is an industry standard format and not a proprietary one as favoured by some of our competitors. We send back an acknowledgement, delivery note and finally an invoice. This will allow the automatic updating of the customers database.

SM: Do you think wholesaling has got an upward trend? Are there any growing markets for wholesale in Ireland?

FS: There is no great move to consolidation. If there were a move for the independent bookshops to be consolidated into a chain then one would see an increase in the publishers business as opposed to the wholesalers. Eason's were doing that for a while but they seemed to have stopped buying small shops. They only seem to be interested in big ones. So I don't see any change.

SM: What is your service you think you are good in?

FS: We are good and we are quick. Eason's are very big and most of their effort has to be directed towards looking after their own shops. Obviously their own shops must get priority. This conflict doesn't exist with us. We don't have our own shop around the corner and we are not thinking: "Well, we are short in this book, let's not give it to our

customers, let's keep it to ourselves." We are independent. And also being small, we can react quickly. A delivery will take place on the same day within the city and next day in the country.

SM: Do you supply other outlets besides bookshops?

FS: We supply tourist offices, newsagents, hotels and hospitals, a few garages buying mainly maps, and filling stations. We don't do supermarkets or such; that is all done by a specialized English wholesaler, Thomas Cork. They look after supermarkets generally and don't do just books.

SM: Did the abandonment of the Net Book Agreement have any effect on you?

FS: I think despite all our worries within the trade it really hadn't any effect. Before it went we all had been very concerned about it. We now bargain with publishers on margins, but we always did. At the end the retailer can sell the book for less than the published price, but in many cases the publisher price just went up to take this into account.

SM: So the NBA wasn't that regulating?

FS: It was insofar as a retailer could get into trouble by discounting. Immediately there would be some of the big shops telling the publisher "you must stop selling this book to that shop", and sometimes they would stop. So in England the Net Book Agreement was enforced. Because the UK publishers have 75 % of the market here and we only account to something like 6 to 8 % of their turnover, there is nothing we can do. They dominate here so whatever they decide, that's what happens.

SM: What's your opinion about the Irish publishing market? Do you think it could be much bigger?

FS: I think the Irish publishers will always suffer. There are a number of reasons. Print runs in Ireland might range from 2.000 copies of a book up to a very successful book that might sell 50.000 or more copies. The Irish publisher is always faced with these difficulties: the economies of scale. But the other thing is that a good author is so easily pulled by a UK publisher. A typical Irish pub-

lisher might offer up to 5.000 Euro as an advance. But UK publishers think in terms of 20.000, 50.000 Stg£. So they will always take our good authors and the Irish publisher will always be losing authors and always be having to look for new authors to replace them. That's the reason why a lot of Irish-published books would not be fiction; they would be more of a non-fiction nature. It's either the book is commissioned or it's just easier to hold on to the author. An English publisher does not necessarily want an Irish historian or an expert on Irish wildlife.

SM: So you think there is not much to gain for the Irish publishers.

FS: I think there is, but they are always going to be faced with those two problems. And to attempt to break into the English market is so difficult because it's nearly impossible to get into the big chains in England: W. H. Smith, Waterstone's etc. I suspect some of them would allow a certain amount of regional buying like books of local interest, but other than that there is centralized buying. But even if it wasn't be like that there is a policy of accredited reps. If you are the Penguin rep, you don't have a problem, but if you are a rep from a small publisher you are not going to get into the door. The only way to sell that book would be through English wholesalers.

SM: Do you have any more expansion plans for the future? Any in particular?

FS: No, but the way I see the wholesale business is that you can't really plan too far ahead. It must have been three or four years ago we took over one of our competitors. Hughes was a wholesaler and we bought the wholesale business from them. But I couldn't have predicted that. The General Manager walked into my office one day and said I want to sell you my business.

SM: Why do you think Hughes didn't go to Eason's?

FS: It would do them no good to make Eason's even bigger. It's of too many people's advantage that I exist.

SM: Thank you very much for the interview.