

"Kompass für ein gutes Leben"

Eine Reihe von Neuerscheinungen der katholischen Verlage greifen die klassischen und christlichen Tugenden wieder neu auf.

Katholische Verlage setzen auf Ratgeber mit Tiefe

Leipzig - Das Geschäft brummt, der Zuspruch ist groß. Die Halbzeitbilanz der Leipziger Buchmesse fällt an diesem Freitag zufrieden aus: 100.000 Bücher, 20.000 Neuerscheinungen, 2.071 Verlage sowie 2.780 Autoren und Mitwirkende haben bereits an den ersten beiden Messetagen 64.000 Besucher auf das Messegelände gelockt. Mit dabei: die katholischen Verlage, die in diesem Jahr besonders mit Ratgebern zur Alltagsbewältigung und Büchern über Tugenden vertreten sind. "Es handelt sich nicht um Schnellratgeber, wie sie aus weltlichen Verlagen bekannt sind", betont der Geschäftsführer des Katholischen Medienverbandes, Konrad Höß.

Titel wie "Neue Lust am Leben finden" des Benediktinerpaters Anselm Grün oder "Keine Zeit für Burnout" von Peter Abel hätten "mehr Tiefe", betont Höß. "Es geht den Autoren in ihren aktuellen Werken darum, das Leben aus der christlichen Spiritualität heraus zu gestalten." Eine Reihe von Neuerscheinungen greifen nach seiner Aussage auch die klassischen Tugenden auf, "ob in Form der Kardinaltugenden wie Klugheit, Tapferkeit oder Mäßigung oder die christlichen Tugenden von Glaube, Hoffnung und Liebe". Sie würden zum "Kompass für ein gutes Leben", wie auch ein aktueller Buchtitel lautet.

"Niedrigschwellige Angebote"

Bei den religiösen Kinderbüchern sind nach Angaben des katholischen Medienexperten mehr "niedrigschwellige Angebote" zu verzeichnen. Sie richteten sich zunehmend auch an Eltern, "bei denen man mittlerweile nicht mehr allzu viel religiöses Grundwissen voraussetzen darf". So würden die Funktionen von Engeln ebenso erklärt wie die Besonderheiten von Gründonnerstag oder Karfreitag.

Generell scheint eine Mischform von Buch und Nonbook-Artikeln wie kleine Bronzeplastiken, Kerzen oder Tassen zum Buch oder spielerische Elemente wie "Der Gottesdienst-Würfel" auf dem Vormarsch. In der Branche setzt man außerdem auf multimediale Angebote. "Auch wenn kleinere Verlage mit Blick auf das E-Book eher konservativ reagieren, gehört die Bibel auf CD-Rom oder auf einem Stick mittlerweile zum Standard", berichtet Höß.

Sinkende Auflagenhöhe

"Die neuen Medien machen uns stark Konkurrenz", sagt der Verleger Josef Fink. Mit seinem Kunstverlag hat er einen Schwerpunkt bei Kirchenführern und Postkarten. Diese machten 70 Prozent des jährlichen Gesamtumsatzes von 1,2 Millionen Euro aus. Sorge bereitet Fink die sinkende Auflagenhöhe seiner Druckwerke. "In den 1990er Jahren hatten wir noch regelmäßige Auflagen von 10.000 Exemplaren, heute werden es in der Regel nicht mehr als 3.000 bis 4.000".

Allerdings würden die Kirchenführer wegen der Fusion von Kirchengemeinden zu Pfarrverbänden und Seelsorgeeinheiten umfangreicher.

Von Rocco Thiede