



Vaasan yliopisto  
UNIVERSITY OF VAASA

HELMI-NELLI KÖRKKÖ

# FINNLAND.COOL. – zwischen Literaturexport und Imagepflege

Eine Untersuchung von Finnlands  
Ehrengastauftritt auf der  
Frankfurter Buchmesse  
2014

ACTA WASAENSIA 374

LITERATUR- UND KULTURSTUDIEN

DISSERTATION

*mit Billigung der Philosophischen Fakultät der Universität Vaasa  
vorgelegt zur öffentlichen Verteidigung am 16. Juni 2017 um 12 Uhr  
im Auditorium Kurtén (C203).*

Vorgutachter

Prof. Dr. Stefan Neuhaus  
Universität Koblenz-Landau, Campus Koblenz  
Institut für Germanistik  
Universitätsstr. 1  
56070 KOBLENZ  
DEUTSCHLAND

Prof. Dr. Ewald Reuter  
Universität Tampere  
Deutsche Sprache und Kultur  
FI-33014 TAMPEREEN YLIOPISTO  
FINNLAND

<b>Julkaisija</b> Vaasan yliopisto	<b>Julkaisupäivämäärä</b> Kesäkuu 2017	
<b>Tekijä(t)</b> Helmi-Nelli Körkkö	<b>Julkaisun tyyppi</b> Väitöskirja	
	<b>Julkaisusarjan nimi, osan numero</b> Acta Wasaensia, 374	
<b>Yhteystiedot</b> Vaasan yliopisto Filosofinen tiedekunta Saksan kieli ja kirjallisuus PL 700 65101 VAASA	<b>ISBN</b> 978-952-476-741-5 (painettu) 978-952-476-742-2 (verkkojulkaisu)	
	<b>ISSN</b> 0355-2667 (Acta Wasaensia 374, painettu) 2323-9123 (Acta Wasaensia 374, verkkojulkaisu)	
	<b>Sivumäärä</b> 290	<b>Kieli</b> saksa
<b>Julkaisun nimike</b> FINNLAND.COOL. – tasapainottelua kirjaviennin ja Suomi-kuvan välissä. Tutkimus Suomen teemamaahankkeesta Frankfurtin kirjamessuilla 2014		
<b>Tiivistelmä</b> Frankfurtin kirjamesut on maailman suurin kirjallisuus- ja mediatapahtuma ja keskeisin toimija kansainvälisillä kirjamarkkinoilla. Teemamaa on vuotuisten kirjamessujen yleisö- ja mediamagneetti. Suomi oli Frankfurtin vuoden 2014 kirjamessujen teemamaa. Esiintyminen teemamaana oli monella mittarilla Suomen kaikkien aikojen laajin kulttuurivientihanke. Suomen teemamaahankkeen ensisijainen tavoite oli tehostaa käännösoikeuksien myyntiä. Hankkeen strategiassa tähdättiin myös kirjallisuuden näkyvyyteen ja suomalaisen kulttuurin tunnettuuden parantamiseen.  Väitöskirjatutkimuksessani perehdyn kirjamessujen teemamaainstituutioon ja siihen, millaisen jalustan teemamaastatus luo kirjallisuus- ja kulttuuriviennille. Tutkimuksessa selvitän, miten Suomen kulttuurivientihanke rakentui, millaisen vastaanoton hanke sai ja millainen vaikutus hankkeella oli kirjallisuuden ja kulttuurin viennille ja Suomen asemalle kansainvälisellä kirjallisuuden kentällä. Lähtökohtana on tarkastella teemamaahanketta kulttuurivaihdon kokonaisuutena. Tutkimuksen teoreettisen kehyksen muodostaa Pierre Bourdieun kirjallisuuden kenttä -teoria.  Saksalaislehdistö tarkasteli Suomea niin kirjallisuuden teemojen kuin vakiintuneiden stereotyyppien kautta. Kirjavienti kasvatti kuvaa naiskirjailijoiden ja saunojen maasta. Laaja näkyvyys Saksan lehdistössä heijastui Suomen kirjallisuuden kenttään luomalla uskoa vientimahdollisuuksiin. Tutkimus osoitti, että Suomen asema kansainvälisellä kirjallisuuden kentällä koheni teemamaastatuksen myötä. Itse teemamaastatus näyttäytyi kuitenkin kirjallisuuden kentän globaalien kehityksen valossa vanhanaikaiselta sitoessaan kirjallisuuden välityksen niin vahvasti kansallisiin raameihin.		
<b>Asiasanat</b> Kirjallisuuden kenttä, kirjallisuusvienti, kulttuurivaihto, Frankfurtin kirjamesut, teemamaa		



<b>Publisher</b> Vaasan yliopisto	<b>Date of publication</b> June 2017	
<b>Author(s)</b> Helmi-Nelli Körkkö	<b>Type of publication</b> Doctoral thesis	
	<b>Name and number of series</b> Acta Wasaensia, 374	
<b>Contact information</b> University of Vaasa Faculty of Philosophy German Language and Literature P.O. Box 700 FI-65101 Vaasa Finland	<b>ISBN</b> 978-952-476-741-5 (print) 978-952-476-742-2 (online)	
	<b>ISSN</b> 0355-2667 (Acta Wasaensia 374, print) 2323-9123 (Acta Wasaensia 374, online)	
	<b>Number of pages</b> 290	<b>Language</b> German
	<b>Title of publication</b> FINNLAND.COOL. – between literature export and image cultivation. A study of Finland's Guest of Honour presentation at the Frankfurt Book Fair 2014	
<b>Abstract</b> <p>The Frankfurt Book Fair is the world's largest literature and media event and a key actor in the international literary market. The Guest of Honour is the annual main attraction for media and visitors. Finland was the Guest of Honour of the Frankfurt Book Fair in 2014. The Guest of Honour project was in many ways Finland's largest cultural export project of all time. The strategic main aim of Finland's presentation was to increase sales of translation rights. Furthermore the project aimed at a broader coverage of Finnish literature and at a broader recognition of Finnish culture.</p> <p>In this dissertation I study the Guest of Honour institution of Frankfurt Book Fair and investigate what kind of platform the status provides for the literature and culture export of the guest country. The study examines how Finland's presentation was built, how it was received and what its impact on the export of Finnish literature and culture as well as on Finland's position in the international literary field was. The starting point is to observe the project as a process of cultural transfer. The theoretical framework is based on Pierre Bourdieus' theory of the Literary Field.</p> <p>German media discussed Finland both through literary topics and conventional stereotypes. Besides the export of literature the project built an image of a land of female authors and saunas. The broad coverage in German media had its impact also on the Finnish literary field by increasing confidence in the export possibilities. The study indicated that the Guest of Honour project improved Finland's position in the international literary field. Studied in the light of global development of the literary field the actual Guest of Honour status however appeared to be dated as it links the transmission of literature too closely to national framework.</p>		
<b>Keywords</b> Literary Field, Literature export, Cultural transfer, Frankfurt Book Fair, Guest of Honour		



<b>Verleger</b> Vaasan yliopisto	<b>Erscheinungszeitpunkt</b> Juni 2017	
<b>Verfasser, Verfasserin(nen)</b> Helmi-Nelli Körkkö	<b>Art der Veröffentlichung</b> Dissertation	
	<b>Name der Veröffentlichung, Bandnummer</b> Acta Wasaensia, 374	
<b>Kontaktadresse</b> Universität Vaasa Philosophische Fakultät Deutsche Sprache und Literatur Postfach 700 FI-65101 Vaasa, Finnland	<b>ISBN</b> 978-952-476-741-5 (broschiert) 978-952-476-742-2 (online)	
	<b>ISSN</b> 0355-2667 (Acta Wasaensia 374, broschiert) 2323-9123 (Acta Wasaensia 374, online)	
	<b>Seitenanzahl</b> 290	<b>Sprache</b> Deutsch
	<b>Titel der Veröffentlichung</b> FINNLAND.COOL. – zwischen Literaturexport und Imagepflege. Eine Untersuchung von Finnlands Ehrengastauftritt auf der Frankfurter Buchmesse 2014	
<b>Zusammenfassung</b> Die Frankfurter Buchmesse gilt als das größte Literatur- und Medienereignis der Welt und als zentraler Akteur auf dem internationalen Buchmarkt. Der Ehrengast gilt als der jährliche Medien- und Publikumsmagnet der Buchmesse. Finnland war der Ehrengast der Frankfurter Buchmesse 2014. Das Ehrengastprojekt war nach vielen Maßstäben das größte Kulturexportprojekt Finnlands aller Zeiten. Das strategische Hauptziel des finnischen Auftritts lag im Lizenzhandel für Übersetzungsrechte. Darüber hinaus wurde auf eine größere Präsenz der Literatur und eine bessere Bekanntheit der Kultur gezielt.  In meiner Dissertation setze ich mich mit der Ehrengastinstitution der Buchmesse auseinander und betrachte, was für eine Plattform der Ehrengaststatus dem Literatur- und dem Kulturexport des Gastlandes bietet. Es wird untersucht, wie Finnlands Auftritt gestaltet wurde, wie er rezipiert wurde und welchen Einfluss er auf den finnischen Literatur- und Kulturexport sowie auf Finnlands Position im internationalen literarischen Feld hatte. Der Ausgangspunkt liegt darin, das Projekt als eine Gesamtheit des Kulturtransfers zu betrachten. Den theoretischen Rahmen bildet die Theorie des literarischen Feldes nach Pierre Bourdieu.  Die deutsche Presse betrachtete Finnland sowohl durch literarische Themen als auch durch herkömmliche Stereotype. Neben Literaturexport entstand ein Image vom Land der Autorinnen und Saunen. Die große Präsenz in der deutschen Presse hat dazu beigetragen, dass die Exportmöglichkeiten der finnischen Literatur in Finnland selbst besser wahrgenommen werden. In der Untersuchung wurde deutlich, dass Finnlands Position sich durch das Ehrengastprojekt im internationalen literarischen Feld verbesserte. Im Lichte der globalen Entwicklungen des literarischen Feldes erwies sich der Ehrengaststatus jedoch als etwas altmodisch, indem er die Literaturvermittlung so eng mit dem nationalen Rahmen verknüpfte.		
<b>Schlagwörter</b> Literarisches Feld, Literaturexport, Kulturtransfer, Frankfurter Buchmesse, Ehrengast		



## VORWORT

Der Hintergrund meiner Dissertation liegt in den Erfahrungen, die ich während eines Volontariat-Jahres im Finnland-Institut in Berlin sammelte. Als sich nach dem Volontariat die Möglichkeit ergab, ähnliche Themen, mit denen ich bereits gearbeitet hatte, im Rahmen einer Dissertation zu untersuchen, brauchte ich nicht zu zögern. Der Weg von den ersten Überlegungen im Jahr 2012 bis zum Schreiben dieses Vorwortes war lang. Er enthielt lange Tage, manchmal auch Nächte, viel Pendeln zwischen meinen beiden Heimatstädten Vaasa und Berlin und viel Sitzen vor dem Computer. Ab und zu kamen auch Zweifel. In den Momenten, wo das Pendeln anstrengend wurde und Zögern die Vorherrschaft über die Forschungsarbeit nahm, habe ich an einen Rat meines Großvaters gedacht. Auf Deutsch lautet sein Rat etwa: „Strebsamkeit ist Quelle des Glückes“. Mit etwas Strebsamkeit wurde der Weg sehr lohnend und lehrreich, nicht zuletzt wegen all der Menschen, die mich während dieser Zeit unterstützt und mir geholfen haben. So viele interessante Diskussionen, so viele kluge Worte.

Ohne Unterstützung wäre diese Arbeit nicht entstanden. Mein erster Dank geht an meinen Betreuer Prof. Dr. Christoph Parry. Für die Beratung, Rat und Tat bin ich von ganzem Herzen dankbar. Meiner Zweitbetreuerin Dr. Liisa Laukkanen danke ich sehr für die Ermutigung, für die wertvollen, konstruktiven Kommentare und Ratschläge und für die stete Unterstützung. Für die hilfreichen Kommentare und Verbesserungsvorschläge danke ich ganz herzlich den Vorgutachtern Prof. Dr. Stefan Neuhaus und Prof. Dr. Ewald Reuter.

Während des Dissertationsprojekts hatte ich die Freude, mit unterschiedlichen Institutionen und Einrichtungen zusammenzuarbeiten. Finnish Literature Exchange, FILI, danke ich für die Hilfe und Ideen beim Sammeln des Materials. Dem Finnland-Institut in Deutschland, insbesondere der Leiterin zum Zeitpunkt des Ehrengastauftrittes, Dr. Anna-Maija Mertens, und der Koordinatorin des Satellitenprogramms, Sofie Backman, danke für die wertvolle Zusammenarbeit. Ein weiterer Dank gilt den Kollegen und Mitdoktoranden am Institut für Deutsche Sprache und Literatur an der Universität Vaasa. Die ermutigenden Worte waren mir wichtig.

Für die finanzielle Unterstützung danke ich den Stiftungen WSOY:n kirjallisuussäätiö, Suomalainen Konkordia-liitto und Suomen Kulttuurirahasto. Ein besonderer Dank gilt der Graduate School der Universität Vaasa für die zweijährige Doktorandenstelle und der Philosophischen Fakultät der Universität

X

Vaasa für die finanzielle Unterstützung in den letzten Monaten der Fertigstellung dieser Arbeit.

Der größte Dank geht an meine Familie und an meine Freunde in Vaasa, Helsinki und Berlin. Meine Eltern Veli Körkkö und Pirjo Rautio, meine Schwestern Helka und Hilla, meine lieben Nichte und Neffe Nelma und Alvin und mein Freund Ville, ohne euch hätte ich dies nicht geschafft. Meine Großeltern Nelma und Kullervo Rautio, ich danke euch für eure Weisheit und Lehre. Euch ist diese Arbeit gewidmet.

„Ahkeruus on onnen lähde“.

Vaasa, im März 2017

Helmi-Nelli Körkkö

## Inhaltsverzeichnis

VORWORT.....	IX
1 EINLEITUNG.....	1
1.1 Fragestellung.....	3
1.2 Material und Methode.....	5
1.2.1 Schriftliches Material zum Verlauf des Projekts.....	6
1.2.2 Material zur Analyse der öffentlichen Diskussion.....	7
1.2.3 Interviews.....	10
1.2.4 Zur Vorgehensweise.....	12
1.3 Aufbau der Arbeit.....	14
2 THEORETISCHER HINTERGRUND.....	17
2.1 Das literarische Feld.....	17
2.1.1 Die Theorie des literarischen Feldes.....	17
2.1.2 Struktur des literarischen Feldes.....	23
2.1.3 Positionierung der Akteure und Werke im Feld.....	24
2.1.4 Die Internationalität des literarischen Feldes.....	27
2.2 Literaturvermittlung und literarische Kommunikation.....	33
2.2.1 Zur Literaturvermittlung.....	33
2.2.2 Literaturvermittlung und Medien.....	36
2.2.3 Literaturkritik.....	38
2.3 Literaturbetrieb, Buchmarkt und Handel.....	41
2.3.1 Literatur als Betrieb.....	41
2.3.2 Buchmarkt, Verlag und Handel.....	42
2.3.3 Buch als Produkt.....	46
2.4 Kulturtransfer, Image und Internationalität.....	49
2.4.1 Interkulturelle Kommunikation und Kulturtransfer.....	49
2.4.2 Kulturtransfer als Prozess.....	53
2.4.3 Internationale Literaturrezeption.....	58
2.5 Images im Kulturtransfer.....	61
2.5.1 Zum Begriff ‚Image‘.....	61
2.5.2 Fremdwahrnehmung und Stereotyp.....	64
2.5.3 Länderbezogene Images.....	66
3 DIE FRANKFURTER BUCHMESSE UND DER EHRENGAST.....	70
3.1 Buchmessen und ihre Funktion.....	70
3.2 Die Frankfurter Buchmesse.....	72
3.2.1 Die lange Tradition in Frankfurt.....	72
3.2.2 Die Funktionen und die Rollen der Frankfurter Buchmesse.....	75
3.3 Der Ehrengast der Frankfurter Buchmesse.....	81
3.3.1 Die Funktion und die Rolle des Ehrengastes.....	81
3.3.2 Zu den Auftritten der vorherigen Ehrengäste.....	85
4 ZUM FINNISCHEN KULTUR- UND LITERATUREXPORT.....	92

4.1 Die Entwicklung des finnischen Kulturexports .....	92
4.2 Finnischer Literaturexport .....	98
4.3 Der deutsche Buchmarkt als Ziel des Exports.....	103
5 FINNLAND ALS EHRENGAST DER FRANKFURTER BUCHMESSE.....	106
5.1. Die organisatorische Ebene des Ehrengastprojekts .....	106
5.1.1 Organisations- und Verwaltungsstruktur.....	106
5.1.2 Finanzierung des Projekts.....	110
5.2 Finnlands Strategie und Zielsetzungen für das Ehrengastjahr ..	111
5.3 Die Umsetzung der Strategie, das Konzept und die Vermittlung .....	115
5.3.1 Vorbereitende Maßnahmen .....	115
5.3.2 Die Selektion der Autoren .....	117
5.3.3 Slogan, Ehrengastpavillon und die äußere Erscheinung .....	122
5.3.4 Die Umsetzung der Strategie .....	124
5.4 Zur Durchführung des Ehrengastprojekts im Messejahr .....	126
6 DER EHRENGAST IM SPIEGEL DER DEUTSCHEN PRESSE.....	131
6.1 Die Kategorisierung des Korpus .....	132
6.1.1 Durchführung der Analyse .....	132
6.1.2 Aufteilung des Materials nach Kategorie, Zeit und Thema .....	133
6.2 Zur Berichterstattung über den Messeauftritt in der deutschen Presse .....	139
6.2.1 Thematische Schwerpunkte in der Kategorie ,Messeauftritt‘ .....	139
6.2.2 Zur Rezeption des Auftritts: Programm, Slogan, Pavillon .....	141
6.3 Das Finnland-Image in der deutschen Presse im Messejahr .....	148
6.3.1 Zum Hintergrund des Finnland-Images und zu den Themen der Finnland-Diskussion .....	149
6.3.2 Zur Definition des Finnland-Images der deutschen Presse .....	150
6.4 Finnische Literatur in der deutschen Presse .....	159
6.4.1 Die thematischen Schwerpunkte der Literatur-Diskussion .....	159
6.4.2 Finnland als Literaturland und das „Finnische“ der finnischen Literatur.....	161
6.4.3 Zur Medienpräsenz der Autoren.....	168
6.4.4 Zu den bestimmenden Faktoren des Medienechos .....	174
6.5 Zwischenfazit .....	183
7 DIE EVALUATION UND AUSWIRKUNGEN DES EHRENGASTPROJEKTS ...	188
7.1 Die Evaluation und die unmittelbaren Ergebnisse des Projekts .	188
7.1.1 Die Durchführung des Projekts und die Evaluation der Organisationsstruktur .....	189
7.1.2 Die Divergenz der Inhalte des Auftritts .....	193
7.1.3 Die unmittelbaren Ergebnisse und Auswirkungen des Auftritts .....	196

7.2 Der Ehrengastauftritt als Plattform für den Literaturexport .....	201
7.2.1 Finnischer Literaturexport und der Länderfokus der Buchmesse.....	202
7.2.2 Auswirkungen des Ehrengastauftritts und die Aussichten des finnischen Literaturexports .....	205
7.3 Die Frankfurter Buchmesse, der Ehrengaststatus und das Feld.	213
8 SCHLUSSFOLGERUNGEN UND AUSSICHTEN .....	217
8.1 Ergebnisse.....	218
8.2 Aussichten.....	225
LITERATURVERZEICHNIS .....	228
Primärquellen.....	228
Allgemeine Sekundärliteratur .....	238
Sonstige Quellen .....	248
ANHÄNGE .....	258
Anhang 1. Finnland. Cool. Strategie.....	258
Anhang 2. Autoren der 130 Übersetzungen.....	262
Anhang 3. Themenbereiche der Artikelliste .....	263
Anhang 4. Liste der Artikel .....	264
Anhang 5. Autoren im Korpus .....	271
Anhang 6. Fragen der Experteninterviews.....	274
Anhang 7. Zusammenfassung der Interviews auf dem Messegelände .....	275

## Abbildungen

<b>Abbildung 1.</b>	Buchcover von Mikko Rimminens <i>Nenäpäivä</i> (2010) und <i>Der Tag der Roten Nase</i> (2014) .....	57
<b>Abbildung 2.</b>	Entstehung eines Länderimages .....	67
<b>Abbildung 3.</b>	Besucherzahlen 2002–2014 .....	77
<b>Abbildung 4.</b>	Ausstellerzahlen 2002–2014 .....	78
<b>Abbildung 5.</b>	Pavillon und Logo.....	124
<b>Abbildung 6.</b>	Die Bruttoeinnahmen aus dem Literaturexport 2011–2015 .....	209

## Tabellen

<b>Tabelle 1.</b>	Die Anzahl der Berichte pro Zeitung/Zeitschrift.....	8
<b>Tabelle 2.</b>	Ehrengäste der Buchmesse.....	84
<b>Tabelle 3.</b>	Übersetzungen der finnischen Literatur 2005–2013 .....	102
<b>Tabelle 4.</b>	Staatliche Finanzierung des Ehrengastprojekts in Euro .....	110
<b>Tabelle 5.</b>	Artikel nach Veröffentlichungsdatum und Kategorie.....	134
<b>Tabelle 6.</b>	Hauptthemen der Artikel.....	136
<b>Tabelle 7.</b>	Kategorisierung und Unterthemen der Artikel .....	137
<b>Tabelle 8.</b>	Hauptthemen der Kategorie ‚Messeauftritt‘ .....	140
<b>Tabelle 9.</b>	Hauptthemen der Kategorie ‚Finnland‘ .....	150
<b>Tabelle 10.</b>	Hauptthemen der Kategorie ‚Literatur‘ .....	160
<b>Tabelle 11.</b>	Anzahl der im Korpus genannten Autoren.....	169
<b>Tabelle 12.</b>	Übersetzungen 2014–2015 .....	210

# 1 EINLEITUNG

*Immer wenn ich nach Deutschland fahre, handelt es sich nicht nur um Kulturexport, sondern um viel mehr. Jeden Augenblick muss ich die ganze finnische Gesellschaft repräsentieren.*<sup>1</sup> (Leena Lehtolainen, zit. nach Tapaninen 2007, Übers. H-N.K.<sup>2</sup>)

Die oben zitierte Autorin Leena Lehtolainen fasst einen der Kernpunkte dieser Untersuchung zusammen. Was wird exportiert, wenn Kultur exportiert wird? Oder genauer: Was wird exportiert, wenn Literatur exportiert wird? Mit dem Slogan *Finnland.Cool.* präsentierte Finnland die Literatur und Kultur des Landes als Ehrengast der Frankfurter Buchmesse 2014. Das Ehrengastprojekt war für den finnischen Literatur- und Kulturexport eine neuartige Herausforderung. Noch nie zuvor wurde so viel Literatur aus dem Finnischen ins Deutsche oder in eine andere Sprache übersetzt, und niemals zuvor hat das Land so viel in ein Projekt im Bereich des Literatur- und Kulturexports investiert. Finnlands Bemühungen wurden zur Kenntnis genommen. Auch nie zuvor waren Finnland, die finnische Literatur und Kultur in der öffentlichen Diskussion in Deutschland so sichtbar.

*Was ist das für ein Land, das etwa so groß ist wie Deutschland, aber nur 5,5 Millionen Einwohner zählt, erst seit 1917 selbstständig ist und in den letzten hundert Jahren ebenso viele historische Wendungen erlebt hat, wie es an einem einzigen Tag Gelegenheiten gibt, den Regenschirm aufzuspannen? Und natürlich: Wie steht es um die finnische Literatur, die zum Teil noch immer auf Schwedisch, genauer gesagt, auf finlandssvenska geschrieben wird?* (Düker 2014)

So fragte die *Zeit Literatur* zu Beginn der Frankfurter Buchmesse 2014. Als die Buchmesse vorbei war, wussten die meisten Zeitungsleser in Deutschland, was für ein Land Finnland ist, was für eine Literaturszene es hat, warum junge finnische Autorinnen über gewisse historische Themen schreiben, oder wenigstens, dass es im Norden zwischen Schweden und Russland ein Land namens Finnland gibt.

---

<sup>1</sup> „Aina, kun menen Saksaan kirjakiertueelle, kysymys on paljon enemmästä kuin vain kulttuuriviennistä. Joka hetki joudun edustamaan koko suomalaista yhteiskuntaa.“ (Leena Lehtolainen zit. nach Tapaninen 2007)

<sup>2</sup> Weitere Übersetzungen, wenn nicht anders angegeben, von H-N.K.

Literatur und Lesen haben in der finnischen Gesellschaft traditionell nicht zuletzt wegen eines gut funktionierenden öffentlichen Bibliothekwesens eine zentrale Stellung. Die Finnen besuchen ihre zahlreichen Bibliotheken regelmäßig.<sup>3</sup> Es gibt viele renommierte Autoren, die in den beiden offiziellen Sprachen, Finnisch und Schwedisch, schreiben. Dementsprechend vielseitig ist die zweisprachige literarische Landschaft. Literatur wird als eine Ressource verstanden, die allen zugänglich ist. Diese Zugänglichkeit und der Gedanke, dass Literatur allen gehört, spiegelt eine nichtelitäre Literaturszene wider (vgl. Kulttuurirahasto 2013; OKM 2009a). Das Image von einem Leseland kann sogar als Teil des Selbstbildes Finnlands gesehen werden (vgl. Lukukeskus 2017). Trotz der möglichen Erfolgsfaktoren kämpft Finnland mit der Tatsache, dass die anderen Nordischen Länder im Literaturexport erfolgreicher gewesen sind (vgl. Moilanen/Rainisto 2008: 91–99). Im Boom des mittlerweile zur Marke entwickelten Schweden-Krimis ist Finnland eher marginal geblieben.<sup>4</sup>

Der finnische Kulturexport sowie das literarische Feld Finnlands sind relativ jung. Wirtschaftlicher Gewinn, Außenhandel, oder gar *nation branding* werden noch nicht lange mit Kulturexport oder mit der Vermittlung kultureller Inhalte in Zusammenhang gebracht, weswegen auf den Kulturexport lange kein Wert gelegt wurde (vgl. Siikala, 1975: 219–221; Koivunen 2004). Zu Beginn des 21. Jahrhunderts wurde das Problem auch auf Regierungsebene erkannt. Als ein mögliches Förderungsinstrument für den Literatur- und Kulturexport wurde die Teilnahme an internationalen Großveranstaltungen wie der Frankfurter Buchmesse gesehen, auch weil Deutschland traditionell das Hauptziel des finnischen Kultur- und Literaturexports gewesen ist (vgl. Tuomi-Nikula 2007: 27). Laut Übersetzungsstatistiken ist Deutsch die Sprache, in die am meisten übersetzt wird (vgl. Statistics Finland 2011; 2013; 2015).

Die Frankfurter Buchmesse gilt als eine der zentralen und eine der bekanntesten Institutionen in der internationalen Literaturbranche. Die Buchmesse hat durch ihre lange Tradition eine führende Position auf dem internationalen Buchmarkt eingenommen. Dies liegt darin begründet, dass sie mit etwa 7 000 Ausstellern, 100 vertretenen Ländern, etwa 10 000 Vertretern der internationalen Medien und fast 300 000 jährlichen Besuchern auch die größte Buchmesse der Welt ist

---

<sup>3</sup> Nach einer Untersuchung der Finnischen Kulturstiftung aus dem Jahr 2013 halten die Finnen unabhängig vom Wohnort Bibliotheken für die wichtigsten Kulturinstitutionen am eigenen Wohnort (Kulttuurirahasto 2013: 31–36).

<sup>4</sup> Die traditionelle nordische Rivalität zeigte sich auch in den Hintergründen des Ehrengastprojekts. Finnland und Schweden haben eine gute nachbarschaftliche Beziehung. Dennoch befinden sich die Nachbarländer ständig in einer meistens spielerischen Konkurrenz zueinander.

(vgl. Facts&Figures 2011–2014). Die Frankfurter Buchmesse ist international der wichtigste Handelsplatz und Marketingkanal für Lizenzen und Übersetzungsrechte, aber auch ein Ereignis der gesamten Kulturbranche und eine Plattform für Diskussionen und politische Auseinandersetzungen.

Der Ehrengast ist der jährliche Medien- und Publikumsmagnet der Buchmesse. Das Gastland finanziert den Auftritt selbst und organisiert etwa 30–40 Prozent des gesamten Messeprogramms. Einige frühere Ehrengäste sind in der öffentlichen Diskussion dafür kritisiert worden, dass Literatur in ihren Auftritten eher eine Nebenrolle gespielt hat. Darum ist auch in der Forschung die Frage gestellt worden, mit welchen Motiven die Buchmesse die Länder auswählt oder mit welcher Motivation die Länder teilnehmen (vgl. Kölling 2014). Dem Ehrengastkonzept wurde vorgeworfen, dass es darum gehe, das Land auszuwählen, das über das beste Budget für einen pompösen Auftritt verfügt (ebd.). Vor diesem Hintergrund haben die finnischen Organisatoren bei ihrem Ehrengastauftritt bewusst literarische Themen betont. Obwohl in der strategischen Zielsetzung auch die Bekanntheit des Landes genannt wurde, lag das strategische Hauptziel des finnischen Auftritts im Lizenzhandel für Übersetzungsrechte.

In der vorliegenden empirischen Untersuchung wurden das Ehrengastkonzept und Finnlands Ehrengastprojekt, dessen Durchführung, Rezeption und Ergebnisse als Ausgangspunkt genommen. Die Frankfurter Buchmesse und das Ehrengastkonzept haben in der Forschung bisher bis auf einige Beiträge und Studienarbeiten kaum Aufmerksamkeit erhalten. Die bisherigen Untersuchungen fokussierten auf die Geschichte und Funktionen der Buchmesse. In den Untersuchungen stand das Ehrengastkonzept nur indirekt im Fokus (s. u. a. Niemeier 2001; Kölling 2014). Trotz der großen nationalen Bedeutung, die dem finnischen Ehrengastauftritt zugesprochen wurde, wurden im Bereich der finnischen Germanistik und der Literaturwissenschaft bisher lediglich einige kleinere Berichte zum Thema veröffentlicht (s. Körkkö 2014, 2015, 2016; Bayr 2015; Liuttu, Pesonen, Reuter und Salo 2015).

## 1.1 Fragestellung

Diese Untersuchung umfasst Informationen über den Verlauf, die Rezeption und die Wirkung des finnischen Ehrengastprojekts. Den Ausgangspunkt der Analyse bildet die strategische Zielsetzung des Projekts. Anhand von eigenen Beobachtungen und anderen empirischen Materialien wie Zeitungsartikeln, Interviews, Protokollen und Berichten wird das finnische Ehrengastprojekt,

dessen Rezeption in der deutschen Presse sowie dessen Wirkung auf das finnische literarische Feld untersucht. Damit bietet die Arbeit neue Perspektiven nicht nur für die Forschung der deutsch-finnischen Literatur- und Kulturbeziehungen, sondern auch für den finnischen Literatur- und Kulturexport.

Einerseits ist das Ziel der Arbeit herauszufinden, wie der finnische Ehrengastauftritt durchgeführt wurde, was im Rahmen des Auftritts vermittelt wurde und wie der Auftritt und die vermittelten Themen, Bücher und Autoren rezipiert wurden. Andererseits soll die Untersuchung die Rolle der Buchmesse als Plattform für den Literatur- und Kulturexport des Ehrengastes betrachten und die Bedeutung des Ehrengaststatus für das Gastland analysieren. Darüber hinaus liegt es im Interesse der Untersuchung herauszuarbeiten, welche Wirkung der Auftritt für den finnischen Literatur- und Kulturexport und für die Position Finnlands auf dem internationalen literarischen Feld hatte.

Der ganze Komplex der kulturellen und kommerziellen Eigenschaften des Literatur- und Kulturexports zeigt sich auf der Buchmesse selbst und in den mit der Messe verbundenen Phänomenen. Literatur bildet in der Gesellschaft ein Netzwerk von Institutionen und Akteuren, das die Herstellung, Vermittlung und Rezeption miteinander verbindet. Um dieses Netzwerk und dessen Funktionen verstehen und erläutern zu können, greift diese Untersuchung auf die Theorie des literarischen Feldes zurück. Pierre Bourdieu (u. a. 2001) hat die Gesellschaft in unterschiedliche Felder aufgeteilt, die alle eigene Handlungsmuster, Werte und Normen haben. Das Bourdieusche literarische Feld, dessen Struktur und die relative Autonomie von den anderen gesellschaftlichen Feldern bilden den theoretischen Rahmen für die Untersuchung. Die Funktionslogik des Feldes und der damit verbundene Doppelcharakter von Literatur oder Buch als „l'art pour l'art“ und als Ware bildet eine der zentralen Fragestellungen der Arbeit.

Bereits bei der strategischen Zielsetzung, aber auch während des Ehrengastprojekts schien etwas unklar zu sein, was mit dem Projekt eigentlich exportiert werden sollte: bestimmte Bücher, die finnische Literatur oder das Land. Dabei kollidierten die kommerziellen und nicht-kommerziellen Ziele. Das Ehrengastprojekt wird in dieser Arbeit unter den Aspekt des Kulturtransfers betrachtet. Kulturtransfer wird hier als Prozess begriffen, der sich zwischen Exporteur und Rezipient in beiden Richtungen bewegt und den Rahmen für den Export von Produkten, aber auch Themen, Konzepten, Ideen o. ä. schafft (s. Kap. 2.4.1). Es wird gefragt, wie finnische Kultur und Literatur im Rahmen des Projekts exportiert wurden. Welche Themen, Autoren oder Bücher wählten die Organisatoren aus und welche Mittel verwendeten sie für die Vermittlung?

Weiter wird gefragt, wie die Zielgruppe des Exports definiert wurde. War das primäre Ziel des Exports der deutsche Buchmarkt oder der Weltmarkt?

Das Gelingen der Vermittlungsmaßnahmen im deutschen Sprachraum wird durch die Analyse der öffentlichen Diskussion betrachtet. Wie wurde in der deutschen Presse über den finnischen Auftritt berichtet? Waren die strategischen Ziele in der öffentlichen Rezeption zu sehen? Welche Autoren und Bücher wurden in der Presse beachtet und warum? Gezielt wird betrachtet, ob sich die Auswahl der auf der Buchmesse präsentierten Autoren und Bücher in der deutschen Rezeption widerspiegelt. Die öffentliche Rezeption der finnischen Literatur bildet den Kern der Analyse der öffentlichen Diskussion. Die Ergebnisse der Rezeptionsanalyse werden weiter mit den Ergebnissen der anderen Analyseschritte verglichen. Die Rezeption wird als Teil eines Kulturtransferprozesses auf der Ebene des öffentlichen Diskurses betrachtet.

Auf der Grundlage der Analyse der öffentlichen Diskussion, der Evaluationsberichte des Projekts und Interviews mit finnischen Verlagen und Agenturen wird der Blick auf die Auswirkungen des Projekts gerichtet. So wird die Frage gestellt, wie die Auswirkungen des Auftritts in Finnland und im finnischen literarischen Feld zu sehen sind und inwiefern die Buchmesse für den Literatur- und Kulturexport des Ehrengastes eine Plattform bietet: Ändert sich die Position Finnlands auf dem internationalen literarischen Feld? Die Frankfurter Buchmesse spielt eine wesentliche Rolle für den ganzen Literaturbetrieb: von den Autoren über die Verlage bis zum Buchhandel, zu den Agenturen und Übersetzern. Die Buchmesse gilt jedoch auch als „multifunktionales“ Ereignis, dessen Funktion nicht rein literarisch ist (vgl. Niemeier 2001). Die enge Verflechtung des kulturellen Aspekts mit dem kommerziellen zieht die theoretische Überlegung nach sich, inwieweit das literarische Feld überhaupt noch als autonom betrachtet werden kann.

## 1.2 Material und Methode

Bei der vorliegenden Arbeit handelt es sich um eine empirische Untersuchung, deren Methoden aus den Bereichen der Literatursoziologie und Kulturwissenschaften stammen. Der methodische Ausgangspunkt ist mittels einer rekonstruktiven Prozessanalyse die konkrete Gegenüberstellung der Zielsetzung des Projekts mit den Ergebnissen der Analyse seiner öffentlichen Rezeption. Darüber hinaus werden sowohl die Frankfurter Buchmesse als auch die dort präsentierte finnische Literatur im Lichte der Bourdieuschen Theorie des literarischen Feldes betrachtet. Das Untersuchungsmaterial setzt sich aus

unterschiedlichen Dokumenten wie Protokollen und Berichten, Zeitungsartikeln und Interviews zusammen. Den Verlauf des Ehrengastprojekts habe ich in Echtzeit bei Besprechungen, Veranstaltungen und auf der eigentlichen Buchmesse selbst verfolgt. Nach der Buchmesse habe ich die Informationen mit Protokollen, Evaluationsberichten und Pressematerialien ergänzt. Die Rezeption des Ehrengastauftritts und der finnischen Literatur in Deutschland wurde anhand der öffentlichen Diskussion analysiert. Die Auswirkungen des Projekts wurden mit Hilfe von Interviews erläutert. Sonstige Materialien wie Statistiken und einige Berichte aus den finnischen Medien unterstützen die Analyse.

### 1.2.1 Schriftliches Material zum Verlauf des Projekts

Die Zusammenstellung des Materials ging von der Absicht aus, die Erwartungen und Ziele, die Vermittlungstätigkeiten und die zentralen Botschaften der Organisatoren zu analysieren. Als Ausgangspunkt diente eine Vorstudie, die einen Vorschlag zur Durchführung des Ehrengastprojekts darstellte, sowie die Strategie des Projekts nach deren Veröffentlichung (Tapaninen 2007; FILI 2012; s. Anhang 1). In der Zusammenstellung des Materials zum Verlauf des Projekts waren FILI<sup>5</sup>, das Finnland-Institut in Deutschland<sup>6</sup> und das Ministerium für Bildung und Kultur die wichtigsten Informanten.

Den Verlauf des Projekts habe ich mit Hilfe von unterschiedlichen schriftlichen Materialien nachgezeichnet. Dazu gehörten u. a. Protokolle, Newsletter, Presse-mappen und Schlussberichte. Eine Kooperationsgruppe mit Vertretern der finnischen Literatur- und Kulturbranche hat sich im Zeitraum vom 6.6.2011 bis zum 8.9.2014 laut der Protokolle insgesamt 15 Mal getroffen. Die Protokolle der Kooperationsgruppe beleuchten die Erwartungen der Beteiligten, die zentralen Entscheidungen, die Vorbereitung und Hintergründe der strategischen

---

<sup>5</sup> *Finnish Literature Exchange*, der Hauptorganisator des Ehrengastprojekts. Die Organisation arbeitet seit 1977 im Bereich Export und internationale Bekanntheit finnischer Literatur. FILI fungiert als Teil der finnischen Literaturgesellschaft, SKS (Suomalaisen Kirjallisuuden Seura), die ihre Tätigkeit schon 1831 aufnahm. FILI ist eine eigenständige Institution innerhalb der SKS und wird ca. zu 80 Prozent öffentlich finanziert. Die Rolle FILIs im Literaturexport ist die Förderung der Exportprozesse, sowohl finanziell als auch praktisch (FILI 2015). Die Schwerpunkte der Arbeit liegen auf einheimischen und internationalen Konferenzen für Übersetzer, der Teilnahme an der Vermarktung finnischer Literatur und der Verstärkung der Sichtbarkeit finnischer Literatur auf den internationalen Buchmessen und Literaturevents.

<sup>6</sup> Das Finnland-Institut in Deutschland gehört zum Netzwerk der 17 finnischen Kulturinstitute, die in verschiedenen Ländern tätig sind. Das Finnland-Institut arbeitet auf der lokalen Ebene in Deutschland und in den deutschsprachigen Ländern und fungiert als eine Art „Dolmetscher“ zwischen den Ländern (F-I 2015).

Zielsetzung sowie den Verlauf des Projekts. Die ersten Protokolle aus den Jahren 2011 und 2012 stellte das Ministerium für Bildung und Kultur zur Verfügung, die weiteren Protokolle (2012–2014) das Finnland-Institut.

Den Verlauf des Projekts habe ich im Ehrengastjahr weiter mit Hilfe der Öffentlichkeitsarbeit der Projektorganisation verfolgt. Auf der Webseite des *Finnland.Cool.*-Projekts sammelte ich die monatlichen Pressemitteilungen zwischen Oktober 2013 und November 2014, um damit die Projektbotschaft zu analysieren. Des Weiteren analysierte ich die Materialien der Presseveranstaltungen und -konferenzen. Als Material wurden die offiziellen Pressemappen der Pressekonferenz auf der Leipziger Buchmesse im März 2014, der Pressekonferenz in Frankfurt im Juni 2014 und die offizielle Pressemappe des Ehrengastes von der Buchmesse im Oktober 2014 verwendet.

Nach dem Messejahr wurden zum Ehrengastprojekt insgesamt drei Schlussberichte veröffentlicht. FILI hat den Verlauf des Gesamtprojekts in einem eigenen Bericht erläutert. Der Bericht von FILI lässt jedoch das Satellitenprogramm außer Acht. Das Finnland-Institut hat den Verlauf und die Evaluation des Satellitenprogramms in einem eigenen Bericht dokumentiert. Die Verwaltung, das Kooperationssystem und das Managementkonzept des Projekts wurden in einem externen, von Cupore (The Foundation for Cultural Policy Research) im Auftrag von FILI erstellten Bericht ausgewertet.<sup>7</sup> (s. Saukkonen/Sivonen 2015; Backman 2015a; FILI 2015)

### 1.2.2 Material zur Analyse der öffentlichen Diskussion

Den größten Teil des Materials der Untersuchung bilden 128 Zeitungsartikel aus zehn deutschen Tages- und Wochenzeitungen sowie -zeitschriften der Publikumspresse. Aus Ressourcengründen fokussierte die Untersuchung lediglich auf Tageszeitungen und Wochenzeitschriften und deren Onlineversionen. Auf die Untersuchung von reinem Internetmaterial wurde wegen dessen Unüberschaubarkeit verzichtet. Die Artikel wurden sowohl mit einer Medienverfolgung der Print- und Onlineversionen in Echtzeit während des Messejahres als auch mit Hilfe der Online-Archive zusammengestellt. Innerhalb des Ehrengastjahres wurde die Berichterstattung von einer Vielzahl von sowohl

---

<sup>7</sup> Im Falle einiger den Verlauf des Projekts behandelnden Berichte war die Sammlung des Materials anspruchsvoll. Dem ursprünglichen Plan nach wollten die Organisatoren einen Schlussbericht vom gesamten Projekt in einer Pressekonferenz in Finnland veröffentlichen. Vom Projekt wurde jedoch keine einheitliche Gesamtevaluierung erstellt. Nach dem Projekt wurden die Ergebnisse kaum in der Öffentlichkeit behandelt.

regionalen als auch überregionalen Zeitungen und Zeitschriften systematisch verfolgt, um einen möglichst breiten Blick von der Diskussion zu bekommen.

Die Medien, aus denen Artikel für eine genauere Analyse ausgesucht wurden, wurden erst anhand der zeitnahen Betrachtung der öffentlichen Diskussion im Messejahr ausgewählt. Die ausgesuchten Zeitungen und Zeitschriften waren dabei sowohl überregional als auch regional ausgerichtet. Folgende Zeitungen wurden in der Analyse verwendet: *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)*, *Süddeutsche Zeitung*, *Neue Zürcher Zeitung (NZZ)*, *TAZ*, *Die Welt*, *Die Zeit*, *Der Spiegel*, *Der Tagesspiegel*, *Berliner Zeitung* und *Frankfurter Rundschau*. Ebenso wurden die Spezialausgaben und Beilagen der Zeitungen berücksichtigt. Darunter waren die *Zeit Literatur* und *Der Kulturspiegel* als auch die Literaturseiten der *FAZ*, der *Süddeutschen Zeitung* und der *Frankfurter Rundschau* sowie eine Sonntagbeilage des *Tagesspiegels*.

**Tabelle 1.** Die Anzahl der Berichte pro Zeitung/Zeitschrift

Zeitung	Literatur	Finnland	Messeauftritt	Insgesamt
FAZ	7	8	12	27
Tagesspiegel	15	10	1	26
Frankfurter Rundschau	9	2	10	21
TAZ	8	2	3	13
Berliner Zeitung	8	1	1	10
Süddeutsche Zeitung	10	0	0	10
NZZ	4	3	2	9
Die Welt	6	0	2	8
Der Spiegel	5	0	0	5
Die Zeit	3	0	0	3

Mit der Auswahl genau dieser Quellen wurde versucht, einen deutschlandweiten Blick über die allgemeine Diskussion zu Finnlands Ehrengastauftritt zu gewinnen. Alle ausgewählten Zeitungen und Zeitschriften haben auch insgesamt relativ viel zur Buchmesse geschrieben, was auch meine Auswahl bestimmte. Die Tabelle 1 zeigt die Verteilung der Artikel zwischen den Zeitungen.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Die erste Aufteilung des Materials erfolgte nach den Suchkriterien zu Kategorien Literatur, Finnland und Messeauftritt. S. dazu Kap. 6.1. Vier Artikel wurden in mehreren Zeitungen veröffentlicht, hierfür steht die Anzahl der Artikel in der Tabelle 132.

Für die genaue Auswahl der Artikel wurden unterschiedliche Kriterien benutzt. Als erstes Kriterium galt die zeitliche Begrenzung von Oktober 2013 bis zum Dezember 2014, also in etwa das Jahr von der Buchmesse 2013, als Finnland zum ersten Mal mit dem Ehrengasttitel präsentiert wurde, bis zur Buchmesse 2014 mit ihren Folgen. Die ausgewählten Artikel bilden im Sinne Foucaults ein Formationssystem, bei dem die für diese Arbeit bestimmten Diskursstränge von Bedeutung sind.<sup>9</sup> Zunächst lag der Fokus auf der Frage, welche Diskursstränge überhaupt zu finden waren und was für eine Verbindung in dem jeweiligen Artikel zum finnischen Ehrengastauftritt aufgezeigt werden konnte. Weiterhin ging es darum, davon die Diskursstränge abzugrenzen, die nicht direkt mit dem finnischen Auftritt in Verbindung gesetzt werden konnten. Eine solche diskursanalytische Sichtweise wurde jedoch lediglich verwendet, um das Material zusammenzustellen. Die genauere Auswahl, Ordnung und Analyse der Artikel erfolgte durch inhaltliche Kriterien. Die sich voneinander unterscheidenden Aussagen bzw. Diskursstränge werden in der späteren Analyse einfachheitshalber als Themen bezeichnet.

Das erste inhaltliche Kriterium für die ausgewählten Artikel besagte, dass in dem Artikel sowohl Finnland als auch der Ehrengastauftritt erwähnt werden sollten. Mit diesem Kriterium wurde sichergestellt, dass Finnland in den Artikeln in Zusammenhang mit dem Ehrengastauftritt auf der Frankfurter Buchmesse behandelt wird. Das Kriterium schloss eine Vielzahl von Artikeln aus. Darunter gab es z. B. Reiseberichte, Sport- und Politiknachrichten, in denen Finnland Thema war. Einige von diesen Artikeln waren möglicherweise vom Ehrengastauftritt inspiriert, wiesen jedoch keinen direkten Bezug auf. Viele Artikel erwähnten lediglich, dass Finnland Ehrengast sei, fokussierten ansonsten aber allgemein auf die Buchmesse oder z. B. auf die internationale Buchbranche. Vor diesem Hintergrund wurde als zweites Kriterium festgelegt, dass das Hauptthema oder das größte Unterthema des Artikels einen Finnlandbezug aufweisen musste. Ausnahmen zu den oben genannten Kriterien waren Finnland-Artikel, die in den Buchmesse- oder Ehrengast-Beilagen veröffentlicht wurden. In diesen Fällen war der Zusammenhang mit dem Auftritt vom Kontext her klar.

Die literarische Diskussion spielt im Material eine zentrale Rolle. Es wurde festgestellt, dass Literaturartikel wie z. B. Rezensionen und Bücher- oder Autorenvorstellungen in vielen Fällen nicht zu den oben genannten Kriterien

---

<sup>9</sup> Der Diskurs-Begriff wird nach einer Zusammenstellung unterschiedlicher Interpretationen der Foucaultschen Diskurstheorie, wie Jäger (2012: 10; 76) zusammenfasst, als Wissen oder Aussagen verstanden, die in sprachlicher Form die Realität abbilden.

passten, weil oft nicht zusätzlich erwähnt wurde, dass Finnland Ehrengast ist. Es war aber wichtig, auch diese Artikel zu berücksichtigen, weil untersucht werden sollte, ob die deutsche Rezeption mit der Zielsetzung der Organisatoren und der Auswahl der Autoren übereinstimmte. Daher wurde entschieden, dass in den eigentlichen Literaturbeiträgen, das heißt Rezensionen, Autoren- und Büchervorstellungen sowie Autoreninterviews, die innerhalb des Messejahres publiziert wurden, nicht zusätzlich erwähnt werden musste, dass Finnland der Ehrengast ist.

Die Artikel der Online-Zeitungen und -Zeitschriften wurden mit den obengenannten Kriterien teilweise während des Ehrengastjahres ausgesucht, teilweise nach der Buchmesse in den Online-Archiven. Die ersten Suchbegriffe für die Online-Archive war die Kombination aus ‚Finnland‘ und ‚Ehrengast‘. Zudem wurden als Suchbegriffe ‚Finnland‘ und ‚Literatur‘ sowie ‚Finnland‘ und ‚Autor‘ benutzt. Weitere Spezifizierungen folgten mit den Begriffen ‚Finnland‘ und ‚Pavillon‘ sowie mit den Wörtern des Finnland.Cool.-Slogans. Die Kombination ‚Satellitenprogramm‘ und ‚Finnland‘ wurde ebenfalls verwendet, sie hat aber in den Online-Archiven zu keinen brauchbaren Ergebnissen geführt. Mit diesen Suchwörtern wurden, etwas abhängig von den Suchmöglichkeiten der Zeitungen und Zeitschriften, Artikel gefunden, die entweder beide Wörter oder eines von den beiden enthielten (s. Kap 6.1). Einige Artikel erschienen sowohl online als auch als Printversion, einige auch in mehreren Zeitungen, falls sie z. B. von Nachrichtenagenturen wie der *dpa* verfasst waren.

Eine Ausnahme in der Literaturdiskussion bildeten z. B. Artikel zum 100. Geburtsjahr von Tove Jansson, die unter dem Gesichtspunkt dieser Arbeit als ein eigenständiger Diskursstrang bzw. Themenbereich betrachtet werden konnten, dessen Auslöser allerdings nicht der Ehrengastauftritt war. Zu ihrem Jubiläum wurden zahlreiche Artikel veröffentlicht. Jedoch wurden in der Analyse nur diejenigen mitberücksichtigt, die ebenfalls mit dem Ehrengastauftritt verbunden werden konnten. Weiter wurden gelegentliche kleine Informationsspots und Artikelhinweise außer Acht gelassen. Die analysierten Artikel sind im Anhang 4 aufgelistet.

### 1.2.3 Interviews

#### *Experteninterviews*

Um ein Bild davon zu bekommen, welche Wirkung das Ehrengastprojekt und der Ehrengaststatus auf den finnischen Literaturexport hatten, wurden Interviews mit Verlegern und Agenturen sowie mit der Leiterin von FILI durchgeführt. Es

handelte sich um strukturierte Experteninterviews (s. Flink 2006: 118– 120). Als Experteninterview gelten Interviews, die spezifisch mit einer gewissen Zielgruppe mit bestimmten Kenntnissen zu dem jeweiligen Thema durchgeführt werden (Flink 2006: 218).

Die Absicht der Interviews mit den Verlagen und Agenturen war eine Spezifizierung der bereits durch die Analyse erhaltenen Informationen. Sie wurden erst nach der Analyse des Medienmaterials durchgeführt, damit die in der Analyse gesammelten Informationen in der Fragestellung verwendet werden konnten. Alle interviewten Verlage und Agenturen bekamen ähnliche Fragen. Es wurden also spezifische Informationen zu einigen in der Untersuchung bereits erarbeiteten Ergebnissen eingeholt (s. Anhang 6).

Insgesamt wurden die Fragen an 14 Verlage und Agenturen geschickt. Bei den befragten Verlagen wurden solche ausgewählt, die auch nach der Buchmesse aktive Foreign-Rights-Tätigkeiten ausübten.<sup>10</sup> Alle befragten Personen vertraten zentrale Positionen in den Agenturen und Verlagen. Sie waren entweder Agenten oder hatten entsprechende Aufgaben in den Verlagen und deren Foreign-Rights-Abteilungen.

Den Befragten wurde die Möglichkeit gegeben, entweder telefonisch oder per E-Mail zu antworten. Sie wurden gebeten, fünf strukturierte Fragen, von denen zwei zweiteilig waren, zu beantworten (s. Anhang 6). Es wurde erklärt, für welchen Zweck die Antworten verwendet würden und in welcher Form die Fragen beantwortet werden können. Die Interviewten bekamen auch die Möglichkeit, anonym bleiben zu können. Es erwies sich dennoch als etwas problematisch, Antworten zu bekommen. Letztlich haben insgesamt fünf Verlage und Agenturen geantwortet. Davon wollten zwei anonym bleiben. Um ihre Anonymität zu bewahren, wurden alle Interviewten in der Analyse mit ihrer Funktion bezeichnet. Da es schwierig wurde, passende Termine zu finden, wurde entschieden, dass alle Interviews per E-Mail durchgeführt wurden.

Mit der Leiterin von FILI wurde nach der Buchmesse ein Treffen anberaumt.<sup>11</sup> Auf der Grundlage des Treffens wurde auch sie nach den Interviews der Verlage

---

<sup>10</sup> Befragte Verlage und Agenturen: Atena kustannus, Bonnier Rights, Elina Ahlbäck Agency, Into, Karisto, Lurra, Minerva, Nemo, Otava, Siltala, Stilton Agency, Schildts&Söderströms und Teos.

<sup>11</sup> Iris Schwank, die langjährige Leiterin von FILI und die Leiterin des Ehrengastprojekts, ist am 1.6.2015 in den Ruhestand gegangen. Als Schwanks Nachfolgerin fing am 1. Juni 2016 Leena Majander an, die während des Ehrengastprojekts noch als Vertreterin des Verlegerverbandes tätig war. Die Interviews nach der Buchmesse wurden mit Majander durchgeführt.

und Agenturen nochmals per E-Mail interviewt. Zusätzlich zu den Fragen, die den Verlagen und Agenturen gestellt wurden, wurden ihr Fragen gestellt, die auf die bereits durchgeführten Interviews aufbauten (s. Anhang 6).

#### *Kurzinterviews mit dem Messepublikum*

Als Hintergrund für die gesamte Untersuchung, besonders in Bezug auf die öffentliche Rezeption, wurde die Gelegenheit eines Besuchs auf der Frankfurter Buchmesse genutzt, um kurze Interviews mit dem Messepublikum durchzuführen. Eine ursprünglich vorgesehene größere Befragung an den Fachbesuchertagen erwies sich als impraktikabel. Daher wurden während der Fachbesuchertage kurze Interviews mit dem Messepublikum geführt.

Die Daten aus den Antworten wurden mit Hilfe einer quantitativen Analyse gesammelt. Es wurden Häufigkeiten ausgewertet, die andere Analyseteile wie etwa die Analyse des Medienmaterials, unterstützten. Da es sich mit 52 Kurzinterviews um eine für eine quantitative Untersuchung sehr kleine Menge von Antworten handelt, sind diese Daten lediglich als richtungsweisende Hintergrundinformationen für die Analyse zu verstehen. Die Fragen und eine Zusammenfassung der Antworten werden im Anhang 7 vorgestellt.

#### 1.2.4 Zur Vorgehensweise

Zur Durchführung der vorliegenden Untersuchung habe ich auf unterschiedliche Instrumente zurückgegriffen. Da das Material zum größten Teil aktuell gesammelt wurde, konnte zu Beginn der Untersuchung noch nicht definiert werden, wie die Materialbasis aussehen würde. Daher konnte auch die verwendete Untersuchungsmethode im Detail erst während der Untersuchung entwickelt werden. Die Analyse bildet sich rund um das theoretisch-methodische Konzept des Kulturtransfers. Kulturtransfer ist ein dynamischer Prozess, der sich zwischen den Exporteuren und den Rezipienten in beiden Richtungen bewegt. Als methodischer Ansatz dient der Kulturtransfer dazu, „die Wege, Medien und sprachliche Bedingungen für die Vermittlung von Kenntnissen über das jeweils andere Land“ zu thematisieren (Paulmann 1998: 31). Die Kenntnisse „über das jeweils andere Land“ bestehen nach Lüsebrink (2008: 129) aus „Texten, kulturellen Objekten und Praktiken“. Weiter dient der Aspekt des Kulturtransfers in dieser Untersuchung als Basis für die genauere Betrachtung des Ehrengastprojekts und dessen Wirkungen aus Sicht der Bourdieuschen Theorie des literarischen Feldes (s. Kap 2.4).

Bei der vorliegenden Arbeit handelt es sich um eine rekonstruktive Prozessanalyse, die hauptsächlich mittels einer quantitativ unterstützten, qualitativen Inhaltsanalyse durchgeführt wird. Die Analyse folgt den verschiedenen Phasen des Kulturtransferprozesses: Selektion, Vermittlung und Rezeption (s. Kap. 2.4). Für die Analyse der unterschiedlichen Materialien wurden jeweils unterschiedliche Methoden verwendet. Bei der Auswertung der Wege und Art und Weise des Transfers dienten Methoden aus dem Bereich der qualitativen Evaluationsforschung als Ausgangspunkt (u. a. Nohl 2006; Flink 2006; Mäkelä 1990). Diese Ansätze stützten das Verfolgen des Projekts, die Durchführung der Interviews, die Strukturierung des schriftlichen Materials und den Vergleich der Ergebnisse der verschiedenen Analyseschritte. Für die genauere Analyse des Textkorpus diente die Inhaltsanalyse nach Werner Früh (2015) als Orientierung (s. Kap. 6.1.1).

Die Untersuchung begann mit der Beobachtung der Vorbereitung des Projekts.<sup>12</sup> Ab dem Jahr 2012 verfolgte ich die Vorbereitung und Durchführung des Projekts. Zunächst stützte sich die Beobachtung auf die Korrespondenz mit der Projektleitung und auf einige Gespräche mit den teilnehmenden Institutionen. In Besprechungen und Treffen mit der Projektorganisation habe ich Hintergrundinformationen über die Erwartungen und Ziele der Organisatoren gesammelt. Vor dem tatsächlichen Auftritt fanden drei Treffen mit der Leitung des Ehrengastprojekts statt. Mit der Leitung des Satellitenprogramms wurden im Finnland-Institut insgesamt vier Treffen organisiert. Weiter hat es das Finnland-Institut ermöglicht, einige interne Besprechungen mit den Kooperationspartnern zu verfolgen. Auf der Frankfurter Buchmesse selbst konnte ich von Mittwoch, den 8. bis Freitag, den 10. Oktober 2014 an Lesungen und finnlandbezogenen Veranstaltungen teilnehmen und die Reaktionen des Publikums beobachten, Fragen der Journalisten und der Interviewer notieren sowie die Teilnehmerzahlen in den Lesungen und anderen Veranstaltungen beobachten. Von den Gesprächen mit den Vertretern der beteiligten Institutionen und von den eigenen Beobachtungen auf der Frankfurter Buchmesse 2014 machte ich Notizen. Die Notizen der Projektbeobachtung dienten dazu, Basiswissen über die Erwartungen, Entscheidungen sowie über die Rezeption zu sammeln, um daraufhin die genauere Analyse des Kulturtransferprozesses anzugehen.

Mit der Analyse des schriftlichen Materials wie der Protokolle, Newsletter und Pressemappen wurden die Erwartungen, Vermittlungsmaßnahmen und der Verlauf des Projekts genauer beschrieben. Mit Hilfe von gezielten Fragen wurden

---

<sup>12</sup> Zu den Beobachtungstypen s. u. a. Bortz und Döring (2006: 262–277).

aus diesem Material häufig wiederkehrende Aspekte gesucht, die als Kernthemen interpretiert werden konnten, die die Organisatoren vermitteln wollten. Weiter wurden aufgrund der eigenen Beobachtungen und der Strategie des Ehrengastprojekts Ähnlichkeiten und Unterschiede erforscht, um die häufigsten Themen zusammenzufassen (s. Kap. 5.4). Die ausgesuchten Kernthemen wurden mit den in der Strategie vorgestellten Zielen verglichen, um herausarbeiten zu können, was die Organisatoren ursprünglich vermitteln wollten und welche Themen tatsächlich für die Vermittlung selektiert wurden.

Die Pressebeiträge wurden als Spiegel der öffentlichen Rezeption in Deutschland gesehen. Es wurde eine genauere Inhaltsanalyse der Artikel durchgeführt (Früh 2015). Die Ergebnisse der Analyse der Presseartikel dienten dazu, Anknüpfungspunkte zwischen der Kommunikation des Vermittlers (Projektorganisatoren) und den Rezipienten (der Presse als Repräsentanten des deutschen Publikums) zu erstellen. Dabei ging es nicht nur um eine Analyse der Rezensionen, sondern auch um eine erweiterte Analyse, in der die Ergebnisse der Rezeptionsanalyse mit den Ergebnissen der anderen Datenanalysen kritisch diskutiert wurden. Damit stellt die vorliegende Untersuchung ein Novum dar.

Die Rezeption im Zielland kann auch im Ausgangsland eine Wirkung aufweisen, wodurch der tatsächliche Transfer zustande kommt. Um die Wirkung des Projekts in Finnland herauszustellen, wurden die Evaluationsberichte des Ehrengastprojekts gelesen und miteinander verglichen. Durch die drei Evaluationsberichte wurde ein möglichst ganzheitliches Bild vom Verlauf und den unmittelbaren Ergebnissen des Ehrengastprojekts aus der Sicht der Projektorganisation und der mitbeteiligten Kooperationspartner gezeichnet. Dieses wird durch die finnische öffentliche Diskussion unterstützt. Die Diskussion in Finnland wurde sowohl mit der deutschen Diskussion als auch mit den Ergebnissen der Evaluationsberichte verglichen (s. Kap. 7.1).

Auf der Grundlage der Ergebnisse der Analyse der öffentlichen Rezeption und der Evaluationsberichte wurden die Fragen für die Experteninterviews erstellt (s. Anhang 6). Da die Protokolle, Berichte und Interviews den Verlauf und die Ergebnisse des Projekts alle unterschiedlich erläuterten, wurde durch einen Vergleich der verschiedenen Analyseschritte ein Gesamtbild erstellt.

### 1.3 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Untersuchung gliedert sich in drei Teile, den einleitenden und theoretischen Teil (Kap. 1–2), die Hintergründe (Kap. 3–4) und den empirischen

Teil mit den Schlussfolgerungen (Kap. 5–8). Die Struktur der Arbeit folgt im Wesentlichen den Zielen und der Fragestellung.

Im theoretischen Teil (Kap. 2) wird versucht, möglichst genau zu erläutern, wie sich die gesellschaftlichen Strukturen, Wege und Weisen für die internationale Vermittlung von Literatur und Kultur gestalten und wie sich die kommerziellen und kulturellen Ambitionen dabei zueinander verhalten. Da in den Untersuchungsgegenstand viele unterschiedliche Instanzen eingebunden sind, gestaltet sich der theoretische Teil relativ ausführlich.

Der Ausgangspunkt liegt in der Literatursoziologie und in der Theorie des literarischen Feldes von Pierre Bourdieu (u. a. 2001). Die Betrachtung des internationalen literarischen Feldes basiert auf Pascale Casanovas (2004) Vorstellung von „world literary space“. Um die Vermittlung von Literatur zu verstehen, liegt in der Theorie ein Fokus auf der literarischen Kommunikation, der Literaturkritik (u. a. Neuhaus 2009) und der internationalen Literaturrezeption (Grimm 1977) (Kap. 2.2). Darüber hinaus wird in Anlehnung an Ansätze sowohl aus den Literaturwissenschaften als auch aus dem Bereich des Buchmarketings erläutert, wie Literatur als Betrieb funktioniert (Kap 2.3).

Der Begriff Kulturtransfer, der mit Hilfe der Ansätze von Lothar Jordan und Bernd Kortländer (1995) und Hans-Jürgen Lüsebrink (2008) erklärt wird, dient dazu, die internationale Bewegung von Literatur und Kultur zu konkretisieren (Kap 2.4). Dabei spielen interkulturelle Kommunikation, Fremdwahrnehmung und die Begriffe ‚Image‘ und ‚Bild‘ eine Rolle. In der Erklärung dieser Begriffe werden neben der komparatistischen Imagologie auch Ansätze aus dem Bereich des Marketings und der Werbepsychologie verwendet (Kap. 2.5).

In den Kapiteln 3 und 4 werden die Hintergründe behandelt, die genauer in das Forschungsthema einleiten. Dabei wird zunächst die Entwicklung der Frankfurter Buchmesse zum zentralen Handels- und Marketingkanal und zum Treffpunkt des internationalen Literaturbetriebs erklärt. Weiter werden die Funktionen der Buchmesse auf Grund der bereits durchgeführten Studien erläutert. Als Hintergrund für die Betrachtung des finnischen Ehrengastauftritts werden die Rolle des Ehrengastes auf der Buchmesse und die Prämissen, die den Auftritt ermöglichen, beschrieben. Da der jeweilige Ehrengast die Verantwortung für die Verwirklichung und Durchführung des Auftritts selbst trägt, gibt es zahlreiche unterschiedliche Auftritte. Im Kapitel 3.3.2 wird ein Blick auf einige vorherige Ehrengäste, deren Auftritte und deren Rezeption in den deutschen Medien geworfen. Als Beispielländer dienen u. a. Island, Neuseeland und Brasilien.

Die Planung des finnischen Ehrengastauftritts begann in einer politischen Atmosphäre, in der die Regierung verstand, dass gerade Kulturexport das Land bekannter machen und das Image Finnlands aufwerten könnte. Die Regierungsebene stand dem Projekt positiv gegenüber. Im Kapitel 4 werden die Hintergründe und die historische Entwicklung des finnischen Kulturexports erklärt. Weiter werden die Kultur- und Literaturexportstrategien vorgestellt, die als Grundlage des finnischen Auftritts fungierten. Da Deutschland als Zielregion beim finnischen Literatur- und Kulturexport traditionell eine wichtige Rolle spielt, wird im Kapitel 4.3 Deutschland als Zielregion genauer diskutiert. Mit der Frage nach der Zielregion oder der Zielgruppe des Ehrengastprojekts beschäftigte ich mich während der ganzen Untersuchung. Gerade die strategische Konzentration auf Deutschland im Rahmen des Ehrengastprojekts wurde nach dem Projekt bemängelt, obwohl die Rolle Deutschlands in der Planungsphase betont wurde.

Kapitel 5 fokussiert auf das finnische Ehrengastprojekt. Zunächst werden das Projekt, dessen organisatorische Struktur, die strategischen Ziele und der Verlauf vorgestellt. Es wird erläutert, wie der Auftritt und das Programm auf dem Messegelände gestaltet wurden. Aufgrund der im Kapitel 5.1–5.3 vorgestellten Informationen sowie der Pressematerialien und Newsletter der finnischen Organisatoren werden im Kapitel 5.4 die Kernbotschaften und die Mittel, die für die Vermittlung verwendet wurden, zusammengefasst. Zuständig für die Strategie und operative Durchführung des Ehrengastprojekts war FILI, die Exportorganisation der finnischen Literatur.

Die Kapitel 6 und 7 stellen die Ergebnisse der Analyse vor. Kapitel 6 konzentriert sich auf die öffentliche Rezeption der deutschen Presse. Zunächst werden in Kapitel 6.1 die Vorgehensweise und die Kategorisierung des Korpus vorgestellt. In den darauffolgenden Kapiteln 6.2–6.4 folgt eine strukturierte Analyse der Artikel. Im Kapitel 6.5 wird die Analyse der öffentlichen Diskussion zusammengefasst. Basierend auf der Diskussion in Kapitel 5 und der Analyse in Kapitel 6 werden in Kapitel 7 die Auswirkungen des Projekts auf das literarische Feld Finnlands reflektiert. Neben den bereits diskutierten Ergebnissen wird dabei auf die Evaluationsberichte der Organisatoren sowie auf die Antworten der Interviews eingegangen. Im letzten Analysekapitel 7.3 steht die Frage im Vordergrund, ob aufgrund der durchgeführten Untersuchung von einem autonomen literarischen Feld ausgegangen werden kann. Die Ergebnisse der Untersuchung werden im Kapitel 8 zusammengefasst.

## 2 THEORETISCHER HINTERGRUND

### 2.1 Das literarische Feld

#### 2.1.1 Die Theorie des literarischen Feldes

Der Ausgangspunkt des theoretischen Teils dieser Arbeit liegt in der Interaktion von Gesellschaft und Literatur. Literatur wird also in ihren gesellschaftlichen und sozialen Rahmenbedingungen betrachtet. Literatur als ein gesellschaftliches Phänomen bildet ein Netzwerk, in dem die verschiedenen Ebenen der Produktion, Distribution und Rezeption in Verbindung zueinander stehen. Für die Erläuterung der Literatur als Gesamtheit, ihre Funktionen und die internen und externen Zusammenhänge in der Gesellschaft bieten literatursoziologische Ansätze erläuternde Gesichtspunkte (vgl. Niemi 2000: 16). Die grundlegende Fragestellung der Literatursoziologie ist das Verhältnis von Literatur und Gesellschaft (Lethbridge 2004: 163). Zu unterscheiden sind hier die Literatursoziologie und die soziologische Literaturforschung. Letztere bezieht sich auf die Analyse literarischer Werke aus soziologischer Sicht und ist damit hier nicht relevant (vgl. Niemi 1991: 10).

Der Kern der Literatursoziologie ist nach Hans Norbert Fügen (1964: 2) zu fragen, „ob und in welcher Weise die Literatur als soziales Phänomen betrachtet werden kann“. Fügen (1964: 14) sah die Literatursoziologie als einen Ansatz, der sich auf die Menschen konzentriert, die mit Literatur zu tun haben und damit handeln. Literatursoziologie arbeitet mit sozialen Kriterien (Fügen 1964: 14f). Das heißt, der Ausgangspunkt ist nicht die Literatur als ästhetisches Objekt, sondern das menschliche Handeln im Bereich der Literatur. Gesellschaft und Kultur und damit auch die Beziehung zwischen Literatur und Gesellschaft sowie Literatur und Markt bilden die zentralen Forschungspunkte der Literatursoziologie. Niemi (2000: 12f) geht davon aus, dass die literarischen Strukturen und Organisationsmodelle tief in jeder Gesellschaft verwurzelt sind und die jeweiligen gesellschaftstypischen Eigenschaften gerade in der Literatur abgebildet sind.

Literatur als gesellschaftliche Institution zu bezeichnen, hat seinen Ursprung in den aus der Soziologie stammenden herausragenden Ansätzen der 1960er und 1970er Jahre (Nünning 2004: 103). Unter Literaturinstitution wird ein Netz von Strukturen, Handlungsrollen, Theorien und Begriffen verstanden, das

systematisch in einer Gesellschaft funktioniert (Nünning 2004: 103; Niemi 1991: 13). Eine Literaturinstitution besteht aus dem Zusammenwirken von Autoren, Vermittlern und Lesern. Das Interesse an den literarischen Institutionen bzw. an der Literaturinstitution verbindet sich mit der Systemtheorie von Niklas Luhmann, der Diskursanalyse von Michel Foucault und der Theorie des literarischen Feldes von Pierre Bourdieu. Sie alle betrachten Literatur in Systemen, Diskursen und Feldern und erklären dadurch die Basis der Verbindung der Literatur und der Gesellschaft.

Relevant sind in dieser Untersuchung die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen von Literatur sowie die internationale Bewegung der Literatur. Literatur an sich wird hier grob nach dem alltäglichen Gebrauch des Literaturbegriffs verstanden. Literatur bezieht sich auf schriftliche Texte, die in Form von Büchern, E-Books o. ä. veröffentlicht wurden. Es geht um die Vermittlung von Büchern und deren Inhalte. Literatur wird sowohl als Artefakt als auch als Inhalt bzw. als ästhetisches Objekt verstanden. Das Letztere bezieht sich sowohl auf institutionelle Definitionen als auch auf subjektive Erfahrungen, die z. B. in der Rezeption von Literatur zu beachten sind. Das Artefakt bezeichnet wiederum das physische Objekt, also einen Gegenstand wie das Buch als Ware (vgl. Niemi 1991: 11). Die genauere Begrenzung des Begriffs beispielsweise auf bestimmte literarische Kategorien ist hier weniger wichtig, da der Ausgangspunkt eher der institutionelle Kontext bzw. die institutionellen Strukturen sind. Es ist jedoch anzumerken, dass die institutionellen Strukturen die literarischen Inhalte beeinflussen und die literarischen Inhalte wiederum die institutionellen Strukturen mitgestalten und so eine Wechselbeziehung bilden (Niemi 1991: 24).

Von den oben genannten literatursoziologischen Ansätzen dient die Theorie des literarischen Feldes von Pierre Bourdieu als theoretische Basis dieser Untersuchung. Bourdieu hat statt mit der literarischen Institution mit einem Konzept des literarischen Feldes gearbeitet. Die sozialen und ökonomischen Kräftebeziehungen bestimmen demnach oft die Konstruktion des gesamten literarischen Feldes. Daher dient die Bourdieusche Theorie hier als Ausgangspunkt für die genauere Betrachtung der Aktivitäten rund um die Literatur. Andreas Dörner und Ludgera Vogt (2013: 124) fassen den Kern der soziologischen Betrachtung des literarischen Feldes in folgender Weise zusammen: „Thema ist also das Netzwerk von Erwartungen und Einflussnahmen, in das jeder Akteur im Literaturbetrieb verstrickt ist“.

Bourdieu (u. a. 2001) hat die Gesellschaft in unterschiedliche Räume bzw. Bereichen geteilt, die er mit dem Begriff ‚Feld‘ bezeichnet. Das Feld im Allgemeinen dient laut Joseph Jurt (1995: 81) „dazu, den globalen

Gesellschaftsbegriff zu differenzieren und der realen Autonomisierung der einzelnen Bereiche Rechnung zu tragen“. Eine Gesellschaft ist in verschiedene Felder aufgeteilt, die alle ihre eigenen Strukturen, Akteure und Funktionslogik haben. Der Feld-Begriff als räumliche Metapher unterscheidet die einzelnen gesellschaftlichen Bereiche wie ökonomisches, kulturelles, religiöses oder politisches Feld voneinander. Der Feld-Begriff bezeichnet nicht nur territoriale Felder, sondern erläutert gleichzeitig die gegenseitigen Beziehungen der Felder, die in Konkurrenz zueinander stehen. Bei der Betrachtung eines Feldes im Allgemeinen wird das Verhältnis von Sozialem und Kulturellem im soziokulturellen Raum betrachtet. Das Feld ist eine Dimension eines „relativ autonome(n) Raum(s)“, der sich durch die Handlungsstrukturen der Akteure gestaltet (Baasner/Zens 2005: 230).

Als Ausgangspunkt für Bourdieus Theorie dient die Entwicklung des französischen literarischen Feldes zu einer eigenständigen Institution, die relativ unabhängig von den Normen und Werten der umliegenden Gesellschaft, z. B. vom ökonomischen Feld, funktionierte (s. u. a. Bourdieu 2001: 83–93). Zentral in der Theorie ist nach Rainer Baasner und Maria Zens (2005: 233) die Betrachtung der verschiedenen Aspekte und Phasen der literarischen Produktion, Vermittlung und Rezeption aus Sicht der Akteure und Institutionen und ihrer gesellschaftlichen Funktionen und Beziehungen. In Bourdieus Theorie wird das literarische Feld als Teilbereich eines größeren kulturellen Raums im Feld der Macht gesehen (Bourdieu 2001: 203). Die Ausgangspunkte der Theorie Bourdieus liegen nach Neuhaus (2009: 74) in einer marktwirtschaftlich orientierten Gesellschaft, in der Konkurrenz als Antriebskraft fungiert.

„Das Feld ist ein Kraft- und Machtfeld“, in dem die Akteure permanent im Konkurrenz zueinander stehen (Jurt 1995: 86). Die verschiedenen Akteure des literarischen Feldes kämpfen um ihre Position und ihren Status im Feld. Die Theorie betrachtet also „den Prozess der Machtbildung und gesellschaftlichen Hierarchisierung“ und fragt, wie ästhetische Objekte in diesen eingebunden sind (Dörner/Vogt 2013: 136). Dadurch gestaltet sich die innere Struktur des Feldes (vgl. Bourdieu 2001: 365–371). Die Machtkämpfe und die Positionierung der Akteure innerhalb des Feldes werden mit Hilfe der zu Bourdieus Terminologie gehörenden Begriffe ‚Kapital‘ und ‚Habitus‘, die er in seinem Werk *Die feinen Unterschiede* erläutert, determiniert (Bourdieu 2013). (Jurt 1995: 93; Dörner/Vogt 2013: 157)

Mit dem Begriff ‚Kapital‘ beschreibt Bourdieu eine Gesamtheit von „Einfluss und Macht“ im jeweiligen Feld (Bourdieu 1997: 35). Das Kapital umfasst eine ökonomische und eine symbolische Seite. Die symbolische Seite steht für den

sozialen und den kulturellen Teil des Kapitals. Als Beispiel für symbolisches Kapital dient laut Dörner und Vogt (2013: 153) z. B. die Kategorisierung eines Buches im Verlag. Auch die Kritiker wählen der Marketingarbeit des Verlags oder der konkreten Kategorisierung wie Bestsellerlisten entsprechend gewisse Bücher aus. Eine hohe oder niedrige Position auf den Listen oder z. B. gute oder schlechte Kritik kann das symbolische Kapital vermehren oder verringern. Niemi (1991: 162) spricht vom kulturellen Kapital, das zur symbolischen Seite des Kapitals gehört, und resümiert, dass das kulturelle Kapital im literarischen Feld als Mittel für die Beherrschung des Feldes dient. Demzufolge wird u. a. eine positive Kritik als Vermehrung des „kulturellen Kapitals“ gesehen, also als Teil der symbolischen Seite des gesamten Kapitals. Das Eigentum wie Geld und Aktien wird in der Theorie als ökonomisches Kapital bezeichnet (Plachta 2008: 14; Jurt 1995: 78f). Die Gesamtheit des Kapitals beeinflusst die Beziehungen und die Positionierung der Akteure im Feld (Dörner/Vogt 2013: 152).

Vereinfacht vermehrt also z. B. positive Medienpräsenz das symbolische Kapital und der dadurch steigende Verkauf das ökonomische Kapital. Bei den Kapitalarten handelt es sich um eine Zusammensetzung von Fähigkeiten, Prestige, Erfolg o. ä., die zur Macht auf dem literarischen Feld, aber auch zum ökonomischen Gewinn kumulieren. Kennzeichnend für das Kapital ist, dass es nur innerhalb des jeweiligen Feldes seinen Wert hat. Eine Institution oder ein Akteur hat also nicht automatisch den gleichen „Wert“ oder dasselbe „Prestige“ in verschiedenen Feldern, auch wenn sie/er z. B. sowohl im politischen Feld als auch im literarischen Feld tätig ist. Dies gilt auch für Personen. Jemand, der auf dem ökonomischen Feld über ein großes Kapital verfügt, hat es nicht automatisch auch auf dem literarischen Feld (Jurt 1995: 78f).

Da, wo das Kapital, sowohl das ökonomische als auch das symbolische, den Wert eines kulturellen Produkts oder die Stellung und Macht eines Akteurs objektiv bestimmen kann, ist der Habitus eher ein subjektbezogener Begriff. Nach Bourdieu (2013: 277) ist der Habitus das „Erzeugungsprinzip objektiv klassifizierbarer Formen von Praxis und Klassifikationssystem (principium divisionis) dieser Formen“. Mit ‚Habitus‘ werden in Bourdieus Feldtheorie „unbewusste Verhaltensdispositionen“ eines Subjekts bezeichnet (Schössler 2006: 52). Nach Dörner und Vogt (2013: 54) umfasst Habitus die „im Prozess der Sozialisation erworbenen Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsmuster“. Habitus steht nach Niemi (1991: 162) für die Gesamtheit von Beruf und Ausbildung eines Intellektuellen, z. B. eines Autors, und für die Glaubensvorstellungen, die mit dieser Gesamtheit zusammenhängen.

Habitus setzt sich aus verschiedenen Elementen wie z. B. der Bildung oder Erziehung zusammen. So kann etwa durch die Individualität der Bildung einer Person die Bildung ein Teil des Habitus eines Autors sein. Damit kann Habitus auch klassenbezogen sein in dem Sinne, dass z. B. der ökonomische Hintergrund eines Akteurs seine Bildung beeinflusst – auch wenn ‚Klasse‘ sich nicht nur auf den traditionellen gesellschaftlichen und ökonomischen Hintergrund bezieht, sondern auf eine Gesamtheit von „kulturellen und relationalen Merkmale(n)“ (Sill 2001: 35). Habitus bezieht sich eher auf Personen, die in dem Feld tätig sind. Niemi (1991: 164f) vergleicht den Habitus-Begriff sowohl mit der durch das Kapital kumulierten literarischen Macht einzelner Akteure als auch mit der Fähigkeit, literarische Inhalte zu produzieren. Er betont, dass Habitus in den literarischen Prozessen sowohl mit der Produktion literarischer Praxis als auch mit der Bewertung und Auseinandersetzung mit Literatur zu verbinden ist (Niemi 1991: 164). Habitus bezieht sich also eher auf die gesellschaftlichen Rollen der einzelnen Akteure wie Autoren, Kritiker, Verleger oder Übersetzer. Der Begriff beschreibt einen literarischen Akteur und dessen Stellung in der Gesellschaft durch seine Tätigkeit (Dörner/Vogt 2013: 55f). Zwischen Feld und Habitus besteht ein „wechselseitiges Bedingungsverhältnis“ und so kann das literarische Feld als eine Art Spielfeld dynamischer Prozesse angesehen werden (Jurt 1995: 81). Daraus resultieren die Kraft- und Kampffelder innerhalb des Feldes.

Die Struktur und die Beziehung zur umliegenden Gesellschaft definieren die sogenannte „relative Autonomie“, also die relative Eigenständigkeit bzw. Eigengesetzlichkeit, die Bourdieu dem literarischen Feld zuspricht (Plachta 2008: 14). Autonomie spiegelt die Unabhängigkeit des literarischen Feldes gegenüber anderen Feldern, z. B. dem ökonomischen Feld, wider. Das heißt, dass das literarische Feld z. B. im Gegensatz zum ökonomischen Feld im Laufe der Zeit eigene Handlungsmuster und eigene Werte und Normen, eine sogenannte eigene Logik, entwickelt hat, die die Autonomie des Feldes ermöglicht. (Bourdieu 2001: 83–93)

Die Autonomisierung des literarischen Feldes kann als historischer Prozess gesehen werden (Casanova 2004: 83). Zusammenfassend heißt das, dass je älter und stärker die inneren Strukturen des Feldes sind, desto autonomer das Feld ist (ebd.). Der hohe Autonomisierungsgrad des literarischen Feldes definiert die dominierende Position des Feldes gegenüber anderen gesellschaftlichen Feldern. Dieses resultiert vor allem aus dem allgemein hohen symbolischen und ökonomischen Kapital des literarischen Feldes und aus den starken feldinternen Beziehungen (Jurt 1995: 82). Jurt (1995: 89) betont, dass die Dominanz gegenüber anderen Feldern durch die inneren Feldstrukturen zustande kommt

und „über die globalen Mechanismen des Marktes wirken kann“ (ebd.). Weil sich das literarische Feld als Spielfeld dynamischer Prozesse auffassen lässt und sowohl eine inhaltliche bzw. kulturelle Seite als auch eine kommerzielle Seite hat, sind die Grenzen des Feldes jedoch nicht eindeutig.

Jurt (1995: 88) hebt hervor, dass die Idee der relativen Autonomie auch kritisiert wurde. Als Problem der Theorie wurde gesehen, dass sie die Autonomie im Vergleich zur umliegenden Gesellschaft zu sehr betont (Jurt 1995: 88). Ist Literatur tatsächlich so frei von den Normen und Handlungsmustern der umliegenden Gesellschaft, oder beeinflussen die anderen gesellschaftlichen Felder doch die Entwicklung des literarischen Feldes? Indem das literarische Feld nur relativ autonom ist, ist es auch relativ abhängig vom politischen und ökonomischen Feld (Bourdieu 2001: 227). Dieser Doppelcharakter beeinflusst sowohl das Feld als auch das literarische Produkt und ist das große Paradox des literarischen Feldes (vgl. Jurt 1995: 92).

Die Betrachtung des literarischen Feldes zwischen Kunst und Ökonomie bringt die Frage mit sich, wie stark die beiden letztendlich zusammenhängen und wie stark das Feld der Ökonomie die Autonomie des literarischen Feldes mitbestimmt (Schütz 2010: 6). Schütz (2010: 7) geht im Vorwort des Werkes *BuchMarktBuch* davon aus, dass eigentlich Markt und Literatur nicht wesentlich eng miteinander verbunden sind. Er betont eher, dass die beiden Schnittstellen entwickelt haben, die einen Austausch von ökonomischem und symbolischem Kapital ermöglichen. Im geeignetsten Fall konvertiert das symbolische Kapital im Laufe der Zeit in ökonomisches Kapital, wie Stefan Neuhaus (2009: 81) zusammenfasst. Das passiert zum Beispiel, wenn die Autoren des internen Hierarchisierungsprinzips im Laufe der Karriere von der eingeschränkten bzw. Elitenproduktion, die das Einsammeln des symbolischen Kapitals unterstützt, sich in Richtung Großproduktion des äußeren Hierarchisierungsprinzips bewegen (vgl. Dörner/Vogt 2013: 245f).

Wie eng diese Schnittstellen mit der Autonomie des Feldes zusammenhängen, kann dann durch die innere Struktur des Feldes und die feldexternen Beziehungen erläutert werden. Die starken inneren Beziehungen und das hohe symbolische und ökonomische Kapital des literarischen Feldes geben dem literarischen Feld Macht gegenüber anderen Feldern. Die Frage nach der Autonomie des literarischen Feldes verbindet sich also zwangsläufig mit den Produktionsformen und „mit dem Doppelcharakter der kulturellen Produkts“ (Jurt 1995: 91).

### 2.1.2 Struktur des literarischen Feldes

Die innere Struktur des Feldes beruht auf zwei Arten von Logik, die aus der Natur der Kulturproduktion bzw. aus dem Doppelcharakter des Produkts stammen (Bourdieu 2001: 228; Wolf 2010: 211). Jurt (1995: 82) vergleicht die Struktur des Feldes mit „ein(em) Magnetfeld“, in dem die Form der einzelnen Bestandteile durch die Struktur bestimmt wird. Auf der einen Seite des Pols steht die „anti-ökonomische‘ Ökonomie der reinen Kunst“, die mit dem symbolischen Kapital verbunden ist (Bourdieu 2001: 203, 228). Mit reiner Kunst wird auf den Begriff „l’art pour l’art“, „die Kunst für die Kunst“, hingewiesen, also genau auf die Eigenständigkeit der Kunst bzw. des künstlerischen Feldes (Bourdieu 2001: 203; vgl. DUW 2016). Auf der anderen Seite steht wiederum „die ‚ökonomische‘ Logik der literarisch-künstlerischen Industrien“, d. h. der Markt und die kommerzielle Kunst (Bourdieu 2001: 203, 229).

Von der Logik des Feldes sind, wie oben bereits ausgeführt, zwei Hierarchisierungsprinzipien entstanden, die mit dem Grad der Autonomie des Feldes verbunden sind (Bourdieu 2001: 344). „Das Ausmaß an Autonomie, das in einem Feld der kulturellen Produktion jeweils herrscht, zeigt sich an dem Ausmaß, in dem das Prinzip externer Hierarchisierung hier dem Prinzip interner Hierarchisierung untergeordnet ist (...)“, fasst Bourdieu (2001: 344) zusammen.

Das ‚externe Hierarchisierungsprinzip‘, das im Feld der Macht und im ökonomischen Feld entsteht, bestimmt die äußeren Strukturen des literarischen Feldes. Sie bezieht sich u. a. auf den öffentlichen und wirtschaftlichen Erfolg und auf die Bekanntheit eines Autors innerhalb des breiten Publikums. Dadurch definiert sie auch die Position des Autors im Feld wie auch die Konstruktion seines Kapitals (Jurt 1005: 94). Die Prinzipien der äußeren Hierarchisierung regeln die heteronome Massenproduktion. Die Werke dieser Produktionsart werden stark verkauft, sie beherrschen die Bestsellerlisten und gewinnen oft an Sichtbarkeit in der öffentlichen Diskussion. Das externe Hierarchisierungsprinzip verbindet sich also mit dem ökonomischen Kapital und der Massenproduktion des literarischen Feldes und damit mit dem ökonomischen Erfolg eines Autors. Durch das sogenannte „interne Hierarchisierungsprinzip“ wird der Status bzw. die Anerkennung eines Autors innerhalb des eigenen Feldes der eingeschränkten Produktion beschrieben. Auf dem literarischen Feld handelt es sich um eine intellektuelle und künstlerische Beurteilung und um das symbolische Kapital. (Bourdieu 2001: 203; Jurt 1995: 90)

Letztendlich sind auch die einzelnen Prozesse miteinander verbunden, die Autonomisierung des Feldes mit der Produktion und die Produktion mit der Nachfrage und der Vermittlung. „Je größer die Autonomie, desto günstiger

gestaltet sich die symbolische Kräftebeziehung für Produzenten, die von der Nachfrage unabhängig sind“ (Bourdieu 1997: 39). Produzenten bzw. Autoren, die von der breiten Nachfrage weniger abhängig sind, haben ein hohes symbolisches Kapital, weil sie innerhalb des eigenen Fachgebiets anerkannt sind und in den autonomen, d. h. rein literarischen, Teilen des Feldes produzieren. Sie gehören also nicht zur Massenproduktion und werden nicht durch wirtschaftliche Faktoren geregelt. Ausgehend von den Hierarchisierungsprinzipien, fasst Bourdieu (2001: 345) zusammen, dass die Stellung eines Autors auf dem Feld zuletzt immer vom Umfang des Publikums und der Nachfrage und dadurch vom Markterfolg definiert wird. Auch die Autoren des inneren Hierarchisierungsprinzips brauchen die Nachfrage, um sich im Feld zu bewegen (Bourdieu 2001: 344–346). Dabei spielt Zeit ebenfalls eine wesentliche Rolle. Die Position ändert sich möglicherweise, je länger die Akteure in dem Feld tätig sind (Bourdieu 1997: 88). Neuhaus (2009: 16f) fasst die Antizipationen der Rezipienten und die Anerkennung im Feld mit der Aufmerksamkeit zusammen. Alle Literatur vermittelnden Institutionen streben nach Aufmerksamkeit, die oft den Erfolg, also die Akkumulation des Kapitals, determiniert. Jedoch kann

*„das ökonomische Kapital (...) die vom Feld offerierten spezifischen Profite (...) nur gewährleisten, wenn es in symbolisches Kapital umgewandelt wird. Die einzige legitime Akkumulation – für den Autor wie für den Kritiker, für den Gemäldehändler wie für den Verleger oder Theaterleiter – besteht darin, sich einen Namen zu machen (...)“ (Bourdieu 2001: 239).*

### 2.1.3 Positionierung der Akteure und Werke im Feld

Durch die Theorie des literarischen Feldes können die Positionen der Akteure und Werke im Feld betrachtet werden. Laut Dörner und Vogt (2013: 151) werden die „relevanten Positionen“ im Literarischen Feld „durch Autoren, Lektoren, Verleger, Kritiker, Publikum und Schule“ verteilt. Dazu gehören auch u. a. die verschiedenen Stiftungen und Institutionen, die auf dem literarischen Feld aktiv sind, darunter auch die Buchmessen. Alle, die in irgendeiner Weise die Kapitalsorten der Akteure beeinflussen, können ebenfalls Positionen auf dem Feld einnehmen (Dörner/Vogt 2013: 151f). Die innere Strukturierung des literarischen Feldes und die Beziehungen der Akteure bilden sich durch den Kampf „um die legitime Benennungsmacht“, also den „Kampf darum, wer anerkanntermaßen zwischen Kunst und Nichtkunst, guter und schlechter Literatur, Erhabenem und Trivialeem unterscheiden darf“ (Dörner/Vogt 2013: 147). Benennungsmacht hier bedeutet u. a. die Macht, aufgrund derer ein Buch von einem Verlag ausgewählt und bewertet wird.

Das Feld ist ein Feld der Positionen, in dem „die Werke in ihrer Beziehung zu anderen Werksorten und die Produzenten in ihrer Relation zu den anderen Autoren“ betrachtet werden (Jurt 1995: 94). Der grundlegende Gedanke ist, dass die Struktur des Feldes durch die Positionen der Akteure bestimmt wird. Die Position wird wiederum durch die Machtkämpfe, die Hierarchien der Pole der Produktion sowie die Zusammenstellung von Habitus und Kapital festgesetzt. Das literarische Feld ist ein Kräftefeld, das auf die Akteure je nach ihrer Position unterschiedlich einwirkt. Die Akteure sind in ständiger Konkurrenz zueinander, da sie den jeweiligen Stand des Kräftefeldes entweder verändern oder beibehalten wollen (Bourdieu 2001: 371).

*Jede Position ist durch ihre objektive Beziehung zu anderen Positionen (...) festgelegt. Alle Positionen hängen in ihrer Existenz selbst und in dem, was sie über ihre Inhaber verhängen, von ihrer aktuellen und potentiellen Situation innerhalb der Struktur des Feldes, das heißt innerhalb der Struktur der Verteilung der Kapital-(oder Macht-)sorten ab, deren Besitz über die Erlangung spezifischer, innerhalb des Feldes umstrittener Profite (wie literarisches Prestige) entscheidet. (Bourdieu 2001: 365)*

Die Struktur des Feldes und die Positionen innerhalb des Feldes haben mit der Produktion der Werke zu tun. Die Entstehung der Werke sieht Bourdieu (1997: 74) als eine Art „Ergebnis und Einsatz einer dauernden Auseinandersetzung“, in der die Werke als Positionierung Mittel und Resultat der Auseinandersetzungen sind (Bourdieu 1997: 72–74). Die Positionierungen, oder Stellungnahmen, wie Jurt (1995: 93) sie nennt, sind nach Bourdieu (2001: 366) selbstverständlich „literarische oder künstlerische Werke (...), aber auch politische Handlungen und Reden, Manifeste oder polemische Schriften“. Der Raum der Stellungnahmen und der Raum der Positionen stehen in Verbindung zueinander, da durch die Stellungnahmen, wie etwa durch literarische Werke, die Position beeinflusst wird. Im literarischen Feld ist also das literarische Werk das Mittel, wodurch die Akteure funktionieren und wodurch die Positionen der Akteure bestimmt werden. Die Veränderungen in der inneren Struktur des Feldes, das heißt z. B. neue Strömungen, werden durch den „Raum des Möglichen“ ermöglicht. Das ist der Raum der bereits vorhandenen Stellungnahmen oder „vollzogenen Positionierungen“, wie Bourdieu (2001: 371) ihn nennt. Das heißt, dass der Raum des Möglichen die vorhandenen Dispositionen bzw. Mittel für die Stellungnahmen, sozusagen „das durch kollektive Arbeit angehäuften Erbe“, zur Verfügung stellt (Bourdieu 2001: 371f). Der Raum des Möglichen ermöglicht im Großen und Ganzen Veränderungen auf dem literarischen Feld wie z. B. den Erfolg einer neuen Gattung. (Bourdieu 2001: 365f, 368f)

„Damit eine Innovation Erfolg hat, muss sie innerhalb des Systems schon als strukturelle Lücke, als mögliche Alternative vorhanden sein“, fasst Jurt (1995: 94) zusammen. Genau diese Alternativen sind es, die den Raum des Möglichen beherrschen. Nach Jurt (1995: 94) sind die neuen Innovationen, z. B. eine neue Gattung oder ein neues Buch, erst dann und eventuell auch nur dann erfolgreich, wenn eine feldstrukturelle Lücke bzw. eine Marktlücke bereits vorhanden ist (vgl. Dörner/Vogt 2013: 152). Das heißt, durch das, was der Raum des Möglichen anzubieten hat, entstehen neuen Strömungen (Bourdieu 2001: 373). Sobald eine neue Strömung auf dem Feld zu sehen ist, ändern sich die Kräftebeziehungen des Feldes (Bourdieu 1997: 74f). Die feldstrukturellen Lücken werden jedoch nicht einfach so gefüllt. Die neuen Strömungen müssen von einer Gruppe von Menschen innerhalb des Feldes anerkannt werden (Bourdieu 2001: 372f). Dörner und Vogt (2013: 151) zufolge entsteht ein literarisches Werk nicht in einem „luftleeren Raum“. Das bedeutet, dass ein Autor bereits im Schreibprozess mit Berücksichtigung auf das Feld und den möglichen Feldpositionen schreiben könnte. Dies gilt aber als Streitpunkt innerhalb der literaturwissenschaftlichen Diskussion. Der Gedanke verbindet sich mit der Idee einer feldstrukturellen Lücke oder einer Marktlücke. Das heißt, dass ein Autor schon im Schreibprozess eine Vorstellung von den anderen Positionen wie anderen Autoren, Kritikern, Verlegern, Agenturen und Lesern haben muss. Verleger, Kritiker und u. a. Preisverleiher haben von ihrer Warte aus wiederum die sogenannte Benennungsmacht, die das symbolische Kapital des Buches und des Autors beeinflusst.

Wie die Autonomie des literarischen Feldes insgesamt basieren auch die einzelnen Positionen auf einem historischen Prozess. Die Phänomene, die vor 200 Jahren eine zentrale Position auf dem Feld hatten, haben heute nicht mehr die gleiche Stellung (Bourdieu 2001: 375f; Jurt 1995: 94f). Der Zeitpunkt der Erscheinung beeinflusst u. a. die Rezeption und den Stellenwert der Werke (Bourdieu 2001: 375; Jurt 1995: 94). Das heißt also, dass durch das Schreiben und die Produktion eine neue Strömung von z. B. einer gewissen Gattung auf dem Feld entsteht. Alles hängt jedoch davon ab, ob das Publikum Bedarf für die neue Strömung empfindet und im Raum des Möglichen die nötigen Dispositionen vorhanden sind. Die feldstrukturellen Lücken können teilweise als Nachfragekonstruktionen interpretiert werden. In dieser Hinsicht könnten die feldstrukturellen Lücken auch von erfolgreich importierter Literatur gefüllt werden.

Wie die grundlegenden Elemente der Theorie des literarischen Feldes zeigen, spielen die verschiedenen feldinternen und feldexternen Beziehungen eine wesentliche Rolle in den Funktionen des literarischen Feldes. Das literarische

Feld kann als ein Prozess begriffen werden, der ein „Zusammenwirken von Dispositionen, von Akteuren und strukturellen Vorgaben“ ist (Jurt 1995: 96). Bourdieus Theorie bildet den Rahmen für die weiteren theoretischen Überlegungen, die sich durch die Bewegung von Literatur zum literarischen Feld verknüpfen. In den kommenden Kapiteln wird betrachtet, wie sich das Feld in einer internationalen Umgebung bildet, wie Literatur sich über die nationalen Grenzen hinaus bewegt und wie die Rollen sich innerhalb des Feldes verteilen.

#### 2.1.4 Die Internationalität des literarischen Feldes

„Die Internationalität der Literatur zu erforschen, ist eine große Aufgabe. Denn international ist Literatur nicht erst in neuerer Zeit geworden. International war sie immer“ (Lamping 2013: 25). Literatur eröffnet eine Tür zur interkulturellen Kommunikation und im besten Fall überwindet sie Grenzen zwischen verschiedenen Kulturen. Sie ist international. Die Frage lautet jedoch, inwiefern. Wie gestalten sich die überregionalen Literaturräume, folgt ein literarisches Feld einigermaßen den kulturellen und sprachlichen oder politischen Grenzen einer Region? Kann man überhaupt von einer territorialen Zuordnung von Literatur ausgehen? Inwiefern ist Literatur also national oder international? Auf diese Fragen wird im Folgenden näher eingegangen. (vgl. Jordan 1995: 36)

*Tatsächlich kennt die literarische Kultur keine, zumindest innerhalb der europäisch-abendländischen Tradition keine Grenzen. Sie blickt seit der Antike überall auf dieselben Traditionen zurück und hat sich weitgehend in denselben Gattungen entwickelt. Und doch sind wir es gewohnt, bei der Einordnung von Literatur in nationalen Kategorien zu denken. (Parry 1998: 88)*

Eine Basis der Betrachtung internationaler Literatur liegt in der Komparatistik: „Sie untersucht literarische Phänomene, die in irgendeiner Weise die Grenzen einer Literatur und Sprache überschreiten, mit einem Wort: die Internationalität der Literatur“ (Lamping 2013: 21). Wichtiger als ein tatsächlicher Vergleich ist in dieser Untersuchung die Lokalisierung der Grenzen der Literatur bzw. Literaturen. Zima (2011: 30) zufolge untersucht Komparatistik in Hinsicht auf die positivistische Tradition auch die „tatsächlichen Beziehungen“ oder die Wechselbeziehungen zwischen den Einzelliteraturen (vgl. Dyserinck 1988: 13). Das umfasst u. a. die Fragen der Image-Forschung in dem Sinne, wie Literatur Kulturen beschreibt und das kollektive Bewusstsein beeinflusst, die Definition der literarischen Felder bzw. Gruppen nach Ideologien, Sprachen oder Regionen oder die Spannungsfelder zwischen Nationalem und Internationalem (Zima 2011: 11, 69–72). Hier wird die Internationalität der Literatur durch das Konzept

eines internationalen literarischen Feldes betrachtet. Begriffe und Begrenzungen aus dem Feld der Komparatistik unterstützen diese Betrachtung. Pascale Casanovas (2004) Vorstellung von „world literary space“ bildet die Basis dieses Abschnittes.

Man könnte zunächst von einer vereinfachten Hypothese ausgehen: Die Grenzen des jeweiligen literarischen Feldes folgen den Grenzen der Länder und den Grenzen der Sprachregionen. Dies könnte man damit begründen, dass Literatur von einem Land in die anderen gezielt und geplant exportiert wird. Die Exportstrukturen wurden bewusst geschaffen, um Bücher zu exportieren. Folglich wäre Literatur also nicht automatisch international, sondern sie wird durch verschiedene, konkrete Maßnahmen international gemacht. Literatur ist aber von sich aus auch nicht automatisch national (vgl. Parry 2001: 83). Und der gezielte und geplante Export ist ein relativ modernes Phänomen. Die genauen Exportstrukturen wurden in vielen Ländern erst vor Kurzem geschaffen. U. a. in Finnland wurden staatliche Strukturen für den Kulturexport erst im 21. Jahrhundert geplant (Koivunen 2004). Jedoch waren weder literarische Phänomene noch einzelne Bücher vor der Schaffung der genauen Exportstrukturen lokal begrenzt. Neuhaus (2009: 27) betont, dass die Grenzen der Nationen oder Sprachen Literaturgeschichte nicht eingegrenzt haben. Die Wirkung der Autoren und der Werke haben sich über diese Grenzen hinaus ausgestreckt (ebd.). Literatur kann also auch ohne bestimmte Exportstrukturen international sein und sich ungezielt über die Ländergrenzen hinweg bewegen. Die Exportstrukturen allein machen Literatur nicht international, sondern helfen bei der Überschreitung der Grenzen der Regionen.

Bei der Betrachtung der Internationalität der Literatur und in der Erläuterung der möglichen Grenzen zwischen den literarischen Feldern werden hier zunächst einige Konzepte und Begriffe diskutiert. Die Internationalität der Literatur enthält viele Ebenen. Dazu gehören sowohl die Grenzen und die Struktur der Felder als auch die einzelnen Ebenen von der Übersetzungsproblematik bis zum Marketing und zur Rezeption. Um die Internationalität der Literatur zu untersuchen, müssen die möglichen Grenzen zwischen Weltliteratur und Nationalliteratur erläutert werden. Neben den beiden Begriffen werden das Konzept und die Struktur der ‚world literary space‘ und der ‚universalen Literatur‘ diskutiert.

Voraussetzung dafür, dass überhaupt von Grenzen oder von einer Internationalisierung bzw. Internationalität der Literatur die Rede sein kann, ist ein erkennbarer Unterschied zwischen den Einzelliteraturen der Länder oder Regionen. Nationale Grenzen werden in der Literaturwissenschaft gezogen:

„Solange es nationale Gesellschaften gibt, die legitime Objekte (Objektkonstruktionen) der Wirtschaftswissenschaft, der Soziologie und der Politologie sind, (...) wird es auch vernünftig sein, Literatur aus nationaler (nicht nationalistischer!) Sicht zu betrachten“ (Zima 2011: 15). Literatur kann durchaus aus nationaler Sicht betrachtet werden. Die nationalen Grenzen der Literatur dagegen können in Frage gestellt werden, wenn es z. B. um Sprachregionen geht, die sich über die nationalen Grenzen hinausstrecken.

Nationalliteratur wiederum kann man kurz als die Literatur eines Landes bezeichnen, also z. B. die Literatur Finnlands bzw. Finnlands Literatur oder finnische Literatur (Jordan 1995: 41). Die nationalen Grenzen sind hier von Bedeutung, weil Casanova (2004: 83) zufolge gerade die problematischen nationalen Literaturräume eine wesentliche Rolle für die Internationalität der einzelnen Literatur spielen. Casanova (2004: 34) geht in erster Linie davon aus, dass es unterschiedliche Nationalliteraturen mit unterschiedlichen Eigenschaften und eigenem Kapital gibt. Die Frage jedoch, wo die Grenze zwischen diese Literaturen liegt, wie und durch was sie bestimmt wird, ist strittig (Jordan 1995: 40). Nach Jordan (1995: 41) wird Nationalliteratur durch drei zentrale Faktoren beschrieben: Sprache, Politik und Wissenschaftsgeschichte. Wenn Nation als historisches Subjekt betrachtet wird, kann Literatur als Artikulation der kollektiven Identität dieses Subjektes gesehen werden. Dieses wirft jedoch Fragen auf: Kann z. B. eine Nationalliteratur in mehreren Sprachen geschrieben werden? Was passiert mit der Literatur, wenn ein politisches System zusammenbricht?

Das wichtigste Konzept nach Jordan (1995: 41) ist das sprachliche, wodurch „National- bzw. Einzelliteraturen die Summe der in einer Sprache verfassten Werke bzw. Texte oder, weiter gefasst, die in einer Sprache realisierten Literatursysteme“ ist (Jordan 1995: ebd.). Die Beschreibung durch die Sprache unterstützt den Gedanken, dass die politischen Grenzen der Nationen gerade im Bereich der Literatur nicht so stark wirken wie die sprachlichen und kulturellen Grenzen. Die Literaturtradition hält sich also nicht an politische Grenzen der Regionen, sondern kann sich über die Grenzen hinaus ausbreiten. Jedoch ist es Casanova (2004: 34) zufolge gerade die Sprache, die die Literatur grundsätzlich an die politischen Nationen bindet. Das könnte man damit erklären, dass Sprache, wie Casanova (2004: 34) feststellt, einer der Grundsteine der Nation und der nationalen Identität ist und das literarische Kapital als Werkzeug sowohl der Literatur als auch der Politik wenigstens ursprünglich mit der politischen Nation verbunden war (Casanova 2004: 115). Auch die Komparatistik beschäftigt sich damit, wie die politische Nation die literarischen Entwicklungen beeinflusst und wie das u. a. in der Rezeption zu sehen ist (Zima 2011: 11; 84f).

Die problematische Zuordnung der Literatur zu den Nationen scheint auch vom Blickwinkel abhängig zu sein. Die Grenzen sind schwer zu ziehen, weil gerade die Sprachregionen so eine zentrale Rolle spielen. Jedoch bleibt politische Begrenzung der Nationalliteratur oft beschränkter als die sprachliche, vor allem in einer historischen Betrachtung, denn gerade die politischen und nationalen Territorien haben sich über die Jahrhunderte geändert. Das hat durchaus auch die Literatur der Regionen beeinflusst. Es hat aber nicht unbedingt dazu geführt, dass gewisse literarische Regionen verloren gegangen wären oder sich genau den politischen Grenzen angepasst hätten. Diese Problematik verbindet die komparatistischen Fragestellungen mit den sozial- und gesellschaftswissenschaftlichen. In diesem Zusammenhang fragt Jordan (1995: 41), „wie viele deutsche Literaturen es gab bzw. gibt“. Ideologiegeschichte beeinflusst die Grenzziehungen, und es muss klar sein, welche Perioden diskutiert werden, wenn z. B. die Rede von osteuropäischer Literatur ist (Zima 2011: 84). Zima (2011: 12) stellt weiter die Frage nach der Kategorisierung der nationalen Literatur, die in mehreren Sprachen geschrieben wird wie die finnische oder schweizerische oder z. B. indonesische Literatur.

Es hat sich gezeigt, dass die problematische territoriale Zuordnung von Literatur sowohl durch die sprachlichen Grenzen als auch die Grenzen der Nationen zustande kommt. Sie muss in der je spezifischen historischen Situation betrachtet werden. Darum schlägt Jordan (1995: 41) vor, dass die Grenzziehung von Fall zu Fall durch eine Kombination der beiden Elemente untersucht werden sollte. Die Beziehung zwischen Sprache, Politik und Literatur bestimmt im Großen und Ganzen auch die Autonomie und die Internationalität des jeweiligen literarischen Feldes. Casanova (2004: 83) teilt Nationalliteraturen in zwei Typen von literarischen Räumen: „the great national literary spaces, which are also the oldest – and, accordingly the best endowed – and those literary spaces that have more recently appeared and that are poor by comparison“. Die neueren literarischen Räume sind oft solche, die sich durch politische Bewegungen geändert haben, z. B. die Regionen der ehemaligen Sowjetunion, oder die sprachlich und kulturell von einer oder mehreren Sprachen dominiert wurden, z. B. die bereits genannte Schweiz oder vom Kolonialismus betroffene Regionen (Casanova 2004: 84).

Casanovas Einteilung (2004: 83–85) in ältere und jüngere literarische Räume, die die Nation als Ausgangspunkt haben, hilft beim Verstehen der Unterschiede in der Internationalität, sowohl im Kapital der Akteure als auch in der Autonomie der einzelnen Felder. Casanova (2004: 83) sieht die Trennung zwischen den älteren und neueren literarischen Räumen als Folge einer historischen Entwicklung, in der die literarischen Ressourcen zwischen Nationen bzw. den

Räumen ungleich verteilt wurden. Als Folge dieser Entwicklung gelten dann vereinfacht gewisse (National-) Literaturen als international wirksam und gewisse nicht. Das, was hier zentral wird, ist der zeitliche Aspekt. Die relative Autonomie, die Bourdieus Theorie des literarischen Feldes beschreibt, ist das Resultat eines historischen Prozesses (Casanova 2004: 82–84). Geschichte determiniert die Entwicklung einzelner Felder und dadurch die Autonomie gewisser Regionen und die Dominanz dieser Regionen über die anderen. Diese dominierenden Literaturen haben alte und starke feldinterne Strukturen und eine hohe Zusammensetzung von Kapital. Daher sind sie autonom gegenüber anderen gesellschaftlichen Feldern und autonomer als die jüngeren literarischen Felder. Die bereits lange feststehenden Strukturen und ein starkes Kapital verstärken die Internationalisierung des jeweiligen Feldes und umgekehrt. Als Beispiel nennt Casanova (2004: 87) das literarische Feld Frankreichs, das ab dem 18. Jahrhundert lange das dominierende Feld in der westlichen Literatur war: „In France, the volume of accumulated capital was so great, and the literary domination exerted over the whole of Europe from the eighteenth century onwards so uncontested (...), that it became the most autonomous literary space of all...“.

Casanova (2004: 82–89) spricht über ‚world literary space‘, in den die Nationalliteraturen eingeordnet sind. Casanovas ‚world literary space‘ lässt sich sowohl mit Bourdieus Feld-Begriff als auch mit dem von Goethe geprägten Begriff der ‚Weltliteratur‘ vergleichen. Der Begriff ‚Weltliteratur‘ schließt Jordan (1995: 36) zufolge die regionalen und nationalen Literaturräume, worunter auch z. B. die europäische Literatur einzuordnen ist, mit ein. Den Ausgangspunkt bilden die literarischen Räume. Der Begriff ist teilweise mit Casanovas ‚world literary space‘ deckungsgleich.

Dort, wo z. B. Nationalliteratur als Summe der Literatur einer Nation bzw. einer Sprachregion oder europäische Literatur als „Gesamtheit der Literaturen Europas“ gesehen werden kann, ist Weltliteratur nicht die Summe der Literaturen der Welt, sondern eher eine literarische Gesamtheit von Strukturen, Akteuren und Literaturen, die im Austausch miteinander Grenzen abbauen oder gestalten (Lamping 2013: 27; Jordan 1995: 36). Jordan (1995: 36) erläutert den Weltliteratur-Begriff:

*‚Weltliteratur‘ wird überwiegend nicht als Zustand, etwa als Summe aller Einzelliteraturen oder literarischen Werke verstanden, sondern als Prozess bzw. Telos der Aufhebung von Grenzen, die im Austausch überwunden und/oder zu Abgrenzungen weiterentwickelt werden, welche überregionale Literaturräume markieren.*

Damrosch (2003: 5) dagegen sieht ‚World Literature‘ eher als „mode of circulation and reading“. Er schließt darin sowohl einzelne Werke, größere Sammlungen, Klassiker als auch neuere Entdeckungen ein (ebd.). Jos Joosten und Christoph Parry (2016: 5) fassen dies wie folgt zusammen: „Werke, die gelesen und diskutiert werden“. Hier wird davon ausgegangen, dass ‚world literary space‘ als ein internationales literarisches Feld, innerhalb dessen die Werke eingeordnet sind, betrachtet werden kann und dieselben Strukturen und Elemente hat wie das literarische Feld von Bourdieu. Casanova (2004: 40) sieht das internationale literarische Feld als ein Feld der Konkurrenz bzw. des Wettbewerbs, das die verschiedenen Nationalliteraturen betreten haben. Sie (ebd.) weist auch darauf hin, dass der Begriff ‚Weltliteratur‘ gerade in der Zeit erfunden wurde, als Deutschland in den Wettbewerb des ‚world literary space‘ eintrat. Casanova (2004: 87) zufolge bedeutet gerade die Aufhebung der nationalen Grenzen die Universalisierung der Literatur. Dementsprechend sind also auch Weltliteratur und universale Literatur konkurrierende Begriffe.

Die Aufhebung der nationalen Grenzen führt dazu, dass der Grad der Autonomie und damit auch die Internationalität der literarischen Felder variiert. Wie der Grad der Autonomie kann auch der Grad, in dem einzelne Literaturen „national“ sind, variieren. Um universale, d. h. auch internationale, Literatur produzieren zu können, müssen die Literaturen wenig national sein, wie Casanova (2004: 87) im Falle Frankreichs beschreibt:

*In other words, French literary capital belonged not to France alone, but all the nations. Indeed it was the very capacity for being universalized, or denationalized, that allows varying degrees of autonomy among literary spaces to be recognized. (...) Because France was the least national of literary nations, it was able to manufacture a universal literature (...).*

Wenn man davon ausgeht, dass Literatur durch sprachliche Räume geteilt werden kann, sind die sogenannten älteren literarischen Räume die dominierenden Zentren dieser Sprachregionen. Solche sind nach Casanova (2004: 116; 164) in der heutigen Welt u. a. London für die englischsprachigen Regionen oder Berlin bzw. Frankfurt für die deutschsprachige Region. Sie sind mit Paris und Frankreichs Rolle zu vergleichen. Diese autonomen Regionen spiegeln die Strukturen des literarischen Feldes wider (Casanova 2004: 117).<sup>13</sup> Die literarische Macht einer Region entwickelt sich durch Autoren, die auch außerhalb der eigenen Region anerkannt sind. Darüber hinaus stellt sich die

---

<sup>13</sup> Casanova (2004: 12) verwendet auch den Begriff „literature-world“ im Sinne von „economy-world“ von Braudel.

Frage, wie ein kleines Land oder eine kleine Sprachregion wie Finnland sich auf diesem internationalen Feld der literarischen Macht positioniert.

Auch das, was Casanova als universale Literatur sieht, spielt eine Rolle. Diese berührt sowohl auf die Autonomie des literarischen Feldes als auch die Nationalliteratur. Literaturexport und Übersetzungen heben die Grenzen der sprachlichen Territorien auf. Übersetzung ermöglicht den kleineren Sprachregionen den Zutritt in die Konkurrenz des ‚world literary space‘ und ebnet die Ungleichheit mit den größeren Sprachregionen bzw. Zentren. Übersetzungen in einer der dominierenden Sprachen können als Türöffner für eine kleinere Literatur fungieren (Casanova 2004: 135). Dadurch können kleinere Literaturen universal anerkannt und rezipiert werden. Die Anerkennung einzelner Autoren durch die Zentren kann die Position der gesamten kleineren Literatur positiv beeinflussen (vgl. Parry 2016: 3). Dieses Phänomen nennt Casanova (2014: 136) ‚littérisation‘. Mediensichtbarkeit, Rezensionen und erfolgreiche Autoren vermehren auch die internationale Bekanntheit der Literatur eines Landes. Dadurch kann das Interesse für die Literatur im Allgemeinen steigen, was wichtig für die Eigenständigkeit bzw. für die Autonomie des literarischen Feldes eines Landes ist. Wie gesagt, dominieren die älteren Nationalliteraturen, wodurch auch Literatur aus älteren Nationalliteraturen universal rezipiert wird. Jedoch muss man berücksichtigen, dass nicht alle Literatur dieser Räume universal ist. Universal wird Literatur erst durch ihren inhaltlichen Wert (Casanova 2004: 135, 143).<sup>14</sup> Die universalen ‚Weltbesteller‘ wie z. B. Mika Waltaris *Sinuhe der Ägypter* vermitteln kein Image vom Ausgangsland. Man könnte aber die Frage aufwerfen, ob nicht exportierte Literatur ein wenig national sein und auch ein Länderimage vermitteln darf.

## 2.2 Literaturvermittlung und literarische Kommunikation

### 2.2.1 Zur Literaturvermittlung

Nach der etwas abstrakten Struktur des literarischen Feldes stehen nun konkreter die zentralen Funktionen des Feldes im Fokus. Für die Erläuterung der Funktionen und der literarischen Kommunikation in der Gesellschaft wird von der Gesamtheit der Literaturvermittlung ausgegangen. Als Begriff kann ‚Literaturvermittlung‘ als eine Art Sammelbegriff für die Funktionen des

---

<sup>14</sup> Casanovas ‚littérisation‘ gilt auch umgekehrt. Wenn größere Sprachen in kleinere übersetzt werden, erleichtert das den Eintritt der kleinen in den „world literary space“.

literarischen Feldes begriffen werden. Ausgehend von der Begriffsdefinition im weiteren Sinne, gehören also alle Instanzen, Organisationen, Personen, Literaturveranstaltungen usw., die in irgendeiner Weise über Literatur kommunizieren, zur Literaturvermittlung (s. Neuhaus 2009). Breit gefasst handelt es sich um eine literarische Kommunikation auf allen möglichen gesellschaftlichen Ebenen. Das Problem dieser Definition des Begriffs ist, dass er in seiner Breite ziemlich ungenau ist. In den literarischen Vermittlungsprozessen sind nach Dörner und Vogt (2013: 151) Autoren, Lektoren, Verleger, Buchhändler, Kritiker (Medien), Publikum, das Schulsystem und verschiedene Literaturereignisse wie Lesungen und Autorenpräsentationen sowie nicht zuletzt Buchmessen beteiligt. Der Herangehensweise von Neuhaus (2009: 13) zufolge wird Literaturvermittlung als „berufsbezogene Vermittlung von fiktionaler Literatur“ verstanden.

Für eine nähere Betrachtung der literarischen Vermittlungsprozesse dient hier die Begrenzung des Begriffs nach Neuhaus (2009: 8) als Ausgangspunkt:

*Literaturvermittlung bezeichnet hier also eine bestimmte Gruppe von Menschen, die in einer Gesellschaft und innerhalb der dafür bereit stehenden Strukturen über Literatur kommunizieren, und zwar mit der Absicht, Kenntnis von und Wissen über Literatur an andere Menschen weiterzugeben, die sich für den Kauf oder die Lektüre von literarischen Texten interessieren.*

Neuhaus (2009: 15) geht davon aus, dass der Kern des Begriffs in den Tätigkeitsfeldern professioneller Leser liegt:

*Professionelle Leser lesen, um die Ergebnisse ihrer Lektüre an eine kleinere oder größere Öffentlichkeit zu vermitteln. (...) Das reicht von face-to-face Kommunikation in einer Buchhandlung bis zum Aufmacher des Feuilletons zur Frankfurter Buchmesse.*

Mit professionellen Lesern wird auf eine bestimmte Gruppe von Menschen und auf bestimmte Institutionen auf dem literarischen Feld hingewiesen. Dazu gehören u. a. die Verleger, Lektoren, Literaturagenten, Übersetzer, Buchhändler und Kritiker (Medien) (vgl. Neuhaus 2009: 15). In der Praxis läuft die literarische Kommunikation durch die Arbeit der Autoren, die zur Behandlung der Texte im Lektorat führt, und weiter durch die Marketingarbeit des Verlags und des Buchhandels und durch die Kommunikation der Medien bis an die Leserschaft (Neuhaus 2009: 15).

Literaturvermittlung ist eine zentrale Funktion des literarischen Feldes. Die Betrachtung der Literaturvermittlung wird hier auf die öffentliche Vermittlung

begrenzt. Mit öffentlicher Vermittlung wird auf die durch verschiedene Vermittlungsinstanzen laufende literarische Kommunikation hingewiesen, in der die Medien als Informationsvermittler eine zentrale Rolle spielen. Die Ebene der Konsumenten bzw. das private Publikum und z. B. die private Rezeption stehen hier nicht im Fokus. Wichtig ist die Rolle der einzelnen Vermittler- und Rezeptionsinstanzen auf der öffentlichen Ebene. Im besonderen Fokus steht das Tätigkeitsfeld der Literaturkritik in ihren vermittelnden und rezipierenden Funktionen.

Katariina Eskola (1972: 11) betrachtet das Verhältnis von Literatur und Gesellschaft und damit auch die Vermittlung in ihrer grundlegenden Untersuchung durch Produzenten, Vermittler und Konsumenten, also durch die Basiselemente des literarischen Feldes. Nach Eskola (ebd.) werden diese drei Ebenen mit Autor, Kritiker und Publikum beschrieben. Wichtig in der Vermittlung ist die Wechselwirkung zwischen diesen Akteuren. Eskola (1972: 15) teilt die konkrete Vermittlung auf. Auf der einen Seite steht die kommerzielle Vermittlung, z. B. Verlage und Buchhandel, und auf der anderen eine ideologische Seite, auf der gerade Medien bzw. Literaturkritiker als sogenannte ‚Gatekeepers‘ oder ‚Opinion Leaders‘ eine zentrale Stellung haben. Diese beiden Seiten sollten jedoch nicht völlig getrennt betrachtet werden, denn die ideologische und kommerzielle Vermittlung sind zumindest ansatzweise miteinander verbunden. Die meisten Vermittler sind letztendlich auch vom ökonomischen Erfolg abhängig. Infolgedessen ist es für die Vermittlung von Literatur immer wichtiger geworden, welche Materialien die Gatekeeper des Betriebs aussuchen, worüber sie in der Öffentlichkeit kommunizieren und wie viel Medienpräsenz z. B. ein Autor bekommt. (Vgl. Fischer 2001; Dörner/Vogt 2013: 153f; Neuhaus 2009: 43)

Die professionellen Leser, also Vermittler wie Verlage, Kritiker und Medien, haben damit die Macht innerhalb des literarischen Feldes. Im Tätigkeitsfeld des professionellen Lesens bzw. der professioneller Rezeption (Kritik) wird die Gatekeeper-Funktion akzentuiert. Verleger und Lektoren können entscheiden, welche Bücher tatsächlich publiziert werden, und Kritiker bzw. Medien, worüber geschrieben wird. „Die Bedeutung der einzelnen Werke entsteht aus den Reaktionen der unterschiedlichen Leser, die sich im Laufe der Entwicklung der Literaturinstitution für eine immer breitere Gruppe in einer immer längeren Zeitspanne zersplittern“ (Niemi 1991: 13). Professionelle Leser haben aber auch eine gewisse Verantwortung, indem sie die Antizipationen über die Erwartungen der Rezipienten vorausberechnen müssen. Es ist ja immer nur eine Auswahl von Literatur, die überhaupt die Möglichkeit bekommt, Leser zu erreichen (vgl. Niemi 1991: 144).

### 2.2.2 Literaturvermittlung und Medien

Es gibt viele Wege, über die ein Buch einen Leser erreichen kann. Die Aufgabe der vermittelnden Instanzen ist im Allgemeinen, das Werk mit den Lesern, den Rezipienten, zu verbinden. Einer der wichtigsten Kanäle für die literarische Kommunikation und für die Literaturvermittlung sind die Medien. Massenmedien informieren die Leserschaft über die neuen Bücher. Damit steht die mediale Vermittlung auch hier im Fokus. In erster Linie sind Medien also Vermittler von Informationen zwischen den Menschen (Neuhaus 2009: 96f). Eine der sichtbarsten Formen in der Interaktion von Literatur und Medien ist die Organisation der Literaturkritik (Eder 2005: 22–25). Im Folgenden werden die Rolle der Medien und dadurch die Grundlagen der Literaturkritik diskutiert. Auf die verschiedenen Funktionen der Literaturkritik wird im nächsten Abschnitt genauer eingegangen.

Um die Funktion der Medien als Vermittler zu verstehen, wird kurz auf die Basiselemente der medialen Kommunikation eingegangen. Hermann Meyn und Jan Tonnemacher (2012: 13–18) teilen die Funktionen der Massenmedien in einer Gesellschaft wie folgt auf:

1. Informationsfunktion
2. Mitwirkung an der Meinungsbildung
3. Kontrolle und Kritik

Der Einfluss der von Medien vermittelten Informationen auf die Rezipienten, auf das behandelte Thema oder auf die Gesellschaft im Allgemeinen hängt von vielerlei Kommunikationsprozessen ab. Die Basis der wissenschaftlichen Darstellung der Medienkommunikation ist ein Modell, das ursprünglich in den 1940er Jahren entwickelt wurde und in dem sich Informationen des Kommunikationsprozesses durch Kanäle bzw. Medien in folgenden Schritten bewegen: „1. eine Quelle, 2. ein(en) Sender (Übermittler), 3. ein(en) Kanal, 4. ein(en) Empfänger (Übermittler) und 5. ein(en) Adressaten“ (Schenk 2002: 14). Als öffentliche Diskussionspräger vermitteln die Medien mit der selektierten Information ausgewählte Bilder der Realität. Durch die Informationen der Medien machen sich die Rezipienten zusammen mit ihrer Erwartungs- und ihrer Erfahrungsbasis ein Bild über die behandelten Dinge, Themen oder Menschen, also über die vermittelte „Realität“ (Neuhaus 2009: 114f; Franck 1998: 174).

Die Meinungsbildung der Rezipienten, also der Zeitungsleser, Radiohörer, Fernsehzuschauer usw., basiert auf den Informationen, die vorhanden sind.

Durch ihre informationsvermittelnde Funktion haben Medien die Möglichkeit, die Meinungsbildung mitzugestalten. Sie filtern das Wesentliche aus der Masse der Informationen. Nach Neuhaus (2009: 100) „erfüllen (Medien) ihre gesellschaftliche Funktion, indem sie Informationen selektieren und aufarbeiten“. Luhmann (2009: 9) geht davon aus, dass es die grundlegende Aufgabe der Massenmedien ist, Informationen und Nicht-Informationen zu selektieren (Sill 2001: 115). Dadurch wird die Funktion der Journalisten als Gatekeepers der Gesellschaft akzentuiert. (Meyn/Tonnemacher 2012: 13–18; Neuhaus 2009: 99–100, 115)

Massenmedien spielen also die Rolle eines Vermittlers, eines Opinion Leaders und eines Gatekeepers. Medien und Literatur haben durch die Geschichte beider Fachgebiete eine enge Wechselbeziehung entwickelt (Eder 2005: 22–25). Mediensichtbarkeit spielt auch im Bereich der Literaturvermittlung eine große Rolle. Für eine gelungene Vermittlung braucht der Vermittler die Aufmerksamkeit der Rezipienten. Im medialen Kommunikationsprozess spielt Aufmerksamkeit in vielerlei Hinsicht eine zentrale Rolle. Einerseits kämpfen Medien, besonders Zeitungen und Zeitschriften, miteinander um die Aufmerksamkeit der Leserschaft. Andererseits haben aber Medien die Möglichkeit, die Aufmerksamkeit auf gewisse Themen zu lenken, wodurch die Sichtbarkeit dieser Themen, Phänomene oder Personen in der öffentlichen Diskussion steigt.<sup>15</sup>

Die Medien vermitteln Informationen über Neuerscheinungen, beeinflussen in vielerlei Hinsicht die Entscheidungen des lesenden Publikums und prägen die öffentliche Meinungsbildung. Dies beeinflusst sowohl die Tätigkeit der Autoren als auch die der Vermittler. Nach der Bourdieuschen Theorie haben Medien also die Macht, das Kapital zu beeinflussen. In dieser Arbeit liegt der Fokus auf den traditionellen Printmedien (Zeitungen und Zeitschriften) und deren Internetseiten.<sup>16</sup> Kultur- und Literaturthemen werden meistens in den Feuilleton- oder Kulturessorts behandelt. Kulturthemen wie die Buchmesse haben auch außerhalb des Feuilletons einen Nachrichtenwert. Im Falle dieser Arbeit bedeutet das, dass nicht nur das Feuilleton berücksichtigt wird, sondern das ganze inhaltliche Angebot.

---

<sup>15</sup> S. dazu: Franck (1998).

<sup>16</sup> Es ist zu berücksichtigen, dass sich das Medienfeld und damit die Rolle der traditionellen Medien in den letzten Jahren geändert haben. Die neuen Medienangebote und Social Media haben die traditionellen Angebote herausgefordert. Gleichzeitig ist die Konkurrenz um die Leserschaft größer geworden, aber auch die Verantwortung des Lesers, da immer mehr Inhalte angeboten werden.

### 2.2.3 Literaturkritik

Auf die Funktionen des Literaturkritikers und der Literaturkritik innerhalb der journalistischen Branche wurde bereits oben hingewiesen. Als Vermittler ist Literaturkritik eine der wichtigsten Instanzen im literarischen Feld (Anz/Baasner 2004: 7). Aus der Sichtweise der Rezeption kann die öffentliche Rezeption durch die Literaturkritik betrachtet werden. Die Definition des Begriffs ‚Literaturkritik‘ hängt in hohem Maß vom gesellschaftlichen Kontext, von der Perspektive und auch von der Zeit ab (Baasner/Zens 2005: 40f; Anz/Baasner 2004: 196). In einer Annäherung an den Begriff der ‚Kritik‘ bzw. ‚Literaturkritik‘ nehme ich im Folgenden Wörterbücher und Lexika als Grundlage. ‚Kritik‘ im Allgemeinen wird nach DUW (2015) als „Kunst der Beurteilung“ beschrieben. Davon ausgehend, wird mit ‚Literaturkritik‘ die manchmal auch wissenschaftliche Beurteilung von Literatur bezeichnet (DUW 2015). Im heutigen deutschsprachigen Gebrauch werden die Begriffe ‚Literaturkritik‘ und ‚Literaturwissenschaft‘ voneinander unterschieden. Im angelsächsischen Sprachraum verweist der Begriff ‚criticism‘ sowohl auf die theoretische und wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Literatur als auch auf die Beurteilung und Wertung von Literatur in den Massenmedien. Im Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft lautet die Begriffsdefinition wie folgt: „Literaturkritik ist jede Art kommentierende, urteilende, denunzierende, werbende, auch klassifizierend-orientierende Äußerung über Literatur“ (Jaumann 2000: 463). (Anz 2004: 194; Dotzauer 2005: 231)

Ausgehend von einer breiten Begriffsdefinition, heißt Literaturkritik „die öffentliche Kommunikation über Literatur“ (Neuhaus 2004: 29). Diese Definition deutet darauf hin, dass jede Auseinandersetzung mit Literatur als Literaturkritik betrachtet werden könnte (Schmidt-Dengler 1999: 14). Häufig wird mit dem Begriff genauer die Auseinandersetzung mit Literatur in den Massenmedien gemeint, also der literarische Diskurs der Tageszeitungen und die journalistische Bewertung von literarischen Werken (Baasner/Zens 2005: 41). In dieser Hinsicht wird hier davon ausgegangen, dass mit Literaturkritik „eine Institution der literarischen Öffentlichkeit, die individuelle und kollektive Vorstellungen darüber prägt, was Literatur ist, sein kann oder sein sollte und wie einzelne Texte einzuschätzen sind“, gemeint ist (Anz/Baasner 2004: 7). Literaturkritik ist also „die Summe der in Medien praktizierten Auseinandersetzung mit literarischen Texten, und da im Besonderen die Auseinandersetzung in den Printmedien“ (Schmidt-Dengler 1999: 11). Es handelt sich hier um journalistische Literaturkritik, also „um die informierende, interpretierende und wertende Auseinandersetzung mit vorrangig neu

erschienenen Literatur und zeitgenössischen Autoren in den Massenmedien (Anz 2004: 194).

Die Funktionen der Literaturkritik haben sich seit dem 18. Jahrhundert weiterentwickelt und ein eigenständiges System herausgebildet (Anz 2004: 197). Die zentrale Funktion der journalistischen Literaturkritik ist es, den Kauf der Lektüre bzw. Bücher zu empfehlen oder nicht zu empfehlen (Anz 2004: 201). Damit unterscheidet sich eine Kritik auch von wissenschaftlichen Beurteilungen bzw. Analysen von Literatur. Anz (2004: 201) gliedert die Literaturkritik in sechs zentrale Funktionen: 1. Informierende Orientierungsfunktion, 2. Selektionsfunktion, 3. Didaktisch-vermittelnde Funktion 4. Didaktisch-sanktionierende Funktion, 5. Reflexions- und kommunikationsstimulierende Funktion, 6. Unterhaltungsfunktion.<sup>17</sup>

In dieser Untersuchung werden besonders die ersten drei Punkte beachtet. Die Informierende Orientierungsfunktion dient nach Anz (2004: 201) dazu, einen Überblick über die Neuerscheinungen zu schaffen. Die zweite, selektierende Funktion spiegelt die Gatekeeper-Rolle wider. Damit wird erstens auf die Auswahl hingewiesen, die der Kritiker trifft und zweitens auf die Bewertung, die möglicherweise die Auswahl des Lesers leitet. In der dritten Funktion vermittelt Literaturkritik Wissen, die dem Leser das Leseerlebnis erleichtert (Anz 2004: 201). Neuhaus (2004: 167) hebt eine Kritikfunktion besonders hervor, weil sie ihm (ebd.) zufolge die wichtigste, aber auch die problematischste der Funktionen ist. Kritiker haben die Macht, durch die Wertung den Erfolg des Buches zu beeinflussen. Als Erscheinungsformen der Literaturkritik beschreibt das *BuchMarktBuch* die folgenden: „die klassische Rezension, (...), das Portrait (...), das Interview, die Reportage, das Feature, den Kommentar oder die Glosse“, also verschiedene Betrachtungsweisen der Literatur in den öffentlichen Medien (Dotzauer 2005: 231). Auch Dieter Heß (1992: 51) betont, dass die verschiedenen journalistischen Gattungen ebenfalls Mittel der Literaturkritik sind.

Der „ideale Kritiker“ sollte dann nach Heß (1992: 52)

*möglichst gut informiert sein über die Gegenwartsliteratur, die institutionellen Bedingungen ihrer Entstehung und Vermittlung (...), und ihre literaturgeschichtlichen Voraussetzungen. Er sollte die Literatur des eigenen Landes kompetent mit den Literaturen anderer Länder vergleichen können, die historischen, kulturellen, psychologischen, soziologischen oder politischen Kenntnisse und auch die Lebenserfahrung besitzen, die zum angemessenen*

---

<sup>17</sup> Neuhaus (2004: 167f) unterteilt die Funktionen in vier Punkte: Orientierungsfunktion, Informationsfunktion, Kritikfunktion und Unterhaltungsfunktion.

*Verständnis von Literatur nötig sind, und so fort. Vor allem muss er eines können: gut schreiben.*

Die Beschreibung des „idealen Kritikers“ kann man gut mit den Funktionen der Literaturkritik verbinden. Kritiker vermitteln Informationen und beeinflussen die literarische Kommunikation. Klar ist, dass die Arbeit der Kritiker einen Einfluss auf literarische Phänomene hat. In den letzten mehr als 20 Jahren ist die Position des Kulturjournalismus innerhalb der Medienbranche ein zentrales Thema gewesen. Es wurde über eine Krise des Kulturjournalismus gesprochen (vgl. Neuhaus 2004: 77–80). Nach Heß (1992: 11) handelte es sich bereits in den 1990ern um einen „Realitätsverlust“, weshalb die ideale Kritik leidet. Heß (1992: 11) begründet seine Behauptung mit folgendem Beispiel:

*Theaterkritiker besprechen Theateraufführungen, ohne sich zu fragen, wer ihre Besprechungen lesen wird; Literaturkritiker helfen mit ihren Rezensionen am liebsten besonders ‚hilfsbedürftigen‘ Büchern und lassen 90 Prozent ebenso in Betracht kommender Neuerscheinungen rein aus Neigungsgründen unberücksichtigt (...).*

Es ist begründet zu fragen, nach welcher Logik die Literaturkritik funktioniert. Wird durch Medien die Seite der Massenproduktion des literarischen Feldes von früher gestärkt? Damit stellt sich die Frage, wie Kritiker die Bücher auswählen, und wie groß ihre Wirkung auf die Sichtbarkeit gewisser Autoren und Bücher ist. Wie stark ist also die Bedeutung der Kritiker als Meinungsführer? Eine (positive) Kritik eines Buches vermehrt die Aufmerksamkeit und erhöht möglicherweise die Verkaufszahlen. Mikko Lehtonen (2001: 118) beschreibt Kritiker als Verbraucherberater. Rezensionen leiten oft die öffentliche Diskussion, wodurch bestimmte Themen bzw. bestimmte Bücher hervorgehoben, gekauft und gelesen werden. Literaturkritik ist nach Niemi (1991: 145) der sichtbarste Filter, wenn es um den öffentlichen Wert der Literatur geht.

Neuhaus (2009: 16) stellt fest, dass die sogenannte „Anschlusskommunikation“ über den Erfolg der Literaturvermittlung berichtet. Im Prinzip sind damit die Handlungen und Kommunikationen gemeint, die das Gelingen des Vermittlungsprozesses belegen, also z. B. über die Frage, ob die Vermittlung überhaupt den Rezipienten erreicht. Dazu räumt Neuhaus (2009: 16.) ein, dass Autoren „begeisterte Lektoren und positive Literaturkritiken ihrer Bücher, dazu möglichst hohe Verkaufszahlen“ haben wollen, genauso wünschen Lektoren ökonomischen Erfolg.

## 2.3 Literaturbetrieb, Buchmarkt und Handel

### 2.3.1 Literatur als Betrieb

Nach der Erläuterung der theoretischen Gesamtheit des literarischen Feldes im Kapitel 2.1 und der Literaturvermittlung im vorherigen Kapitel 2.2 wird nun der Literaturbetrieb betrachtet. Literatur bildet in der Gesellschaft Netzwerke mit den verschiedenen Bestandteilen Produktion, Distribution und Rezeption. Wie oben festgestellt, werden im literatursoziologischen Modell von Pierre Bourdieu die verschiedenen literarischen Funktionen einer Gesellschaft als Feld begriffen. Bei der Erörterung der konkreten marktwirtschaftlichen Beziehungen und Funktionsmodelle der Literatur wird Literatur als Betrieb betrachtet. Mit Hilfe des Begriffs ‚Literaturbetrieb‘ werden die Funktionen des Buchmarkts und der literarischen Institutionen wie Verlage und Agenturen im literarischen Feld erläutert. Literaturbetrieb bezeichnet hier das konkrete literarische Tätigkeitsfeld einer Gesellschaft, also Literatur als Betrieb.

Der Betrieb ist marktorientiert, und literarische Akteure balancieren zwischen der marktwirtschaftlichen und der kulturellen bzw. künstlerischen Seite. Literaturbetrieb als Gesamtheit umfasst nach Schütz (2010: 5–9) sowohl Literatur mit ihrem kulturellen Inhalt, den Buchmarkt als auch die Schnittstellen zwischen den beiden. Obwohl die Basisstruktur des Literaturbetriebs als Produktion und Distribution verstanden werden kann, sind die Prozesse des Betriebs, also der Weg des Buches vom Autor zum Leser, oft komplex.

Bevor das Buch den Leser erreicht, muss es den Weg vom Verlag zum Geschäft finden, manchmal sogar auf einer internationalen Ebene. Anke Vogel (2011: 50f) bezeichnet den Weg mit dem Begriff „Wertschöpfungskette“, der sich auf die Kapitaleinteilung der Bourdieuschen Theorie zurückführen lässt. Auf dem Weg des Buches vom Autor zum Leser ist in erster Linie der Verlag derjenige, der sich mit der kommerziellen Seite, der Produktion und dem Marketing, des Buches beschäftigt. Doch auch der Verlag ist davon abhängig, wie erfolgreich seine Bücher im Buchhandel verkauft werden. Neuhaus (2009: 176) hebt hervor, dass Verlage in erster Linie Wirtschaftsunternehmen sind. Hier gilt jedoch das gleiche Dilemma wie im Betrieb allgemein. Die Verlage balancieren zwischen der Vermittlung eines künstlerischen Inhalts und dem Verkauf eines Produkts. (Vogel 2011: 51f; Neudorf 1999: 103; Uhlig 2008: 373)

Neben Verlagen sind auch Literaturagenturen eine wichtige Institution, die in dem Betrieb tätig ist. Agenten positionieren sich jedoch etwas anders als Verlage. Vogel (2011: 53) beschreibt Agenturen als „Schnittstellen zwischen Autoren,

Verlagen und weiteren Verwertern“. Literaturagenturen arbeiten etwas im Hintergrund im Literaturbetrieb. Das ist wenigstens das Bild, das noch ziemlich stark vorherrscht. Ernst Fischer (2001) nennt Agenturen „die heimlichen Herrscher im Literaturbetrieb“. Agenten sind die Vermittler zwischen Autoren und Verlagen, oft zwischen einem ausländischen und einem einheimischen Verlag. Sie verkaufen und vermarkten die internationalen Lizenzen und Rechte für Übersetzungen und verbinden auf einer internationalen Ebene Autoren mit dem Verlagswesen. Die Entscheidungen der Verleger und Agenturen basieren auf einer genauen Kenntnis des jeweiligen literarischen Feldes, aber auch auf Antizipationen über die Rezipienten. Die verschiedenen Bestrebungen und Erwartungen der Leserschaft müssen bereits in der ersten Phase der Produktion des Werkes berücksichtigt werden. Mit ihrer Arbeit schaffen Agenten, wie auch Verleger und die Lektüre der Kritiker, einen gewissen Wert sowohl für das Buch als auch den Autor. Bourdieu (1997: 82) geht sogar davon aus, dass die Produktionsebene eigentlich der Schöpfer des Werkes ist und den Wert des Werkes schafft, „indem es den Glauben an die Schöpferkraft des Künstlers hervorbringt“.

Der Literaturbetrieb ist zwangsläufig damit verbunden, dass der Buchmarkt auch ein Markt ist, auf dem Nachfrage und Angebot sich treffen müssen. Literaturvermittler müssen mit ihren Kommunikationsvorhaben nicht nur mit anderen Akteuren aus der Branche konkurrieren, sondern ebenfalls mit anderen Kommunikationsangeboten (Neuhaus 2009: 17). Diese Funktion des Betriebs bezieht sich auf die Konkurrenz bzw. die Machtkämpfe des Bourdieuschen literarischen Feldes (s. Kap. 2.1). So stehen auch die Prozesse der literarischen Vermittlung immer mit den Strukturen des Betriebs in Wechselwirkung.

### 2.3.2 Buchmarkt, Verlag und Handel

Bevor der Text des Autors den Leser erreicht, muss das Buch hergestellt werden, den Weg vom Verlag zum Geschäft finden und beschafft werden, manchmal sogar auf einer internationalen Ebene. Der Buchmarkt stellt den Rahmen für die vielen Funktionen des Verlagswesens, der Literaturagenturen und des Handels dar. Auf dem Buchmarkt durchläuft das Buch als Produkt vor dem Endkunden drei Stufen: den Verlag, den Zwischenbuchhandel und den Sortimentsbuchhandel. Diese drei Stufen bilden auch die Basisstruktur des Buchmarkts. (Plachta 2008: 75)

Die Produktion von Büchern obliegt den Verlagen. Verlage vermarkten und verkaufen dann ihre Bücher, und der Grossist oder Groß- und Zwischenbuchhandel kauft die Bücher ein, verkauft sie direkt an den Endkunden

(z. B. übers Internet) oder weiter an den Sortimentsbuchhandel und Bucheinzelhandel. Der Weg des Buches durch diese drei Stufen vollzieht sich jedoch weder automatisch noch ohne Arbeit. Viele unterschiedliche Akteure werden benötigt, bevor das Buch auf dem zunehmend kommerziellen und globalen Buchmarkt überhaupt im Handel landet. Zusammenfassend geht es auf dem Buchmarkt um Handel und um die Frage, wem das Buch und der literarische Inhalt gehören (Neuhaus 2009: 167).

Autoren, Literaturagenturen und Verlage verhandeln um die Rechte für das literarische Werk des Autors. Bevor das Buch als Produkt, möglicherweise weltweit, im Buchhandel landet, wurde es eigentlich bereits mehrmals verkauft. Hier steht der Prozess hinter den Kulissen des Buches im Fokus, im Prinzip also das Verlagswesen und die damit zusammenhängende Marketing- und Handelsebene. (Plachta 2008: 75f)

Die erste Stufe eines Buches auf dem Markt ist der Verlag. Ein (belletristischer) Verlag ist nach einer einfachen Wörterbuchdefinition in erster Linie ein „Unternehmen, das Manuskripte erwirbt, daraus Druckerzeugnisse herstellt u. diese über den Buchhandel verkauft“ (DUW 2015). Durch die Entwicklungen des Betriebs u. a. im Bereich des Urheberrechts der schriftstellerischen Arbeit, durch die Industrialisierung der Buchproduktion und die wachsende Anzahl der Leser im 19. Jahrhundert hat das Verlagswesen sich zu seiner heutigen Form entwickelt. Mittlerweile gehört zur Arbeit der Verlage die ganze Kette von der Bearbeitung des literarischen Produkts bis zum Marketing und zur Werbung der fertigen Bücher und deren Autoren. (Neuhaus 2009: 175, 189)

Wird das Verlagswesen im Allgemeinen betrachtet, kann man davon ausgehen, dass Verlage in erster Linie Wirtschaftsunternehmen sind (Neuhaus 2009: 176). Die Kernaufgabe eines Verlags ist also, „das Werk eines Autors als Buch zu veröffentlichen und zu verbreiten“ (Röhring 2011: 11). Verlage sind „Wirtschaftsunternehmen, die auf Grund von Verträgen, die sie mit Autoren als geistige Urheber geschlossen haben, für die Dauer des gesetzlichen Urheberrechts Verwertungs- und Nutzungsrechte an den geistigen Produkten erworben haben“ (Röhring 2011: 11). Mit den Verträgen geht der Verlag ein wirtschaftliches Risiko ein. In erster Linie ist also der Verlag für die Verbreitung des Werkes, also u. a. für die Produktion, das Marketing und die Werbung, zuständig und auch davon abhängig, wie gut die Bücher sich im Handel verkaufen.

Der heutige Buchmarkt ist kommerzieller und globaler als je zuvor, und das Verlagswesen steht heute weltweit im Wandel (Turunen 2009: 95f). Im Bereich des internationalen Handels haben die traditionellen Rollen sich auf dem

Buchmarkt geändert. Die Funktionen und das Arbeitsfeld des Verlagswesens haben sich durch den wachsenden und internationalisierten Markt und die Digitalisierung der Branche verbreitert, wodurch viele Verlage auch in Schwierigkeiten geraten sind. Die großen Unternehmen fusionieren mit den kleineren, die Auflagen der Bücher sind geringer, und die inneren Strukturen der Verlage müssen neu organisiert werden (Neuhaus 2009: 142f). Die Zahl der Verlage z. B. in Deutschland ist seit Anfang des Jahrtausends gesunken (Lucius 2005: 56; Neuhaus 2009: 142). Dies erklärt sich u. a. mit dem Strukturwandel der Medienbranche und mit der immer steigenden Konkurrenz der Freizeitangebote (Neuhaus 2009: 142).

Die Veränderungen der Branche haben dazu geführt, dass die früher ziemlich genauen Aufgaben der Buchhandlung, des Verlagswesens und der Literaturagenturen sich vermischt haben. Dies sieht man u. a. daran, dass immer mehr Autoren mit Literaturagenturen zusammenarbeiten und über die Agenturen zu den Verlagen finden. Agenten haben teilweise die traditionelle Arbeit des Lektorats von den Verlagen übernommen. Die Agenten machen Geschäfte und kümmern sich im Auftrag der Autoren, aber auch im Auftrag der Verlage um die Vertragsverhandlungen und das Lizenzgeschäft (Moritz 2001: 19; Plachta 2008: 57; Vogel 2011: 53).

Agenten sind die Vermittler zwischen Autoren und Verlagen (Fischer 2001: 7–15). Nach dem *BuchMarktBuch* gehören zu den Dienstleistungen der Agenturen folgende Bereiche: „Prüfung von Manuskripten und Exposés, Einschätzung der Marktchancen, Verlagsuche sowie Verhandlungen des Verlagsvertrags bzw. von Verwertungs- und Lizenzverträgen“ (Hager 2010: 217). Ein Literaturagent spielt also eine zentrale Rolle bei den Vertragsverhandlungen zwischen dem Autor und dem Verlag. Die Position der Agenten zwischen Verlagen und Autoren mit Verfügung über die Rechte der literarischen Werke hat dazu beigetragen, dass Agenten als Machthaber oder Herrscher des Betriebs gesehen werden (Moritz 2001: 19f).

Werden der Buchmarkt und die Arbeit der Verlage und Agenturen auf einer internationalen Ebene betrachtet, gerät zunächst der Lizenzhandel in den Mittelpunkt. Mit dem Begriff Lizenz bzw. Lizenzgeschäft wird der Verkauf der Rechte eines literarischen Werkes gemeint. Darunter werden die einheimischen Lizenzen, etwa die Rechte für z. B. Taschenbücher, und die ausländischen, also die Übersetzungsrechte, gezählt. Die Übersetzungsrechte bedeuten also die Verlagsrechte eines Werkes für einen bestimmten Sprachbereich (Röhring 2011: 154f). Für den internationalen Handel haben die meisten Verlage ihre sogenannten Foreign-Rights-Abteilungen. Die Bedeutung der Agenten ist für den

internationalen Lizenzhandel in den letzten Jahren gewachsen (vgl. Facts&Figures 2011–2014). Das heißt, dass viele Verlage und viele Autoren direkt mit Agenturen, die für gewisse Sprachregionen zuständig sind, zusammenarbeiten (Keuschnigg 2012: 49–51).

Röhring (2011: 40–42) unterscheidet drei Formen von Angeboten, die im internationalen Lizenzhandel zu sehen sind:

*Fall A: Der Verlag im Ausland wird selbst aktiv und bietet über eine Art Außendienst – häufig über Foreign Rights-Ladies auf Messen – seine Produktion für eine Lizenznahme an. Fall B: Eine (literarische) Agentur, die in einem Land oder in einer abgegrenzten Region Verlage betreut, indem sie Auslandslizenzen für das komplette Verlagsprogramm bzw. einzelne Programmsegmente vermittelt, legt ein Angebot vor. Fall C: Ein Scout, der im Auftrag des Verlags nach neuen Themen, Trends oder Autoren sucht und seine Tätigkeit in der Regel auf einen konkreten Sprachraum oder ein bestimmtes Land ausgerichtet hat, zeigt das Ergebnis seiner Bemühungen. (Röhring 2011: 40)*

Auf der internationalen Ebene des Buchmarkts und beim Literaturmarketing von Land zu Land muss sowohl die kommerzielle als auch die künstlerische Seite der Branche berücksichtigt werden. Die kulturellen Unterschiede der Buchmärkte und des Kaufverhaltens der Konsumenten beeinflussen zwangsläufig auch den Lizenzhandel. Das alles muss natürlich auch in den Verlagen berücksichtigt werden. Eine der wichtigen Faktoren ist das Erkennen der Nachfrage. Buchmärkte sind keine reinen Wettbewerbsmärkte. Sowohl die wirtschaftlichen als auch die sozialen Faktoren des Absatzmarkts müssen jederzeit berücksichtigt werden. Das Marketing beeinflusst die Nachfrage, aber die Nachfrage bildet sich auch durch verschiedene Trends und durch aktuelle, in der Gesellschaft vorherrschende Themen. Beides sollte im Verlag schon vor den Lizenzverhandlungen berücksichtigt werden. Die Bestseller-Listen und die Werbeaktivitäten können ebenfalls bereits beim Lizenzhandel einen unvorhergesehenen Einfluss auf das Kaufverhalten haben. Falls das Buch auf dem einheimischen Markt Erfolg hat, ist es leichter, das Interesse ebenfalls auf dem ausländischen Markt zu wecken (vgl. Körkkö 2014: 30f).

Durch die Analyse der Nachfrage und die Profilierung des Absatzmarkts wird eine bestimmte Auswahl von Büchern getroffen und über die Grenzen der eigenen Region exportiert (Kortländer 1995: 13). Durch Bücher werden literarische Inhalte transportiert, die oft wenigstens ein Stück weit kulturgebunden sind. Um erfolgreich exportieren zu können, müssen die Verlage wissen, welche Trends auf dem Zielmarkt herrschen. Das Image spielt in vielerlei

Hinsicht eine Rolle. Das Autorenimage der Bestsellerautoren erleichtert das Marketing oder die Kaufentscheidung des Konsumenten. Wenn die Literatur und die Autoren noch wenig bekannt sind, erhöht sich die Bedeutung des gezielten Marketings. Bestimmte Themen wie z. B. Krimis aus den nordischen Ländern verkaufen sich, weil auf dem Markt bereits ein bestimmtes Image der nordischen Krimis vorherrscht. Die Arbeit der Verlage und Agenturen setzt gute Kenntnisse über das Absatzgebiet voraus. Kontakte, Marketing und Verkauf sollten auch auf dem ausländischen Absatzgebiet gepflegt werden: „Man sollte zuhören, was die Verlage gerade suchen, und dieses aus dem eigenen Material dann anbieten“ (Körkkö 2014: 33).

Die internationale Arbeit der Verlage und Agenturen basiert grundlegend auf einer Kenntnis des globalen Buchmarkts und dessen neuesten Phänomenen. Moritz (2001: 21) betont die Wichtigkeit des Timings im Handel. Ein Agent muss ständig wissen, welche Materialien die Verlage zu welchen Zeitpunkten haben wollen (Bender 2001: 41). Bevor ein internationaler Vertrag geschlossen oder ein Kaufangebot vom ausländischen Verlag gemacht werden kann, werden den Verlagen die neuen Titel vorgestellt, möglicherweise mit Probeübersetzungen. Aus diesem Angebot wählen die Agenturen bestimmte Titel für bestimmte Verlage bzw. für die eigene Sprachregion aus (Röhring 2011: 164). Den Kern des internationalen Lizenzhandels bilden Kontakte (Röhring 2011: 157). Für das Knüpfen von Kontakten bieten die internationalen Buchmessen eine gute Gelegenheit.

### 2.3.3 Buch als Produkt

Es gibt viel Diskussion darüber, ob Bücher als Produkte mit anderen Produkten zu vergleichen sind. Ob sie so gestaltet, vermarktet und verkauft werden können wie alle anderen Produkte. Die Antwort lautet oft „ja“ (vgl. Neuhaus 2009: 141). Wenn die Rede vom Buchmarkt ist, sollten Bücher als Konsumwaren betrachtet werden. Literaturmarketing oder Buchmarketing folgt im Allgemeinen den Strukturen des Produktmarketings. Der Ausgangspunkt ist also das Produkt-Buch. Obwohl der Käufer bzw. der Leser beim Buchkauf mit dem Produkt eigentlich Information oder Unterhaltung kauft, spielt auch die Gestaltung des Produkts eine Rolle (Vogel 2011: 80). Das heißt, dass das Buch so gestaltet sein muss, dass es für den Endverbraucher, also den Leser, ein attraktiver Gegenstand ist und zum Kaufen anregt (Kind 1995: 11f). Bücher als Produkte sind jedoch nicht ganz wie alle anderen Produkte. „Ware und Bedeutung“ fasst Jurt (1995: 91) den Doppelcharakter, den Bourdieu dem kulturellen Produkt zuspricht, zusammen und führt an, dass der ästhetische Wert des kulturellen Produkts

nicht mit dem ökonomischen Wert definierbar sei. Literatur ist auch ein gesellschaftliches Phänomen, und darum muss also berücksichtigt werden, wo das Produkt verkauft wird, wer der potenzielle Leser ist, was er gerade will und welche Themen in der Gesellschaft des Rezipienten aktuell sind. Die Veränderungen in der Lesekultur und in den Einstellungen sowie die anderen Freizeitangebote spielen besonders beim Bücherverkauf eine große Rolle.

Obwohl das Marketing der Bücher den Strukturen des Produktmarketings folgt, kann man davon ausgehen, dass es immer zwei Seiten hat. Die eine Seite verbindet sich mit dem autonomen Teil des literarischen Feldes und mit dem Einsammeln des symbolischen Kapitals, die andere Seite ist dagegen den Strukturen des wirtschaftlichen Feldes unterworfen. Ebenfalls muss gefragt werden, was die Rolle des Buches als Produkt (Artefakt) und die Rolle des Buches als künstlerischer oder kultureller Inhalt (ästhetisches Objekt) für das Marketing ist. (Turunen 2009: 96–98; Neuhaus 2009: 179)

Auf dem Weg des Buches vom Autor zum Leser ist in erster Linie der Verlag derjenige, der sich mit dem Marketing des Buches beschäftigt (Vogel 2011: 80–82). Der Verlag entwickelt die Marketingstrategien und -kanäle und entscheidet, wie das neue Werk vermarktet wird und inwiefern z. B. der Autor in den Marketingprozess miteinbezogen wird (Kaufmann 2015: 1). Die Marketingplanung für das Buch beginnt im Verlag bereits in einer sehr frühen Phase mit einer Marktforschung, mit der Berücksichtigung der Absatzmöglichkeiten und der Finanz-Kalkulation sowie mit der Antizipation der Bedürfnisse der Kunden (Vogel 2011: 81).

Den konkreten Zugriff auf das Produkt bekommt der Leser jedoch durch den Buchhandel, entweder online oder im stationären Buchhandel. Viel hängt davon ab, wie sichtbar die Produkte im Laden sind und wo und wie viel die Konsumenten kaufen, ob z. B. im Internet oder im Einzelbuchhandel (Kaufmann 2015: 1). Das Buch als Produkt muss für den möglichen Käufer attraktiv sein.

Hero Kind (1995: 10–14) teilt den klassischen Wandel des Buchmarketings in verschiedene Schritte auf. Kind (1995: 10f) fängt mit dem Konsumkontext an. Die Zukunft des Lesens hängt stark davon ab, ob die Konsumenten zum Buchkauf verführt werden. Das Ziel des Buchhandels, und dadurch ebenso des Buchmarketings, ist also die „Verführung zum Buchkauf und zum Lesen“ (Kind 1995: 10f). Um die Kaufentscheidung zu treffen, müssen die Konsumenten um das Buch wissen. Das Marketing muss darauf zielen, den Konsumenten zu erreichen. Um die Konsumenten zu erreichen, müssen die potenziellen Leser bereits vom Verlag profiliert werden (Kind 1995: 12). Die Basiselemente des Buchmarketings nach Kind (1995) stimmen immer noch. Zusätzlich muss aber

beachtet werden, dass der Buchmarkt und die Lesekultur sich durch die neuen Medien auch geändert haben, u. a. deshalb, weil gerade die Bücherproduktion und das Verlagswesen eng mit den technologischen Entwicklungen verbunden sind (Kaufmann 2015: 2).

Endkundenmarketing und Sichtbarkeit in den Medien sind im Marketingprozess die wichtigsten Nenner (vgl. Kaufmann 2015: 1–4). Ein sehr zentraler Teil des Marketings, räumt Vincent Kaufmann (ebd.) ein, seien der Autor und seine Präsenz in den Medien sowie in der öffentlichen Diskussion. Damit hängt die bereits im Kapitel 2.2.2 erwähnte Aufmerksamkeit zusammen (Kaufmann 2015: 1f). Kaufmann (2015: 3f) hebt hervor, dass die Leser sich immer mehr auf die Empfehlungen der professionellen Leser stützen. Eines der Prinzipien der Online-Buchhändler wie *Amazon* ist es, weitere Produkte zu ähnlichen Themen zu empfehlen. „Wenn man schon nicht alles lesen kann, dann liest man schlussendlich nur noch das, was alle lesen oder empfehlen“ (Kaufmann 2015: 3).

Im Marketing und Verkauf konkurrieren die Verlage sowohl mit anderen Freizeitangeboten als auch miteinander. In dieser Konkurrenz spielt das Image des Verlags, aber auch die Bekanntheit der Autoren eine große Rolle. Das gibt den großen Publikumsverlagen einen Konkurrenzvorteil, da die Sichtbarkeit oft mit den Geldressourcen zusammenhängt. Das Kaufverhalten der Endabnehmer kann aber z. B. von „Autorenreputation, Mundpropaganda oder Rezensionen“ beeinflusst werden (Keuschnigg 2012: 68). Wie die Verkaufsziele erreicht werden, hängt also von vielen verschiedenen Faktoren ab. (Zentes/Effen 1995: 15f; Neudorf 1999: 103; Uhlig 2008: 373)

Die Veränderungen der Medienbranche, besonders im Bereich der Digitalisierung, haben ebenfalls Einfluss auf den Buchmarkt gehabt. Das Buch hat sich schon lange den neuen Funktionsmodellen des Markts angepasst (Turunen 2009: 92). Literatur wird immer mehr im Internet gekauft und in digitaler Form gelesen. Das Verlagswesen kämpft mit den neuen Produktionsformen. Nicht nur die Produktion und der Verkauf haben sich verändert, sondern auch die Rollen der Akteure. Die Grenzen zwischen Leser oder Konsumenten, Kommentatoren und Gestalter gleichen sich aus (Pirhofer 2015: 67). Trotz aller Veränderungen halten sich das gedruckte Buch und die traditionellen Werte der Literatur (Turunen 2009: 93). Worum es bei diesen Veränderungen der Branche geht, ist nach Turunen (2009: 97) die Verflechtung des Politischen, des Wirtschaftlichen und des Technologischen, in der die Logik der Wirtschaft dominiert. Dadurch funktioniert auch das kulturelle Feld immer mehr unter den Bedingungen der Wirtschaft. Die kleinen Verlage, die als Produzenten das interne Hierarchisierungsprinzip, das „l’art pour l’art“ der Bourdieuschen Theorie,

repräsentieren, haben es immer schwieriger, da die Großproduktionen auch den Literaturmarkt beherrschen. Das Buch als Ware und das Buch als ästhetisches Objekt driften immer weiter auseinander (Turunen 2009: 98). Der grundlegende Gedanke der Bourdieuschen Theorie des literarischen Feldes ist, dass das Feld relativ autonom ist. Die Entwicklung des Buchmarkts, des Verlagswesens und der Medienbranche hat dazu geführt, dass das literarische Feld immer mehr den Normen und Regeln des Feldes der Ökonomie folgt. Es ist eine Frage der Zeit, wie lange die reine, autonome Kunst noch der Macht des ökonomischen Feldes standhalten kann.

## 2.4 Kulturtransfer, Image und Internationalität

### 2.4.1 Interkulturelle Kommunikation und Kulturtransfer

Auf die internationale Vermittlung von Literatur wird oft mit dem Begriff ‚Literaturexport‘ hingewiesen. Mit Literaturexport, oder breiter gefasst mit Kulturexport, wird die konkrete, meistens kommerzielle Bewegung von Produkten im internationalen Kontext gemeint also z. B. die kommerzielle Vermittlung von Literatur von einem Buchmarkt zum anderen. Die etwas problematische Internationalität des literarischen Feldes stellt auch eine Herausforderung für den Literaturexport dar. Die Internationalisierung des literarischen Feldes wäre ohne interkulturelle Kommunikation und Kulturtransfer nicht möglich. Kulturtransfer wird hier als Prozess verstanden, der den Rahmen für die internationale Vermittlung von Literatur gibt. Wichtig sind die Art und Weise, wie sich die Literatur bzw. Bücher international bewegen. Die literarische Internationalität kann als Bewegung von Stilen und Techniken, einzelnen Büchern oder Autoren, Übersetzungen, Nationalliteraturen usw. untersucht werden. Auf die Betrachtung der kulturspezifischen Merkmale oder Unterschiede einzelner Werke oder literarischer Strömungen wird im Rahmen dieser Arbeit jedoch nicht genauer eingegangen. Wichtig hier ist die Bewegung der Literatur und der Kultur als Phänomene und als Waren über die nationalen Grenzen hinaus. Das Konzept des Kulturtransfers dient als Ausgangspunkt für die Erklärung des Exportprozesses und seiner Auswirkungen.

Die Basis des Literatur- bzw. Kulturexports liegt in den Prozessen der interkulturellen Kooperation und Wechselwirkung. Wenn die Rede von Kulturexport ist, sollte man eigentlich immer davon ausgehen, dass es sich um einen interkulturellen Transferprozess handelt (Koivunen 2004: 29). Die Entstehung von Wechselbeziehungen zwischen unterschiedlichen Kulturen ist für den Export kultureller Gegenstände, Themen, Handlungsweisen usw.

erstrangig. Um erfolgreich zu sein, braucht der Export das Feedback, das erst durch den Transferprozess entsteht (Neuhaus 2009: 16). Die Voraussetzungen für den Kulturexport liegen in der Kooperation und im gegenseitigen Verständnis, das sich im Prozess des Kulturtransfers entwickelt.

In Anlehnung an Hans-Jürgen Lüsebrink (2008: 8) gehe ich davon aus, dass der Kulturtransfer auf interkultureller Kommunikation basiert. Im weitesten Sinne bezieht er sich auf „die kommunikative Dimension der Beziehung zwischen Angehörigen unterschiedlicher Kulturen“ (Lüsebrink 2008: 8). Hier wird unter interkultureller Kommunikation sowohl „interpersonale Interaktion“ als auch „mediatisierte interkulturelle Kommunikation“ verstanden (Lüsebrink 2008: 8). Wichtig ist der Dialog, der auf verschiedenen gesellschaftlichen Ebenen stattfindet. Er kann sowohl auf der individuellen oder auf der institutionellen Ebene durchgeführt werden (Kortländer 1995: 3). Kommunikation an sich basiert immer auf einem menschlichen Umgang. Kommunikations- und Austauschprozesse sind „menschliche Prozesse“, egal, ob sie innerhalb einer oder zwischen unterschiedliche kulturellen Gruppen stattfinden.<sup>18</sup>

Fred L. Casmir (1998: 18) geht davon aus, dass durch Kommunikation ein „Gleichgewicht zwischen Individualismus und einem Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Gruppe von Menschen“ erreicht wird. Daraus ergibt sich die zentrale Frage der interkulturellen Kommunikation. Wie werden die Grenzen des eigenen kulturellen Hintergrunds determiniert und was bedeuten eigentlich die „anderen“ bzw. die „fremden“ Kulturen? Die Relevanz dieser Frage beim Kulturtransfer erklärt sich dadurch, dass die Unterschiede, auch die ganz kleinen, in den sozialen und kulturellen Hintergründen oft die zentralen Faktoren bei der Rezeption der exportierten Produkte sind. Damit wird auch die Frage relevant, ob nicht die exportierte Literatur auch etwas vom Ausgangsland vermitteln darf.

Die kulturellen Grenzen beeinflussen auch die Grenzen der literarischen Felder der Regionen (vgl. Kap. 2.1.5). Die Basis des Kulturtransfers liegt in der Tatsache begründet, dass Grenzen zwischen Nationalkulturen entstanden sind und innerhalb dieser Grenzen für die jeweilige Nationalkultur auch eine kollektive Identität (Paulmann 1998: 23). Interkultureller Dialog und Wechselwirkung zwischen Kulturen sind in vielen Fällen die Voraussetzungen für eine gemeinsame Tätigkeit auf dem kulturellen Feld und damit auch auf einem

---

<sup>18</sup> Dies wird auch in den öffentlichen Diskussionen im Bereich Literatur akzentuiert. Die gesellschaftliche Diskussion wird oft von international bekannten Persönlichkeiten wie z. B. Günter Grass in Deutschland war oder Sofi Oksanen in Finnland aufrechterhalten. Auch in den nationalen oder institutionellen Projekten wie der Ehrengastauftritt sind persönliche Begegnungen wichtig.

internationalen literarischen Feld. Durch Begegnungen können die Unterschiede der Kulturen determiniert werden und damit auch die Voraussetzungen für und Anforderungen an den Kulturtransfer. Durch die Interaktion einzelner Individuen, die Wissen über das andere Land durch Gespräche oder Arbeit wie z. B. Übersetzungen vermitteln, heben sich die Grenzen der Nationalkulturen auf. In der Überschreitung kultureller Grenzen ist diese Kommunikation der erste Schritt. Erst die kommunikative Interaktion zwischen unterschiedlichen Kulturen ermöglicht einen Kulturtransfer. (Paulmann 1998: 23)

Wo interkulturelle Kommunikation auf die verschiedenen Ebenen eines Dialogs hinweist, wird beim Kulturtransfer von der Bewegung kultureller Einheiten, Handlungsweisen, Gegenstände oder Sitten und Gebräuche ausgegangen. Im Allgemeinen liegt der Kern des Begriffs ‚Kulturtransfer‘ in einer kulturelle (d. h. internationale, transnationale, soziokulturelle) Grenzen überschreitenden Interaktion zwischen Vermittler und Rezipienten. Kulturelle Transferprozesse wurden erstmals zwischen Deutschland und Frankreich untersucht. Ausgangspunkt war jedoch eher „die Abwehr fremder Einflüsse“ als eine kommunikative Interaktion (vgl. Paulmann 1998: 23). Damit wurde auch der Kulturtransfer zunächst durch Emigranten und ihre Einflüsse an die Kultur des jeweiligen Landes betrachtet. Nach einer grundlegenden Studie über den deutsch-französischen Kulturtransfer im 19. Jahrhundert gehörten ebenfalls Wissenschaftler und Künstler sowie Sprachlehrer und Übersetzer zu den zentralen Gruppen der Kulturtransferprozesse. Der Begriff bezieht sich also nicht nur auf Kulturgüter, sondern genauso auf die Einflüsse der einzelnen Individuen oder Institutionen auf die rezipierende Kultur, wie Johannes Paulmann (1998: 32) den Transfer des 19. Jahrhundert beschreibt. Es handelt sich um „die gesamte Breite und Palette der kulturellen Traditionen“ (Kortländer 1995: 11). Zentral für diese Untersuchung sind die konkrete, oft geplante und bewusste Vermittlung von Themen, Inhalten, Diskursen, Praktiken und Gütern von einem Handlungs- und Denkmodell zum anderen sowie die Folgen dieser Tätigkeiten.

Wie die interkulturelle Kommunikation verläuft auch der Kulturtransfer sowohl individuell als auch institutionell. Kortländer (1995: 3) geht davon aus, dass der Begriff im engsten Verständnis „den Austausch unter Individuen“ aus unterschiedlichen Kulturräumen beschreibt. Individuell kann der Transfer nach Kortländer (1995: 3) also über einen Briefwechsel oder eine einfache Diskussion ablaufen. Weiter spricht Kortländer (1995: 4) von „sozial konstruierte(n) Einheiten“, wofür die Nation und die Nationalkultur einen Prototyp darstellen. Dabei findet der Transfer zwischen Gruppen statt (Kortländer 1995: 4). Als Vermittler in den Transferprozessen fungieren nationale Institutionen und Organisationen auf der einen Seite und einzelne Menschen, die entweder aus

persönlichen oder professionellen Gründen auf dem internationalen Kulturfeld tätig sind, auf der anderen Seite. Ein gutes Beispiel sind u. a. die Übersetzer, die mit ihrer Arbeit Verständnis für andere Kulturen schaffen und sowohl als Individuen als auch durch Institutionen wirken. (Kortländer 1995: 3–5, 24; Lüsebrink 2008: 129f)

Das, was für die Untersuchung im Bereich des Kulturtransfers wichtig ist, ist die Betrachtung einer kulturellen Gesamtheit, die aus einem Kulturgebiet in ein anderes transportiert wird. Der Kulturtransfer liefert das Mittel für die Betrachtung solcher Themen wie z. B. Länderbilder, die Vermittlung und Rezeption bestimmter Literatur in anderen Ländern oder die Verbreitung von Phänomenen innerhalb von Kunst- oder Wissenschaftsdisziplinen. Die zentrale Frage nach Paulmann (1998: 31) ist die Entstehung gewisser Wahrnehmungen wie Länderbilder und der Prozess hinter diesen Wahrnehmungen. Kulturtransfer

*thematisiert, aus welchen Motiven heraus Wissen erworben, nach welchen Kriterien das Wissenswerte selektiert und zu welchen Zwecken die erworbene Information benutzt wurde. (Inter)kultureller Transfer beschäftigt sich mit der Übertragung von Ideen, Gütern und Menschen. Die einzelnen Gegenstände werden dabei nicht isoliert betrachtet, sondern in ihrem gesellschaftlichen und politischen Umfeld. (Paulmann 1998: 31)*

Um zu funktionieren, braucht Kulturtransfer „eine Grundvoraussetzung (...), nämlich das interne Motiv, sich für das Fremde zu interessieren“ (Paulmann 1998: 25). So ein Motiv könnte z. B. der Auftritt Finnlands auf der Frankfurter Buchmesse oder einfach eine literarische Übersetzung sein. Lüsebrink (2008: 140f) teilt die „Antriebskräfte“ der kulturellen Transferprozesse in ökonomische Interessen, politische und ideologische Zielsetzungen und affektive Faktoren ein. Auf institutionellem Niveau leiten die ökonomischen Interessen und die politischen und ideologischen Bestrebungen den Transferprozess. Der Export von Büchern aus der Sicht eines Verlags oder einer Literaturagentur basiert in den meisten Fällen auf ökonomischen Interessen. Bücher werden zielbewusst, unter Berücksichtigung der Nachfrage der Zielregion, exportiert. Politische Interessen oder Ziele sind im Literaturexport ebenfalls zu sehen. Länderspezifische Themen wie die Bekanntheit der Sprache oder Musik sowie kulturelle Praktiken und Institutionen wie das Bildungssystem, u. a. der Export von Lehrmaterialien, können im Transferprozess als politische Interessen oder Zielsetzungen betrachtet werden. (Lüsebrink 2008: 140f)

Der Export eines Buches bewirkt nicht überall die gleichen Resultate. Die Interpretation von Gemälden oder Büchern hängt oft von der sozialen und kulturellen Umgebung und dem kollektiven Gedächtnis bzw. dem ‚mémoire

culturelle' der jeweiligen rezipierenden Kultur ab (Kortländer 1995: 24f). Die kulturellen Begegnungen werden oft mit vielen Emotionen beladen, und daher sind die interkulturellen Transferprozesse nicht lückenlos. Ein gewisses, emotionales Image vom Ausgangsland kann Verhinderungen oder Verzögerungen in den kulturellen Vermittlungsprozessen bedeuten. Dies zeigt sich z. B. bei der Rezeption von Literatur (Lüsebrink 2008: 39f). Emotionen können, wie gesagt, auch die „Antriebskräfte“ bzw. Motive der kulturellen Transferprozesse sein. Als bedeutende emotionale Faktoren sieht Lüsebrink (2008: 141) „Dispositive wie Faszination, Identifikation, Hass und Ressentiment oder aber die Suche nach Gegenmodellen zur eigenen (...) Situation und Lebenswelt“.

Wie oben beschrieben, wird durch den Kulturtransfer die Vermittlung kultureller Einheiten betrachtet. Diese passiert also sowohl auf einer nationalen Ebene durch Institutionen als auch persönlich durch Individuen. Um die Begriffe überschaubarer zu halten, wird in den folgenden Kapiteln von institutionellem und individuellem Kulturtransfer, die durch individuelle und institutionelle Vermittler zustande kommen, die Rede sein. Der Schritt zwischen den beiden Ebenen ist fließend, weil der Transfer auf der institutionellen Ebene immer auch die individuelle Interaktion braucht. Diese Interaktion wurde auch für die Organisatoren des finnischen Ehrengastauftritts wichtig.

#### 2.4.2 Kulturtransfer als Prozess

Kulturtransfer ist ein produktiver Prozess, der in verschiedenen Phasen dynamisch vorangeht (Lüsebrink 2008: 130). Kulturtransfer wird von Kortländer (1995: 7–9) in drei Prozesse geteilt, die auf drei gesellschaftlichen Dimensionen basieren. Die Dimensionen beziehen sich erstens auf die Ausgangskultur, zweitens auf das kulturelle Artefakt, das vermittelt wird, und schließlich auf die Zielkultur. In der Ausgangskultur finden Selektionsprozesse statt, wodurch bestimmte Artefakte (wie Bücher oder gewisse Themenbereiche) entweder institutionell, medial oder individuell transportiert bzw. vermittelt werden. Der Rezeptionsprozess<sup>19</sup> in der Zielkultur verbindet die drei Prozesse miteinander (Lüsebrink 2008: 133f). Kortländer (1995: 6) betont, dass in allen Prozessen sowohl die individuelle als auch die institutionelle Ebene berücksichtigt werden sollte. Die Prozesse sind auch keineswegs völlig eigenständig, sondern gehen als eine Art von Kontinuum weiter (Lüsebrink 2008: 132).

Prozesse des Kulturtransfers nach Lüsebrink (2008: 132):

---

<sup>19</sup> Auch Integrationsprozess genannt (Kortländer 1995: 8).

### 1. Selektionsprozesse

Quantität – Qualität

### 2. Vermittlungsprozesse

Institutionell – Medial – Individuell

### 3. Rezeptionsprozesse

Übertragung – produktive Rezeption – Nachmachung – kulturelle Adaptation –  
Kommentarform

Die Prozesse des Kulturtransfers bezeichnen den Weg der in der Selektion ausgewählten Themen, Gegenstände oder Güter von der Ausgangskultur in die Zielkultur. In der ‚Selektion‘ wird ein kultureller Teilbereich für den Transport ausgesucht. Abhängig von den „Motiven und Interessen“ der Selektionsebene werden die kulturellen Teilbereiche bzw. die konkreten Gegenstände ausgewählt (Kortländer 1995: 7). Die Motive und Interessen können z. B. ideologisch sein und „sich in den Normen und Werten (ausdrücken), die durch die importierten Kulturgüter in ihrer Ursprungskultur tatsächlich vertreten werden, oder durch solche Normen und Werte, die die importierten Güter nach der Absicht der Importeure repräsentieren sollen“ (Kortländer 1995: 7). Damit würde z. B. die Vermittlung eines politisch betonten Länderimages auf ideologischen Interessen basieren.

Die Motiven und Interesse können auch praktisch sein. Sowohl Lüsebrink (2008: 132) als auch Kortländer (1995: 7) nennen als praktische Interessen u. a. die zum Export ausgewählten Bücher eines Verlags:

*Das praktische Interesse, das zunächst auf Fremd- und Selbstverstehen ausgerichtet ist, drückt sich aus vor allem in den Übersetzungen, den Text- und Werkausgaben, der Lektüre, Kritik und Vermittlung von Texten (aus allen Bereichen von Kunst und Wissenschaft), der Aufführung und Drucklegung von Musik- und Theaterstücken, der Organisation von Ausstellungen, dem Ankauf von Bilder etc. (Kortländer 1995: 7)*

Der Vermittlungsprozess aus der Ausgangskultur in die Zielkultur bezeichnet den Transport der in der Selektion ausgewählten Themen, Gegenstände oder Güter. Die Vermittlungsarten unterteilt Lüsebrink (2008: 133) in verschiedene „Vermittlerfiguren und Vermittlerinstitutionen“, d. h. in individuelle Vermittler, Mittlerinstitutionen und mediale Mittlerinstanzen. Lüsebrink (2008: 133) spricht z. B. von Mittlerinstitutionen, die auf institutionellem Niveau arbeiten und deren

Aufgabe die Kulturvermittlung ist. Dazu werden die Kultur-Institutionen und Außenministerien, aber auch Verlage, die übersetzte Literatur publizieren, gezählt (ebd.). Statt einzelner Individuen sind hier gesellschaftliche Gruppen tätig (Kortländer 1995: 9). Dabei dominieren die ideologischen Interessen, weil die Zielsetzungen durch das kollektive Gedächtnis der Vermittlergruppe zustande kommen. Als Vermittlerfiguren auf der individuellen Ebene arbeiten und funktionieren u. a. Übersetzer, Auslandskorrespondenten, Austauschstudenten und z. B. selbstständige Reisende.

Persönliche Begegnungen sind oft der Schlüssel zum Kulturtransfer. Die ganz persönliche Ebene der Vermittlung lässt sich nur selten dokumentieren, wodurch die Ebene nur teilweise untersucht werden kann. Wichtig aus Sicht des Kulturtransfers ist herauszufinden, welchen Einfluss z. B. Landes- oder Sprachkenntnisse, oder der Mangel an beidem, auf den Vermittlungsprozess haben. Ereignisse, Traditionen, Stereotypen und historische Begegnungen beeinflussen den Transfer, da viele Kulturen und Nationen bereits ein gewisses Image bzw. Bild voneinander haben. Die Medien als Vermittler beeinflussen den Vermittlungsprozess sowohl auf der individuellen als auch auf der institutionellen Ebene, „indem sie, in sehr unterschiedlicher Intensität und Qualität, Informationen und Bilder über andere Kulturen transferieren“ (Lüsebrink 2008: 133). Im Rahmen dieser Untersuchung werden Medien als Repräsentanten der Zielkultur betrachtet. Damit fungieren die Medien sowohl als Vermittler als auch als Rezipient.

Die Rezeption ist für den gesamten Kulturtransferprozess die bedeutendste Phase, denn ohne Rezeption kommt kein Transfer zustande. In der Rezeptionsphase des Kulturtransferprozesses findet die Integration des zur Vermittlung gewählten Gegenstandes oder Themenbereiches statt. Integration als Begriff kann als Teil des Rezeptionsprozesses gesehen werden, weil erst die Rezipienten die vermittelten Kulturgüter bearbeiten und übernehmen, wodurch das Produkt oder Thema in die bereits vorhandenen Strukturen integriert und an sie angepasst wird (Kortländer 1995: 8). In der Integration läuft der Rezeptionsprozess schrittweise von der institutionellen Ebene zur individuellen oder umgekehrt. Auf dem institutionellen Niveau zeigt sich die Integration „als Frage nach den Strukturen, die durch den Transfer bekräftigt, erschüttert oder einfach nur verändert und angepasst“ werden (Kortländer 1995: 10). Auf dem individuellen Niveau geschieht die Integration durch die bereits vorhandenen Erfahrungen und Verhaltensweisen. Die individuellen Vermittlerfiguren des Empfängerlandes arbeiten nach Kortländer (1995: 5f) an dem sogenannten Kulturgedächtnis (*mémoire culturelle*) ihrer Nation. Erst durch das *mémoire culturelle* können die importierten Kulturgüter auch auf der nationalen und

institutionellen Ebene ihre Bedeutung aufweisen (Kortländer 1995: 6). Dieses passiert nach Kortländer (1995: 11) erst durch „geeignete Empfängerstrukturen“.

Paulmann (1998: 24) betont, dass der Zusammenhang im Empfängerland, in dem u. a. Literatur rezipiert wird, oft den Erfolg des Transfers festlegt. Damit kann auch erklärt werden, warum ein Buch oder ein Thema in einem Land sehr positiv rezipiert wird und in einem anderen kaum Reaktionen auslöst (vgl. Joosten/Parry 2016). Manchmal erklärt sich z. B. ein ausländisches Buch für den Leser erst durch Kenntnisse über das Land oder die Kultur, aus dem/der es kommt. Dabei kann z. B. eine Literaturkritik als eine Form von Vermittlung den Prozess erleichtern (s. Kap. 2.2). Oder umgekehrt vermittelt das Buch Informationen über das Land oder die Kultur.

Als einer Form des Rezeptionsprozesses spricht Lüsebrink (2008: 134) von verschiedenen Formen einer kulturellen Adaption. Er weist z. B. darauf hin, dass Bücher bzw. Übersetzungen in verschiedenen Sprachräumen oft anders aussehen, unterschiedliche Klappentexte oder Bebilderungen brauchen, damit sie überhaupt verständlich und rezipierbar sind (s. Abbildung 1). In der Adaption geht es sowohl um Anpassung des Produkts an die Zielkultur als auch um Aneignung in der rezipierenden Zielkultur (vgl. Körkkö 2014). Wenn die Rede vom Rezeptionsprozess des Kulturtransfers ist, kann man davon ausgehen, dass die Integration teilweise bereits durch Selektion und Vermittlung läuft. Im Idealfall beachten die Selektions- und Vermittlungsinstanzen die rezipierende Kultur bereits, indem sie die Gegenstände, Themenbereiche usw. in einer für die Rezeption möglichen Form vermitteln. Bei Literatur bedeutet das Übersetzungen, aber auch z. B. Coverdesign und Klappentexte.

Wie die Abbildung 1 zeigt, sieht das Buchcover des Romans *Der Tag der roten Nase* (2010) von Mikko Rimminen in der finnischen und deutschen Version anders aus. Das finnische Cover zeigt ein typisches Schild im Treppenhaus eines finnischen Hochhauses und spiegelt dabei das Thema des Buches wider. Das Bild des deutschen Covers dagegen stellt ein Küchenregal dar, das auch indirekt das Thema des Buches reflektiert. Das Bild auf dem finnischen Cover würde sich lediglich für solche deutsche Leser erschließen, die bereits mit der finnischen Gesellschaft bekannt sind. (vgl. Körkkö 2015)



**Abbildung 1.** Buchcover von Mikko Rimminens *Nenäpäivä* (2010) und *Der Tag der Roten Nase* (2014) (Teos 2014; dtv 2014)

Zusätzlich zu den bereits behandelten zentralen Rezeptionsformen fügt Lüsebrink (2008: 36) zum Rezeptionsprozess noch eine kommentierende Ebene der Rezeption und die produktive Rezeption hinzu. Die Rezeption als eine Kommentarform bezieht sich auf die Diskurse, die in der öffentlichen Diskussion herrschen. Hier kommen u. a. die vielen Formen der Kultur- und Literaturkritik in den öffentlichen Medien vor sowie der interkulturelle Dialog in verschiedenen Medien. Die heutige Medienkultur zeigt sich auch in der produktiven Rezeption. Lüsebrink (2008: 136) arbeitet hier mit Beispielen aus der Medien- und Filmindustrie. Ein Beispiel aus der finnischen Literatur wäre die japanische Animation der Mumin-Bücher der finnischen Autorin Tove Jansson. Oft werden die Handlungsabläufe geändert und die Figuren modifiziert. In solchen Fällen der Kulturadaption findet ebenfalls eine Verwandlung des ursprünglichen Produkts in eine Form statt, die passend für die jeweiligen Rezipienten ist. Oft ist dann die ursprüngliche Quelle nicht mehr erkennbar. (Kortländer 1995: 8; Lüsebrink 2008: 136f)

Wie die Beschreibung des Rezeptionsprozesses zeigt, wird hier ziemlich stark von den importierten Kulturgütern, Verhandlungsmodellen, Denkweisen usw. ausgegangen. Sowohl Kortländer (1995: 1–19) als auch Lüsebrink (2008: 129–147) betrachten die Rezeption aus einer ähnlichen Sicht: Wie das importierte Gut sich anpasst und wie es bearbeitet und adaptiert wird und als Teil des Lebens im „neuen“ kulturellen Umfeld sowohl individuell als auch institutionell integriert

wird. In dieser Untersuchung wird die ganze Kette des Kulturtransfers verfolgt. Ein besonderer Fokus liegt auf der kommentierenden Ebene der Rezeption.

#### 2.4.3 Internationale Literaturrezeption

Literatur wird nicht nur vermittelt, sondern im Idealfall werden die selektierten und vermittelten Lektüren auch gekauft, gelesen und rezipiert. Rezeption ist ein zentraler Teil der literarischen Kommunikation und auch gewissermaßen das Ziel der Vermittlung. Durch Rezeption kann betrachtet werden, wie die Vermittlung der Literatur abgelaufen und wie sie gelungen ist. Warum finden gerade gewisse Bücher den Weg zum Markt und zur Leserschaft und vor allem, wie werden sie entgegengenommen? Professionelle Leser wie Literaturkritiker müssen in ihrer vermittelnden Funktion einschätzen, welche Bücher für ihre Leser von Interesse sein könnten (Neuhaus 2009: 25). Auch die Rezeption kann durch die professionelle Ebene des Lesens betrachtet werden. Kritiker sind eben auch Rezipienten. Und gerade diese öffentliche Form der Rezeption steht hier im Fokus. Da in dieser Untersuchung die internationale Ebene des literarischen Feldes betrachtet wird, wird auch die Rezeption auf internationaler Ebene erläutert.

Wichtiger als die abstrakte Ebene der Rezeptionsästhetik sind hier der rezeptionsgeschichtliche Ansatz zur internationalen Literaturrezeption und die öffentliche Rezeption der Literatur in Form von Literaturkritik. Gunter Grimm (1977: 22f) weist darauf hin, dass die verschiedenen rezeptionstheoretischen Richtungen sehr heterogen sind und dass die Forschung zur Rezeption interdisziplinär ist. Ausgehend von der Literaturrezeption im Allgemeinen, bietet Grimm (1977: 22) folgende Definition der Literaturrezeption an: „die Aufnahme (Reproduktion, Adaption, Assimilation, kritische Beurteilung) eines belletristischen Produkts oder die seiner Elemente mit oder ohne Einbettung in weitere Zusammenhänge“. Zima (2011: 183) verbindet Rezeption mit kollektiven Erscheinungen, „etwa mit der Aufnahme eines Textes durch Gruppen von Lesern oder Literaturkritikern“. Diese Definitionen gelten auch in dieser Arbeit.

Rezeption ist auf der internationalen Ebene ein Teil des Kulturtransferprozesses, aber auch ein Teil der literarischen Kommunikation einer Gesellschaft. In der Literaturrezeption drückt sich die Kommunikation zwischen Autor, Text bzw. Literatur und Leser aus, da auch Texte nach Grimm (1977: 16) in verschiedenen Relationen fassbar sind und „als Zeichen Träger von Bedeutung und von daher Teil eines kommunikativen Prozesses“ sind.<sup>20</sup> Die kommunikationstheoretische

---

<sup>20</sup> Textwissenschaft ist hier jedoch nicht der Ausgangspunkt (vgl. Grimm 1977: 16).

Betrachtungsweise der Rezeption betont, dass sowohl externe als auch interne Kommunikationsvoraussetzungen den Rezeptionsprozess beeinflussen. Solche sind u. a. „Ort, Zeit und Situation des Kommunikationsaktes“ (Grimm 1977: 17). Der Text des Rezipienten ist also nie identisch mit dem des Verfassers und der Text entsteht eigentlich erst beim Lesen (Neuhaus 2009: 26). Auch Oliver Sill (2001: 118) betont die subjektive Erfahrung eines Lesers in der Literaturrezeption und stellt fest, dass „die Rezeption eines literarischen Textes abhängig von den Einstellungen des jeweiligen Beobachters (bleibt)“. Dabei ist der gesellschaftliche Kontext oft entscheidend (Grimm 1997: 14–17). Die Bedeutung der gesellschaftlichen und kulturellen Faktoren für die Literaturrezeption sollte nicht unterschätzt werden (vgl. Dörner/Vogt 2013: 83f).

Die kulturellen Einflussfaktoren werden in der internationalen Literaturrezeption akzentuiert. Internationale Literaturrezeption teilt sich nach Grimm (1977: 154f) in drei Kategorien auf: „1. Die synchrone Rezeption eines ausländischen Autors (Textes) durch (beliebige deutsche) Leser bzw. Leserschaften einer Epoche. (...) 2. Die Lektüre ausländischer Texte durch bestimmte Leser bzw. Leserschaften einer Epoche. (...) 3. Die Lektüre deutscher Literatur im Ausland“. Dabei räumt er ein, dass der letzte Punkt eigentlich nur die Umkehr der beiden anderen darstellt (ebd.). Für diese Arbeit ist die dritte Kategorie von Bedeutung, da hier die Vermittlung und Rezeption einer bestimmten (nationalen) Literatur im Ausland im Fokus steht. Die zentrale Frage der internationalen Rezeptionsforschung ist nach Abdelkrim Medghar (2010: 10) die Frage nach der „Rezeption einer nationalen Literatur in einem ausländischen Land oder Raum“.

Die Frage der internationalen Literaturrezeption ist eng mit der literatursoziologischen Sichtweise der Rezeptionsforschung verbunden. Im Bereich der internationalen Literaturrezeption ist die Frage nach der Lesekultur und dem kulturellen Stellenwert der Literatur besonders wichtig, da die internationale Literaturrezeption nicht nur die literaturspezifischen Merkmale umfasst, sondern auch das gesellschaftliche Umfeld der Literatur miteinbezieht (Grimm 1977: 155). Ausgehend vom gesellschaftlichen Kontext, kann u. a. gefragt werden „welche Lesekultur in einem Land, einem Milieu, einer Subkultur (existiert), welchen kulturellen Stellenwert hat die Literatur dort?“ (Dörner/Vogt 2013: 84). Von dieser kulturellen Umgebung ist die Rezeption abhängig, also das, „was der Leser aus einem Text macht und was nicht, ist abhängig von seiner kulturellen Sozialisation und kulturellen Bildung (Dörner/Vogt 2013: 88). Dies weist auf die Feldtheorie und auf die oben diskutierte ‚memoiré culturelle‘ der Rezipienten hin (s. Kap. 2.1).

Die internationale Literaturrezeption als Forschungsrichtung betrachtet also nicht die einzelnen Bücher und deren Leser, sondern den ganzen Prozess der Rezeption im gesellschaftlichen Kontext. Grimm (1977: 153) betont, dass die internationale Literaturrezeption „weit über das Literaturspezifische reicht“ und damit „innerhalb einer Gesellschaft gesellschaftlich, d. h. nicht primär literarisch, wirksam wird“. „Außerliterarische Momente“ wie u. a. die gesellschaftliche Aktivität eines Autors können bei der interkulturellen Rezeption entscheidend sein. Ein Buch wird möglicherweise nicht nur wegen literarischer Verdienste in gewissen Ländern unter gewissen Rezipienten aufgenommen, sondern auch z. B. durch eine politische Botschaft oder durch die Anpassungsfähigkeit an herrschende gesellschaftliche Normen (Grimm 1977: 154).<sup>21</sup>

Auch die Erwartungen und das ‚mémoire culturelle‘ der Leser aus unterschiedlichen Umgebungen unterscheiden sich voneinander, wodurch ein literarisches Werk unterschiedlich aufgenommen wird.

*Vor allem ist zu betonen, dass das Kunstwerk keineswegs eine unveränderliche Größe darstellt: Durch jede Verschiebung in der Zeit, im Raum und in der sozialen Umwelt verändert sich die aktuelle künstlerische Tradition, durch deren Prisma das Werk wahrgenommen wird, und unter dem Eindruck dieser Verschiebungen verändert sich auch das ästhetische Objekt, das im Bewusstsein der Mitglieder des jeweiligen Kollektivs dem materiellen Artefakt, der Schöpfung des Künstlers entspricht. (Mukarowsky 1970: 74 zit. nach Zima 2011: 188)*

Der Erwartungshorizont bzw. die ‚mémoire culturelle‘ des Lesers, also das, was der Leser u. a. durch seinen kulturellen Hintergrund, seine Belesenheit, Kunst- und Literaturkenntnisse und Lebenserfahrung vom Text erwarten und verstehen kann, spielt auf der internationalen Ebene der Rezeption eine besonders zentrale Rolle (Neuhaus 2009: 27f). Diese Hintergründe und das Vorwissen erklären auch, wie der Leser auf die sogenannten Leer- oder Unbestimmtheitsstellen im Text reagiert (Grimm 1977: 54; Neuhaus 2009: 30). Auf der internationalen Ebene ist die Rezeption noch von einer Divergenz betroffen, die sich in Fremdheitsmomenten zeigt und den Rezeptionsprozess komplizierter macht (Grimm 1977: 154).

Da der Leser in der internationalen Literaturrezeption öfter mit den sogenannten Fremdheitsmomenten konfrontiert ist und Unbestimmtheitsstellen eine noch größere Rolle spielen als bei der Rezeption einheimischer Literatur, steigt die Bedeutung der Opinion Leaders oder Gatekeeper. Damit spielen die öffentliche

---

<sup>21</sup> Vgl. Joosten und Parry (2016).

Rezeption und der Literaturkritiker als Rezipient und Vermittler eine erhebliche Rolle für den Leser. Kritiker erleichtern oder ermöglichen das Verstehen und damit die Rezeption eines Werkes, da sie gerade die Funktion eines Opinion Leaders haben (Grimm 1977: 155). Zima (2011: 184) betont, dass es sich immer wieder gezeigt hat, „dass in jedem Land zu jedem Zeitpunkt Vermittler auftreten, die als erste auf fremdsprachige Autoren aufmerksam machen, ihre Texte kritisch kommentieren oder interpretieren und dadurch einen Rezeptionsprozess auslösen“. Wichtig in der Rezeption sind Signale, die die Leser vor dem Lesen vom Text bekommen. Gerade sie werden oft durch Medien bzw. durch die Literaturkritik vermittelt. Da diese Signale den Erwartungshorizont des Lesers für eine bestimmte Lektüre vorbereiten, erleichtern sie auch die Rezeption unbekannter Lektüre (Grimm 1977: 32). Medienberichte, Zeitungsartikel und Literaturkritik können mit ihrer Kommunikation z. B. Divergenzen beeinflussen, die im interkulturellen Austausch häufig vorkommen (Grimm 1977: 154).

Literaturkritiker sind hier sowohl als Vermittler als auch als Rezipienten aktiv, indem sie mit ihrer Rezeption (Rezensionen, Kritiken) die Rezeption für andere Rezensenten erleichtern und Informationen über das Werk in einer breiteren Öffentlichkeit teilen (Grimm 1977: 155). Als Rezipienten sind Kritiker mit den Problemen der internationalen Rezeption konfrontiert. Auch sie arbeiten meistens mit Übersetzungen und müssen genauso die kulturellen Unterschiede und Fremdheitsmomente interpretieren (Grimm 1977: 154, 156). Anzumerken ist, dass Kritiker keinen einheitlichen Erwartungshorizont haben, auch nicht, wenn sie innerhalb des gleichen literarischen Feldes arbeiten, da die außerliterarischen Faktoren in der internationalen Rezeption eine wichtige Rolle spielen (Zima 2011: 196). Im interkulturellen Kontext werden mit diesen Faktoren u. a. Images, Fremdbilder oder sogar kulturelle Stereotype beeinflusst (Zima 2011: 205).

## 2.5 Images im Kulturtransfer

### 2.5.1 Zum Begriff ‚Image‘

‚Image‘ als Begriff wird in der Alltagssprache häufig und in vielen verschiedenen Zusammenhängen benutzt. Man redet über positive oder negative ‚Images‘ der Unternehmen, über das ‚Medienimage‘ eines Prominenten oder über Imagepflege der Länder. Images im weitesten Sinne kommen überall in der Gesellschaft vor. Der Begriff bezieht sich sowohl auf Themen aus dem Bereich des Marketings und der Medien als auch auf die Beschreibung der Wahrnehmung und Rezeption des Fremden oder des Anderen in den Kultur-,

Literatur- und Sozialwissenschaften (Lüsebrink 2008: 86). Nach Christine Rothe (2001: 102) gilt der Begriff ‚Image‘ als ein „multidisziplinärer Omnibusbegriff“, für den keine Fachrichtung eine eindeutige Definition hat. Hier wird der Begriff im Allgemeinen diskutiert, jedoch mit einem speziellen Fokus auf seine interkulturellen Dimensionen und Funktionen.

Zunächst wird von der allgemeinsprachlichen Definition ausgegangen. Dazu dient die Betrachtung des Images in Zusammenhang mit den Begriffen ‚Vorstellung‘ und ‚Bild‘. Nach einer verallgemeinernden Definition des DUW (2015) ist ‚Image‘: „(eine) Vorstellung, (ein) Bild, das ein einzelner oder eine Gruppe von einer anderen Einzelperson, Gruppe oder Sache hat; [idealisiertes] Bild von jmdm., etw. in der öffentlichen Meinung“. Oder wie Michael Forrester (2000: 3) zusammenfasst, ist ein Image:

*(1) A mental representation of something (e.g. a visible object), not by direct perception but by memory or imagination; a mental picture or impression; and (2) a concept or representation created in the mind of the public of a particular person, institution or product – public image.*

Zentral in dieser Arbeit ist ein Image als eine Vorstellung bzw. eine Darstellung einer Sache in der öffentlichen Meinung. Dadurch wird es wichtig, zusätzlich zum Begriff „Image“ auch den Begriff „Vorstellung“ kurz zu erläutern. Die Definition des Begriffs ‚Vorstellung‘ geht davon aus, dass sie ein „Bild, das sich jmd. in seinen Gedanken von etw. macht, das er gewinnt, indem er sich eine Sache in bestimmter Weise vorstellt“, ist (DUW 2015). Vorstellungen entstehen durch Interaktionsprozesse und, wie Tiina Kankkonen (2009: 10f) feststellt, steht in der Entstehung einer Vorstellung „ein wahrnehmendes und interpretierendes Individuum“ im Mittelpunkt.

In Anlehnung an Lüsebrink (2008: 87) gehe ich hier zunächst davon aus, dass ein Image, wie auch Martin Weiss (1998: 22) es beschreibt, „das Erscheinungsbild von einem bestimmten Phänomen, einem Ereignis oder einer Region“ und „das Ergebnis einer Vielzahl von partiellen Vorstellungsbildern, die in ihrer Zusammensetzung sehr unterschiedlich sein können“, ist. Das Image ist also eine Art einstellungsorientierter Vorstellung (Rothe 2001: 111). „Ein Unternehmensimage ist eine Vorstellung vom Unternehmen und ein Produktimage eine Vorstellung vom Produkt“ (Karvonen 1999: 42). Ein Länderimage ist dann die Vorstellung eines Landes. Diese Sichtweise bezieht sich auf eine Vorstellung, die in der Rezeptionsphase eines Kommunikationsprozesses entsteht, und sie unterscheidet sich von den wirtschafts- und werbepsychologischen Definitionen, nach denen Images nach Kankkonen (2009: 15) eher als „angestrebte Vorstellungen“ gesehen werden können. Solche

angestrebten Images erscheinen z. B. im Falle von *nation branding*. Der Begriff *nation branding* bezieht sich auf ein Marketing-Image, mit dem das Land für bestimmte Zielgruppen vermarktet wird. Keith Dinnie (2015: 5) beschreibt *nation branding* als „the unique, multidimensional blend of elements that provide the nation with culturally grounded differentiation and relevance for all its target audiences“. Brand ist also auch ein Image, das in den Köpfen von Rezipienten, im marktwirtschaftlichen Sinne des Verbrauchers, entsteht. Durch dieses Image versucht das Land, das Interesse für sich international anzulocken (vgl. Reuter 2016: 585).<sup>22</sup>

In dieser Untersuchung geht es einerseits um Länderbilder, also Images, die über Finnland in der öffentlichen Diskussion in Deutschland herrschen. Andererseits geht es in dieser Arbeit um das Image eines Autors in der öffentlichen Diskussion. Betrachtet wird also sowohl ein Image, das ein vom Sender zielbewusst oft durch lange Prozesse geschaffenes Bild ist, als auch ein Image, das eher eine Vorstellung der Rezipienten über eine Sache ist (Forrester 2000: 3; Kankkonen 2009: 14).

Ein Image ist immer dualistisch, also ein Bild als visueller Gegenstand oder ein geistiges Bild, das über eine Sache durch Informationen und Erfahrungen entwickelt ist (Karvonen 1999: 39). Forrester (2000: 2–4) zufolge leiten Images sowohl unsere Gedanken als auch unser Verständnis. In diesem Sinne unterscheidet Forrester (2000: 2) ein externes und ein internes Image. Interne Images sind in unserer Erfahrungswelt als Bildwelten, Töne und Träume entstanden. Die äußeren Images entwickeln sich u. a. durch Massenmedien und die öffentliche Diskussion bzw. durch konkrete visuelle Bilder, die vom Sender bewusst vermittelt werden (Forrester 2000: 2).

Karvonen (1999: 44) betont, dass ein Image immer aus verschiedenen Komponenten besteht. Zentral ist, wie ein Rezipient die vermittelten Informationen interpretiert und was für eine Vorstellung dadurch vom Objekt entsteht. Es handelt sich nach Karvonen (1999: 40) um eine Interaktion zwischen Sender und Rezipient, ähnlich wie im Kommunikationsprozess. Die Instanzen, die die Möglichkeit haben, Informationen zu vermitteln, beeinflussen die Entstehung dieser Vorstellungen durch „Bilder, (...), textuelle Kurzformen wie Anekdoten, Sprichwörter, Sentenzen, Witze und Werbeanzeigen sowie Werbespots, in der Sportberichterstattung, in Karikaturen und auf Titelblättern von Zeitschriften“ (Lüsebrink 2008: 87). Mit der Information aus den vorhandenen Quellen und durch die persönliche Erwartungs- und

---

<sup>22</sup> Mehr über *nation branding* in Finnlands Ehrengastprojekt s. Bayr (2015) und Reuter (2016).

Erfahrungswelt wird ein Image von einem Objekt, also einer Sache, einem Land einer Person usw. zusammengesetzt. Die Information, die der Rezipient bekommt, kann vom Sender sowohl absichtlich als auch unabsichtlich vermittelt worden sein. Oft sendet der Sender absichtlich Informationen aus, aber das endgültige Image wird vom bereits existierenden Vorwissen der Rezipienten beeinflusst (Karvonen 1999: 51). Zwischen beiden Akteuren wirkt oft auch eine Vermittlerinstanz wie die Medien (Karvonen 1999: 53). Was der Sender schickt, ist nur das Material für die Gestaltung des Images. Das endgültige Image, das der Rezipient gestaltet, ist letztendlich nicht regulierbar (Karvonen 1999: 51).

Wie bereits oben erwähnt, wird ein Image aus vielen Komponenten zusammengestellt. Images beeinflussen unser Verhalten und den Umgang mit Sachen, Menschen und anderen Ländern oder Kulturen. Länderbezogene Images sind oft nicht weit entfernt von Stereotypen oder Fremdbildern. Es ist nicht gleichgültig, ob z. B. ein Land im Prozess des Kulturtransfers ein schlechtes oder ein gutes Image hat.

Wenn es beispielsweise um die Vermittlung einer kulturellen Gesamtheit aus einem Land in ein anderes geht, z. B. um den Export finnischer Literatur nach Deutschland, wird in der ersten Phase der Vermittlung oft auf das bereits Bekannte, in der „*mémoire culturelle*“ bestehende Information, aufgebaut. So kann es sein, dass zunächst das Image Finnlands z. B. in der öffentlichen Diskussion mittels Stereotypen betrachtet wird. Dieses Image kann dann von der Zusammenstellung des Marketing-Images des Landes, das durch das *nation branding* bzw. die Imagepflege den Medien vermittelt wurde, neuformuliert werden. Die Informationen werden so durch Medien weiter an einzelne Rezipienten vermittelt, und das neue Image entsteht aus diesem vermittelten Wissen, den Erfahrungen und dem Vorwissen der Rezipienten. Images setzen sich aus vielerlei Informationen zusammen, und manchmal ändert sich die Botschaft des Senders im Vermittlungsprozess (vgl. Parry 2000: 17).

### 2.5.2 Fremdwahrnehmung und Stereotyp

Für die Betrachtung des Kulturtransferprozesses spielt der oben erläuterte Begriff ‚Image‘ eine wichtige Rolle. Interkulturelle Begegnungen in verschiedenen Umgebungen dienen oft dazu, ein Image von einer Kultur zu bilden oder das Image zu verändern. Gerade im Bereich der Kultur- und Sozialwissenschaften wird ein Image in Zusammenhang mit Fremdwahrnehmungsmustern verwendet, besonders in Verbindung mit Kulturtransfer. Fremdbilder verbinden sich oft mit den in der Alltagssprache

etwas negativen Typisierungen wie Stereotypen und Vorurteilen, die wiederum oft mit interkulturellen Begegnungen zusammenhängen. (Lüsebrink 2008: 83)

Fremdbilder sind Images, bei denen es sich um die Wahrnehmung und Vorstellung von anderen, auch unterschiedlichen oder unbekanntem, Kulturen handelt (Lüsebrink 2008: 83). In der Betrachtung der interkulturellen Interaktion und des Images in einer internationalen Umgebung gehe ich hier zunächst von einer der zentralen Fragen der interkulturellen Kommunikation und des interkulturellen Transfers aus. In den Begegnungen und in der Kommunikation unterschiedlicher Kulturen ist die Wahrnehmung des Fremden einer der zentralen Faktoren. Die Fremdwahrnehmung bzw. die Identifikation des Fremden oder des Anderen ist oft der erste Schritt in der interkulturellen Kommunikation und dadurch auch im Kulturtransfer (Broszinsky-Schwabe 2011: 195). Persönliche Sozialgeschichte, Normen und Werte, Zusammengehörigkeit zu einer Gruppe, das kollektive Gedächtnis einer Nation sowie kollektive Vorstellungen innerhalb einer Gruppe von Menschen u. a. bilden den Unterschied bzw. die Grenze zwischen dem Eigenen und dem Fremden (Slembek 1998: 31; Lüsebrink 2008: 83).

Es wird also bereits vor dem Treffen mit der anderen Kultur ein Image von dem Aussehen der Menschen, ihrer Sitten und Gebräuche oder der Landschaft im Land zusammengestellt. Lüsebrink (2008: 83) geht davon aus, dass Fremdbilder „soziale Konstruktionen“ sind, die als „Wahrnehmungsformen des Anderen“ funktionieren. Sie sind hier von Bedeutung, weil sie den interkulturellen Transferprozess oft regulieren. Wird ein Kulturgut wie ein Buch exportiert, ist die Rezeption bzw. die Integration des Produkts in vielerlei Hinsicht von den Fremdbildern der Rezipienten abhängig. (Kortländer 1995: 13; Broszinsky-Schwabe 2011: 203)

Fremdbilder können als soziale Vorurteile bezeichnet werden, wodurch sie teilweise mit der Definition von Stereotypen deckungsgleich sind. Wo Stereotype und Vorurteile oft feste, im Verlauf von vielen Jahren zusammengesetzte Meinungen sind und in der Alltagssprache oft negativ geprägt und wertend vorkommen, kann die Wahrnehmung von Fremdbildern von Faszination bis Feindbild reichen (Lüsebrink 2008: 83–87). Stereotypen sind feste Typisierungen, die sich nur langsam ändern können. Fremdbilder fungieren, wie Lüsebrink (2008: 173) beschreibt, eher als „Motivation für die Auseinandersetzung mit – oder die Ablehnung von – anderen Kulturen“. Innerhalb der breiten Skala von Fremdbildern finden sich sowohl positive als auch negative Eigenschaften, unterschiedliche Stereotypen und Vorurteile sowie verschiedene Länder- oder Feindbilder. Fremdbilder und Stereotype beruhen

nicht immer auf der Wirklichkeit, sondern sind, wie Images im Allgemeinen, aus verschiedenen Erfahrungswelten zusammengesetzt (Broszinsky-Schwabe 2011: 205f).

Die öffentliche Diskussion hat eine zentrale Rolle in der Vermittlung von Wissen über andere Kulturen: „Fremdbilder werden von Meinungsmachern definiert und durch Literatur, Schulbücher, Presse oder Massenmedien verbreitet“ (Broszinsky-Schwabe 2011: 206). Die Medien beeinflussen die kollektive Meinungsbildung und die kollektiven Einstellungen und dadurch die Wahrnehmung des Fremden (Neuhaus 2009: 94). Damit fungieren Medien als Vermittler der Fremdbilder und als „Indikator für mentale Einstellungsstrukturen“. Werden interkulturelle Themen in der öffentlichen Diskussion und in den Massenmedien behandelt, prägen Fremdbilder oft die Diskussion. Dies bedeutet jedoch nicht gleich, dass negative Stereotype oder Vorurteile vorkommen müssen. Eher begegnet man sogenannten „kulturellen Typisierungen“. Besonders sichtbar sind diese Typisierungen in der Werbung. Gerade die Werbungen spielt mit Typisierungen, die oft gewisse Stereotypen hervorheben und dadurch die herrschenden Fremdbilder beeinflussen. (Lüsebrink 2008: 119f)

Im Kulturtransfer prägen oft die Fremdbilder den Prozess. Sie können die Vermittlung und Rezeption entweder unterstützen oder stören. Die eigene Kultur und die Erkennung des Eigenen werden beim Verstehen des Fremden wichtig. Zusammen mit den Fremdbildern des Rezipienten und den bewusst gesendeten Informationen des Senders, in diesem Fall des Exporteurs, bildet sich für den Rezipienten ein Image wie z. B. ein Länderbild (ein Image von einem Land) heraus.

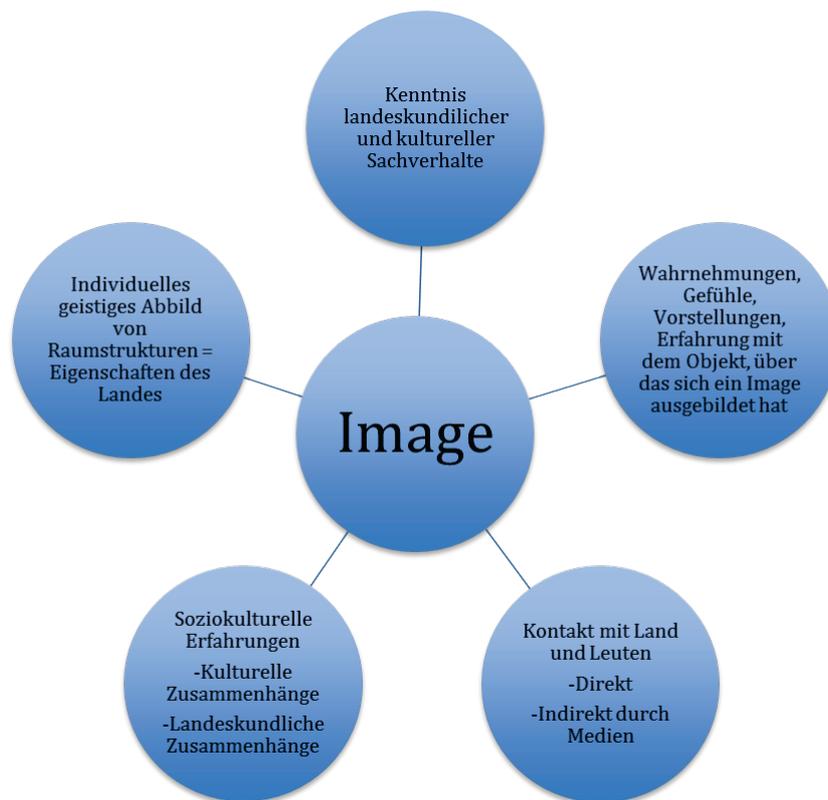
### 2.5.3 Länderbezogene Images

Nach dem Versuch, den Image-Begriff und die damit zusammenhängenden Begriffe Fremdbild und Stereotyp zu erläutern, ist die Frage wichtig, wie und warum Images so eine große Rolle beim Kulturtransfer und in der interkulturellen Vermittlung oder Export von Literatur spielen. Besonders relevant sind dabei die Länder-Images, die oft eine Zusammensetzung der bewussten Öffentlichkeitsarbeit der Länder und der möglichen Stereotypen oder Fremdbilder der Rezipienten sind. Wenn es um Länderbilder bzw. -images im Bereich des Kulturtransfers und der Literaturvermittlung geht, rücken drei Formen von Images in den Vordergrund. Einerseits die Betrachtung des Images unter dem Gesichtspunkt der literaturwissenschaftlichen Imagologie, andererseits das Image aus Sicht des Marketings und der Öffentlichkeitsarbeit

der Länder, also das angestrebte Image, und drittens das Fremdbild. Hier werden die Grundlagen der Entstehung und Untersuchung der länderbezogenen Images in literarischen Zusammenhängen diskutiert. Im Allgemeinen umfasst das Länderimage

*sämtliche Eindrücke eines Landes hinsichtlich geografischen, politischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Gegebenheiten. Kenntnisse darüber können auf eigene Erfahrungen beruhen oder auf der Erfahrung anderer, die sich aber innerhalb einer Bezugsgruppe verfestigen und von anderen Gruppenmitglieder übernommen werden (sogenannte Stereotypen). (Geigenmüller 2003: 56)*

Wie oben beschrieben, bildet das Vermittelte zusammen mit dem Vorwissen der Rezipienten ein Image. Um die Konstruktion eines Images zu erklären, lehnt sich Lüsebrink (2008: 87) an Weiss (1998:24) an und benutzt gerade das länderbezogene Image als Muster.



**Abbildung 2.** Entstehung eines Länderimages (Lüsebrink 2008: 87)

Diese Basiselemente des länderbezogenen Images dienen als Ausgangspunkt für die Betrachtung der Länderbilder in spezifischen Zusammenhängen wie im Bereich der Medien. (S. Abbildung 2)

Da in dieser Arbeit das internationale literarische Feld und die damit zusammenhängenden kulturellen und wirtschaftlichen Erscheinungen im Vordergrund stehen, wird zunächst vom literarischen Bereich der nationalbezogenen Images ausgegangen. Imagologie, auch komparatistische Imagologie genannt, untersucht die Erscheinung der nationalbezogenen Images im Bereich der Literatur und des öffentlichen literarischen Diskurses. Als Grundlage der Imagologie nennen Manfred Beller und Joep Leerssen (2007: 7) „the origin and function of characteristics of other countries and peoples, as expressed textually, particularly in the way in which they are presented in works of literature (...)“. Sie betonen das in den literarischen Werken repräsentierte Image. Manfred F. Fischer dagegen (1987: 56) sieht Imagologie etwas breiter als „vornehmlich literaturwissenschaftliche Beschäftigung mit nationalbezogenen Images, insofern diesen für das Verständnis literarischer Texte und Prozesse eine Bedeutung zukommen kann“. Fischer (1987: 56) beschreibt als Aufgabe der Imagologie die

*Untersuchung nationalbezogener Auto- und Hetero-Images in der Literatur selbst sowie in allen Bereichen der Literaturwissenschaft und -kritik; Erklärung von Genese und Wirkung dieser Images im literarischen und ggf., nämlich unter der Voraussetzung, dass mindestens ein Pol dieser Beziehungen literarisch besetzt ist, auch im extraliterarischen Bereich (der Literaturbegriff ist extensiv angesetzt; er ist nicht in einem wertenden Sinne verwendet, schließt also bspw. Comics und Untergrundliteratur ein, schließt aber philosophische oder rein historische Abhandlungen aus); in Sonderheit die Berücksichtigung jener modifikationsauslösenden Funktionen, die den Images im Rahmen des internationalen Literaturaustauschs und -verständnisses zufallen können.*

Imagologie betrachtet die Entwicklung der Images sowohl im literarischen als auch im außerliterarischen Kontext (Nünning 2004: 99). Es geht darum, welche Vorstellungen bzw. Images durch Literatur von anderen Kulturen entstehen, wie also andere Länder und Kulturen dargestellt werden und was die Bedeutung dieser Vorstellungen oder deren Darstellungen ist, wenn sie z. B. durch literarische Diskurse, Kritik oder andere Lektüre weitergegeben werden (Dyserinck 1988: 13; Beller/Leerssen 2007: 27). Die imagologische Betrachtungsweise betont die in der kulturellen bzw. literarischen Wechselbeziehung der Länder entstehenden Vorstellungen, die sich in der Literatur selbst, aber auch außerliterarisch in der öffentlichen Diskussion, z. B. im Bereich der Literaturkritik, ausdrücken. Beispielsweise ist es nicht gleichgültig, wie ein Autor sich sieht, ob sie oder er sich z. B. stark als Bürger eines Landes hervorheben will und sich dadurch innerhalb der Leserschaft z. B.

als Vertreter einer bestimmten Gattung profiliert (Beller/Leerssen 2007: 27). Als Beispiel kann die Verbindung zwischen Skandinavien und der Kriminalliteratur genannt werden. (Fischer 1987: 55 – 57)

Im Bereich der Imagologie beschränkt sich diese Arbeit lediglich auf die nationalbezogenen Images in der öffentlichen Diskussion zur finnischen Literatur. Es wird also nicht das in der deutschen Literatur vermittelte Image von Finnland betrachtet, sondern das Finnland-Image, das die Rezensionen und andere Literaturartikel weiterreichen (vgl. Dyserinck 1988: 13).

### 3 DIE FRANKFURTER BUCHMESSE UND DER EHRENGAST

#### 3.1 Buchmessen und ihre Funktion

Buchmessen bieten dem gesamten Literaturbetrieb die Möglichkeit, zusammenzukommen, zu handeln und den Medien ebenso wie den Endkunden Produkte zu präsentieren (Voss 2005: 85). Die Funktion der Buchmesse geht teilweise mit der Funktion des Buches als Produkt einher (vgl. Kap. 2.3.3). Bücher sind Produkte, die verkauft und vermarktet werden, wie andere Produkte auch. Es sind aber auch Produkte, die kulturelle Inhalte vermitteln. Ebenso sind Buchmessen Veranstaltungen mit Handelscharakter. Und sie fungieren als Kulturvermittler. Wie der ganze Betrieb balancieren auch die Buchmessen zwischen der künstlerischen und der kommerziellen Seite der Branche.

Allerdings können Buchmessen, wie Messen im Allgemeinen, in erster Linie mit einer Beschreibung aus den Wirtschaftswissenschaften beschrieben werden. Nach Ingeborg Weuthen (1984: 15) sind Messen

*Veranstaltungen mit Marktcharakter, die institutionalisierte Gelegenheiten bieten, um Informationen über die Marktlage zu gewinnen, Kontakte zu Abnehmern, Lieferanten und anderen Partnern herzustellen und zu pflegen sowie Geschäfte anzubahnen und abzuschließen.*

Sabine Niemeier (2001: 5) lehnt sich in der Beschreibung der Buchmesse an folgende Definition an:

*(Messen) ermöglichen Firmen der Angebotsseite die Präsentation ihrer Produkte und die begleitende firmen- und produktbezogene Information bzw. Kommunikation mit der Nachfrageseite, repräsentiert durch die Messebesucher. Messen sind Bestandteile des Systems der Marketing-Instrumente der Produkte und Leistungen anbietenden Firmen und Institutionen. (Strothmann 1982: 1622 zit. nach Niemeier 2001: 5)*

Niemeier (2001: 4) unterscheidet Buchmessen als Branchen- oder Fachereignisse u. a. von den Weltausstellungen (EXPO), die als Universalmessen betrachtet werden. Etwas abhängig von der jeweiligen Buchmesse kann man Buchmessen weiter in Fachmessen und Verkaufsmessen unterteilen. Auf Verkaufsmessen präsentiert die Branche sich dem breiten Publikum, das die Möglichkeit hat, die Produkte auf dem Messegelände zu kaufen. Fachmessen sind auf „Business to

Business“-Tätigkeiten ausgerichtet und eher Handelsplätze für das Verlagswesen, Agenturen und Buchhändler (Voss 2010: 85). Jedoch kann man die größten Buchmessen der Welt als sogenannte allgemeine Messen bezeichnen, die alle Produkte rund um das Buch anbieten und sowohl das Fachpublikum als auch den Endkunden, in diesem Fall also die Leser, bedienen. Ein gutes Beispiel dafür ist die Frankfurter Buchmesse, die nicht nur dem Fachpublikum geöffnet ist, sondern an zwei Messtagen auch das Privatpublikum willkommen heißt. Allerdings bietet sie nicht die Möglichkeit, Verlagszeugnisse einzukaufen (vgl. Niemeier 2001: 4).

Neben den wirtschaftlichen Funktionen wird die kommunikative Ebene der Buchmesse und von Messen im Allgemeinen immer wichtiger: „Messen erfahren seither einen Funktionswandel von der Order- zur Informations- und Kommunikationsveranstaltung“ (Niemeier 2001: 5). Die kommunikative Funktion der Buchmesse wird in der öffentlichen Diskussion zum Thema Buch sichtbar, aber auch z. B. in den politischen Auseinandersetzungen, die u. a. während der Frankfurter Buchmesse in den Medien stattfinden. Im weiteren Sinne ist auch der Handel auf dem Messegelände Kommunikation, womit die Funktion der Messe als Treffpunkt der Branche wichtig wird. Das ist besonders auf der Frankfurter Buchmesse, die als Handelsplatz der Verlagsbranche bekannt ist, der Fall.

Die Frankfurter Buchmesse ist mit ihren fast 300 000 Besuchern und etwa 7 000 Ausstellern mit Abstand die größte Literatur- und Medienmesse weltweit (Voss 2005: 85). Die anderen großen Buchmessen sind die London Book fair (ca. 25 000 Besucher, 1 500 Aussteller), die Internationale Warschauer Buchmesse (ca. 72 000 Besucher, 850 Aussteller), die Internationale Moskauer Buchmesse (ca. 103 000 Besucher, 530 Aussteller) und die Beijing International Book Fair (ca. 200 000 Besucher, 2 000 Aussteller) (London Book Fair 2016; Warsaw Book Fair 2016; MIBF 2016; Ye 2014). Zusätzlich könnte noch die Kinder- und Jugendbuchmesse in Bologna genannt werden, da sie die größte sogenannte Segment-Messe ist (Voss 2010: 85). In Deutschland hat ebenfalls die Leipziger Buchmesse eine lange Tradition. Sie ist aber etwas anders profiliert als die Frankfurter Buchmesse.

## 3.2 Die Frankfurter Buchmesse

### 3.2.1 Die lange Tradition in Frankfurt

Die Geschichte der Frankfurter Buchmesse reicht bis ins 15. Jahrhundert zurück. Zeitgleich mit der Entwicklung des Buchdrucks begann die Bedeutung der Stadt Frankfurt als Literatur- und Messestadt zu wachsen. Die Buchmesse hat sich im 16. und 17. Jahrhundert zu einer festen Tradition entwickelt und ist zum führenden Handelsplatz für den Buchmarkt geworden (Weidhaas 2003: 28–33). Im 18. und 19. Jahrhundert hat jedoch die Bedeutung Leipzigs als Stadt des Buchhandels zugenommen, wodurch Frankfurt seine führende Position an die Leipziger Buchmesse verloren hat. Erst die Weltkriege brachten wieder Änderungen mit sich. Die Geschichte der Frankfurter Buchmesse in ihrer heutigen Form fing nach dem zweiten Weltkrieg an, als die Messetradition in Frankfurt wiederbelebt wurde (Weidhaas 2003: 144–155). Im heutigen Literaturbetrieb ist die Frankfurter Buchmesse weltweit die wichtigste Plattform für Kommunikation und Handel. Der internationale Literaturbetrieb funktioniert teilweise nach ihrem Rhythmus. Die Verlage legen ihre Produktion zeitlich passend zur Buchmesse im Oktober fest.

Sowohl Peter Weidhaas (2003), der langjährige Leiter der Frankfurter Buchmesse, als auch Niemeier (2001), die die Frankfurter Buchmesse untersucht hat, sehen in der Entwicklung der Buchmesse gewisse Phasen, die eng mit der gesellschaftlichen Entwicklung Deutschlands verbunden sind. Die Buchmesse hat sich der jeweiligen gesellschaftlichen Phase in Deutschland angepasst, wodurch die Einflüsse der Politik und der Ökonomie in den Entwicklungsphasen zu sehen sind (Kölling 2014: 85).

Mit der sogenannten Zweigstelle West, dem Börsenblatt, der Buchhändler Vereinigung und der Deutschen Bibliothek wurde Frankfurt bereits vor der Gründung der Bundesrepublik „zu einem Zentrum des westdeutschen Buchhandels und Bibliothekswesens“ (Füssel 1999: 13, 15). Die schnelle Internationalisierung der Messe hängt mit den politischen Bestrebungen der Bundesrepublik und mit der allgemeinen politischen Lage Europas zusammen. Bereits die fünfte Messe zeigte, dass die Frankfurter Buchmesse zu einer internationalen Großveranstaltung geworden war. Auf der Messe im Jahr 1953 waren von den 969 ausstellenden Verlagen 494 aus dem Ausland (Krämer 1996: 14; Fischer 1999: 27). (Fischer 1999: 34–35, 41; Krämer 1996: 14; Niemeier 2001: 42)

In den 1960er-Jahren musste die Buchmesseleitung sich mit der politischen Lage Deutschlands auseinandersetzen. Die Messeleitung versuchte, eine neutrale Stellung in ihrer Einstellung zur DDR und ihrer Literatur einzunehmen. Sie musste aber ebenfalls die allgemeine Ostpolitik der BRD berücksichtigen, jedoch so, dass keine ostdeutschen Verlage oder Autoren ausgeschlossen würden (Weidhaas 2003: 81–92). Die Beteiligung der DDR-Verlage wurde geregelt, um politische Auseinandersetzungen zu verhindern (s. Weidhaas 2003: 186). Die Frankfurter Buchmesse der 1960er- und 1970er-Jahre war wirtschaftlich geprägt durch den Literaturexport und das Bestsellermarketing. Dadurch bekam die wirtschaftliche Seite des Betriebs auch auf der Buchmesse eine immer größere Bedeutung. Auch die etwas unruhige innenpolitische Lage der BRD spiegelte sich auf der Buchmesse wider. Die wirtschaftliche Position der Buchmesse war schnell gewachsen, und die Wirtschaftsorientierung sowie der Fokus auf Bestseller und der Vorwurf der Manipulation der öffentlichen Meinung, besonders gegen den Springer-Konzern, machten die Messe vor dem Hintergrund der unruhigen innenpolitischen Situation Deutschlands zum Ziel der Studentendemonstranten (Weidhaas 2003: 223–242). Trotz der Demonstrationen stiegen die Aussteller- und Besucherzahlen, und die Buchmesse im Jahr 1967 war mit 2 871 Ausstellern und 174 490 Besuchern bis dahin die größte (Schneider 1999: 94–97).

Die politischen Auseinandersetzungen in den 1960er- und 1970er-Jahren führten dazu, dass die Messeleitung eine neue Richtung bzw. neue Profilierungsmöglichkeiten suchte. Daraus resultierte ein Strukturwandel. Die Rolle der Buchmesse als internationaler Treffpunkt und Handelsplatz des Literaturbetriebs wurde in den 1970ern immer bedeutender. Lizenzen wurden u. a. in die USA, nach Großbritannien und in die nordischen Länder verkauft (Sabri 1999: 120–124). Um die wachsende Internationalität zu fördern und ein größeres Interesse auf literarische Inhalte zu ziehen, wurde für die Buchmesse in 1976 ein thematischer Schwerpunkt gewählt. Zunächst fungierten unterschiedliche Themen als Diskussionsanreiz und Leitfaden für die Messebesucher. Bis ins Jahr 1988 wurden die Themen in einem zweijährlichen Rhythmus vorgestellt. Seit 1988 ist statt der Themenschwerpunkte jährlich ein Land zum Ehrengast der Messe eingeladen worden. Der jährliche Länderschwerpunkt hat der Buchmesse eine neuartige Richtung und ein Profil gegeben, und ihre Rolle im internationalen Literaturbetrieb gestärkt. (Rütten 1999: 143; Niemeier 2001: 52f)

Die letzten Jahre der DDR und die Wiedervereinigung Deutschlands waren natürlich auch auf der Buchmesse, vor allem bei der Teilnahme der Aussteller, zu sehen:

*Ab 1989 kamen dann ganz andere Menschen aus dem ehemaligen DDR-Bereich, den man bald „Neue Bundesländer“ nannte, junge wagemutige Neuverleger, unternehmensfreudige Neubuchhändler, neugierige Bibliothekare und Journalisten, die sich schon lange danach gesehnt hatten, die Frankfurter Buchmesse besuchen zu können,*

beschrieb Peter Weidhaas (2003: 207) den Wandel in der Zeit des Mauerfalls, als viele DDR-Bürger erstmals die Möglichkeit hatten, ohne die politische Last ihrer Heimat an der Frankfurter Buchmesse teilzunehmen. Gleichzeitig herrschten in der Messeleitung Diskussionen darüber, wie die Gleichberechtigung der Aussteller aus unterschiedlichen Ländern auf der Buchmesse bewahrt werden könnte. In den 1990er-Jahren hatte dies vor allem mit dem englischsprachigen Buchmarkt und dessen steigender wirtschaftlicher Marktführung zu tun (vgl. Weidhaas 2003: 302–324).

In der etwa 70-jährigen Geschichte, die die Frankfurter Buchmesse in ihrer heutigen Form hat, haben sich sowohl die Branche als auch die Buchmesse verändert. In den letzten etwa zehn Jahren hat die Buchmesse sich immer mehr in die Richtung eines internationalen Medienereignisses entwickelt. Die Digitalisierung der Medienbranche ist auch auf der Buchmesse deutlich zu sehen. Die Entwicklung von einer reinen Buchmesse zum Medienereignis war bereits am Ende der 1980er- und Anfang der 1990er-Jahre zu sehen. Im Jahr 1993 hieß das Motto der Messe „Frankfurt goes Electronic“ (Götz 1999: 167). In den Folgejahren folgte die Messe der Entwicklung der Branche im Bereich der neuen Medien und Elektronik. Elektronische Produkte und besonders das elektronische Buch wurden zur Attraktion der Messe. Die Zahl der Aussteller im Bereich der elektronischen Medien stieg in fünf Jahren von etwa 200 im Jahr 1993 auf 1 782 im Jahr 1998 (Götz 1999: 163–176).

„Je globaler und digitaler wir denken, desto lokaler strömen wir wieder an diesem Ort zusammen“, sagte Gottfried Honnefelder, der Vorsitzende des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, zu Beginn der Frankfurter Buchmesse 2007 (Börsenblatt 2007). Auf der 60. Messe im Jahr 2008 waren unter den Hauptthemen die Digitalisierung der Buchbranche und der Bildung. Die Besucherzahlen waren wieder höher als im vorherigen Jahr. „Die Digitalisierung zieht die Menschen nach Frankfurt“, konstatierte der Leiter der Messe im Rahmen der 60. Frankfurter Buchmesse. Die Bedeutung der Messe als Handelsplatz, aber auch als internationaler Treffpunkt der Branche ist trotz der Digitalisierung der Branche immer größer geworden. „Persönlicher Austausch und ein gutes Netzwerk sind für die erfolgreiche Vermittlung von Stoffen wichtiger denn je“, stellte die Messeorganisation 2012 zum Thema

Digitalisierung fest (Bild 2012). Im nächsten Jahr hatten 49 Prozent der Aussteller auch digitale Produkte im Angebot, wovon sich 8,5 Prozent ausschließlich auf ein digitales Angebot konzentrierten (Facts&Figures 2013).

Die Buchmesse ist ständig im Wandel, wobei vor allem die wirtschaftliche Entwicklung der Buch- und Medienbranche eine Rolle spielt. Genau wie die Branche muss auch die Buchmesse neue Funktionen adaptieren. In den letzten Jahren standen das Literary Agents & Scouts-Zentrum und die Internationalität der Buchmesse im Fokus der Buchmesseleitung. Die Messehallen werden immer stärker nach Themen und nach Sprach- und Kulturräumen geteilt. Weiter hat die Buchmesse den Fokus auf Start-ups und Drittindustrien verstärkt (FBM 2016a). Die Frankfurter Buchmesse hat ihre Stellung als größter Treffpunkt des internationalen Literaturbetriebs behalten.

### 3.2.2 Die Funktionen und die Rollen der Frankfurter Buchmesse

Bei den Funktionen der Frankfurter Buchmesse ist zu sehen, dass die ökonomischen Interessen sich mit den kulturellen und politischen vermischen. Die Buchmesse profiliert sich heute als Literatur- und Medienereignis. Auf der Frankfurter Buchmesse trifft sich in der Regel das ganze literarische Feld: das Verlagswesen, die Agenturen, Zwischenhändler, Lieferanten, Buchhändler, Bibliothekare, die Endkunden und nicht zuletzt die Medien, die die öffentliche Diskussion aufrechterhalten (Voss 2010: 85). Niemeier (2001) hat die Funktionen der Frankfurter Buchmesse vom Anfang der Messetradition bis zu diesem Jahrtausend untersucht. Sie betrachtet die Funktionen der Buchmesse unter dem Gesichtspunkt des Literaturbetriebs, also Buchproduzenten, Buchdistribution und Buchrezeption (Niemeier 2001: 63–77). Nach Niemeier (2001) unterscheiden sich die Funktionen der Buchmesse je nach Branchenbereich. Neben Niemeiers Untersuchung dienen die jährlichen Facts&Figures-Berichte der Buchmesse hier als Hintergrund für ein möglichst aktuelles Bild über die Funktionen und die Rolle der Buchmesse. Die jährlich von der Buchmesse publizierten Facts&Figures-Berichte fassen die zentralen Informationen über die jeweilige Buchmesse quantitativ durch den Rechte- und Lizenzhandel und die Besucherzahlen zusammen und beschreiben u. a. das Besucherprofil der jeweiligen Buchmesse (Facts&Figures 2011–2014).

Die Frankfurter Buchmesse ist in erster Linie eine für das Fachpublikum bestimmte Fachmesse mit „Business to Business“-Funktion (Voss 2010: 85). Auf der Frankfurter Buchmesse werden alle Produkte des Buch- und Medienmarkts ausgestellt, von Zeitungen und Zeitschriften über Wissenschaft und Bildung bis zu verschiedenen Buchformen. Die Frankfurter Buchmesse ist als Handelsplatz,

Treffpunkt und Diskussionsforum des Publikums, der Verleger, der Agenten und Schriftsteller bekannt. Wie Niemeier (2001: 78) beschreibt, ist die Buchmesse ein „Knotenpunkt im Buchsystem<sup>23</sup>, der alle Akteure für einen begrenzten Zeitraum direkt miteinander in Kontakt bringt“ (Niemeier 2001: 78). Die Buchmesse beschreibt sich als ein internationales „Drehkreuz der Verlagswelt“ (Facts&Figures 2014). Auf der Buchmesse „treffen sich Experten aus dem weltweiten Publishing mit Partnern aus der Technologiebranche und den angrenzenden Kreativindustrien wie Film und Games, von hier aus nehmen neue Kooperationen und Geschäftsmodelle ihren Lauf“ (FBM 2016b).

Die Funktionen der Buchmesse sind vielseitig. Sowohl Niemeier (2001: 92) als auch Kölling (2014: 85) konstatieren, dass die Buchmesse ein multifunktionales Ereignis ist. Die Buchmesse selbst beschreibt sich als „wichtigsten internationalen Handelsplatz für Inhalte – von Romanen über Kinderbücher hin zu wissenschaftlichen Datenbanken“ (FBM 2016b). Die Frankfurter Buchmesse spiegelt das internationale literarische Feld mit ihren kommerziellen, kulturellen und künstlerischen Eigenschaften wider:

*Zum einen ist sie Marktveranstaltung und damit eine Einrichtung, die den Distributionshilfsbetrieben zuzurechnen ist. Als solche dient sie der Umsatzvorbereitung, der -anbahnung und dem -vertrag. Zum anderen ist die FBM der Ort der geistigen Begegnung, an dem sich das internationale kulturelle Leben widerspiegelt. (Weuthen 1984: 5)*

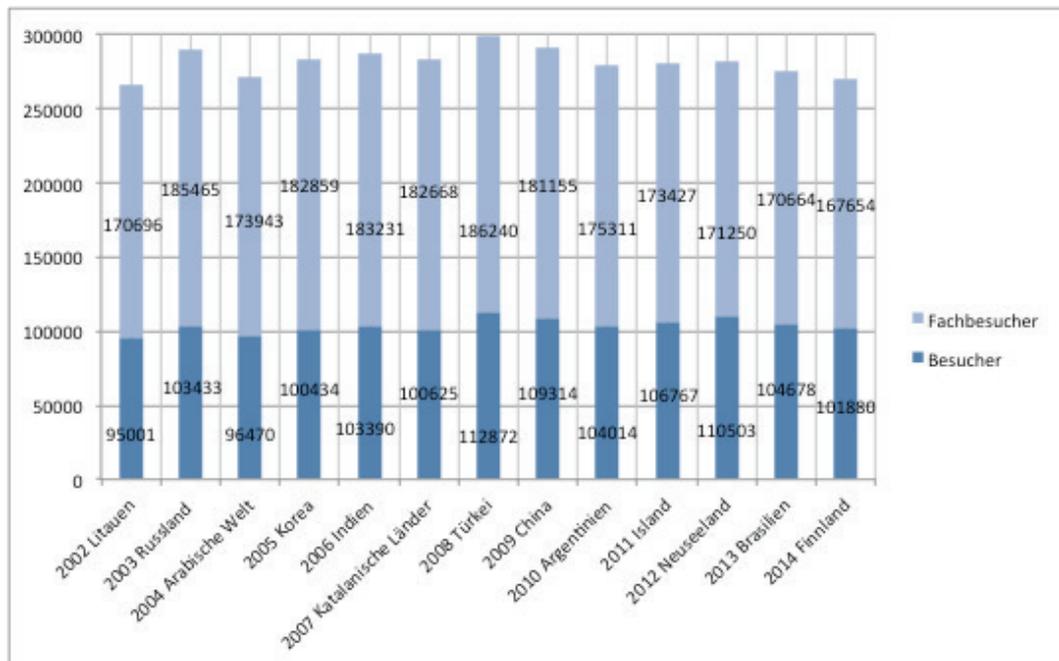
Obwohl die Beschreibung von Weuthen (ebd.) bereits einige Jahrzehnte alt ist, stimmen die zentralen Eigenschaften immer noch. Neben dem literarischen Programm und der wirtschaftlichen Seite des Buchmarkts wird während der Buchmesse auch die Kulturbranche in ihren vielfältigen Facetten vorgestellt.

Auch wenn die zentralen Funktionen der Frankfurter Buchmesse sich auf die Fachbesucher beziehen und der größte Teil des Publikums aus Fachbesuchern besteht, ist die Messe ein beliebtes Ziel auch für das Privatpublikum, wie Abbildung 3 zeigt. Während der ersten drei Messetage ist die Messe nur für das Fachpublikum geöffnet. Am „Messewochenende“ öffnet die Buchmesse ihre Türen auch für Privatbesucher. Die Abbildungen 3 und 4 zeigen die Besucher- und Ausstellerzahlen und die Anzahl der Fach- und Privatbesucher sowie deutsche und ausländische Aussteller der Jahre 2002–2014.

---

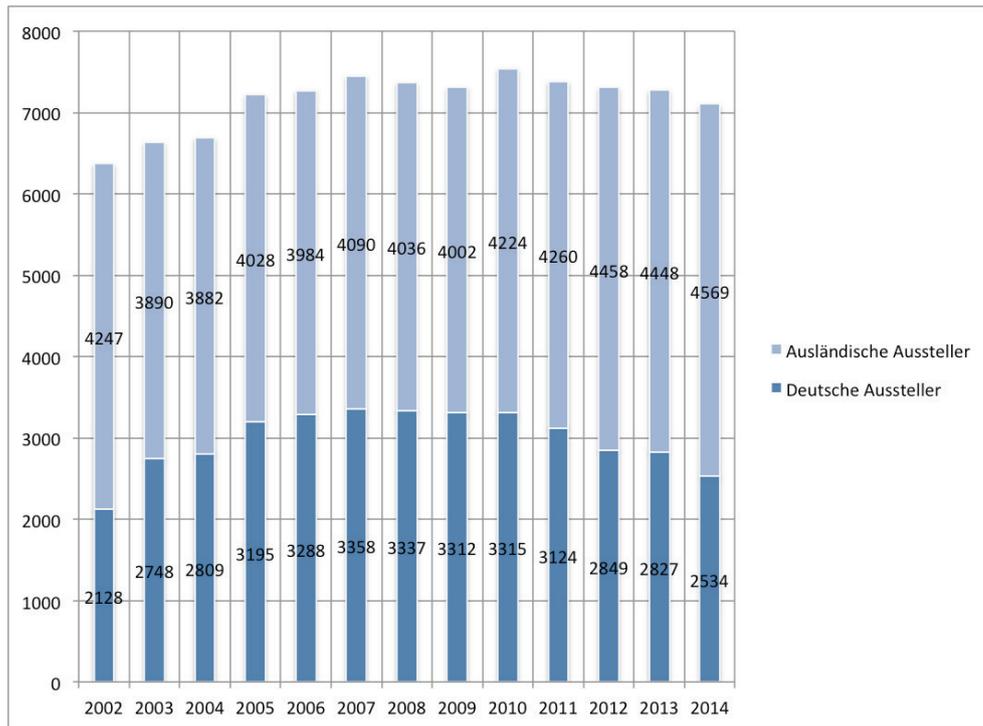
<sup>23</sup> Niemeier beruft sich auf den systemtheoretischen Ansatz, daher hier der Begriff Buchsystem statt Feld, der in dieser Arbeit sonst benutzt wird.

Wenn man die Aussteller- und Besucherzahlen und das Profil der Teilnehmer der Buchmesse genauer betrachtet, werden die Funktionen der Buchmesse auf dem literarischen Feld klarer. Es lassen sich Aussteller, Fachbesucher und Privatbesucher voneinander unterscheiden (Facts&Figures 2010–2014). Jedoch ist die Aufteilung nicht eindeutig, da viele Beteiligte mehrere Rollen haben. Die Aussteller kommen oft aus dem Verlagswesen und beschäftigen sich mit dem Ein- und Verkauf der Verlagserzeugnisse bzw. Rechte und Lizenzen, sie sind aber in vielen Fällen gleichzeitig auch als Besucher auf der Buchmesse (Niemeier 2001: 87). Insgesamt stellen jährlich über 7 000 Aussteller, von denen über 50 Prozent aus dem Ausland kommen, ihr Verlagsangebot in verschiedenen Messehallen und an den Ständen auf dem Messegelände vor (s. Abb. 4; Facts&Figures 2010–2014).



**Abbildung 3.** Besucherzahlen 2002–2014

(Facts&Figures 2010–2014)



**Abbildung 4.** Ausstellerzahlen 2002–2014

(Facts&Figures 2010–2014)

Die etwa 280 000 jährlichen Einzelbesucher der Buchmesse sind sowohl Fach- als auch Privatbesucher. Der größte Teil des Publikums, etwa 60–65 Prozent in den letzten Jahren, besteht aus Fachbesuchern aus 130–140 Ländern (Facts&Figures 2010–2014). Der größte Anteil der Fachbesucher sind Buchhändler und Verleger, gefolgt von Bibliothekaren, Dokumentaren, Autoren, Lehrkräften, Übersetzern und Journalisten, jährlich etwa in dieser Reihenfolge (Facts&Figures 2010–2014). Das Besucherprofil ändert sich etwas von Jahr zu Jahr, abhängig z. B. vom jeweiligen Ehrengast. Insgesamt waren in Finnlands Ehrengastjahr 2014 auf der Buchmesse 269 534 Besucher aus 132 Ländern. Nach den Angaben der Buchmesse kamen 68,8 Prozent der Besucher aus Deutschland, 22,5 Prozent aus Europa (außerhalb Deutschlands), 5,3 Prozent aus Asien und 2,9 Prozent aus Amerika (Facts&Figures 2014). Die Zahl der Privatbesucher lag bei 101 880, was etwas weniger ist als in den Jahren zuvor. An der Buchmesse in 2014 nahmen insgesamt 7 103 Aussteller aus 106 Ländern teil. Die Anzahl der internationalen Aussteller betrug 64 Prozent.

Im Allgemeinen besuchen die Aussteller die Buchmesse aus unterschiedlichen Gründen, wobei sich jedoch eindeutige Trends ausmachen lassen. Niemeier (2001: 64) stellt fest, dass die Verlage die Buchmesse neben der Funktion als

Handelsplatz als Möglichkeit zum persönlichen Austausch sehen. In den letzten fünf Jahren war nach Angaben der Buchmesse die Auffrischung der bestehenden Kontakte das stärkste Motiv für die Buchmessebeteiligung der Aussteller (Facts&Figures 2010–2014). Vernetzung, Kontaktpflege, Kontaktknüpfung und Vermarktung werden auch als Antriebskräfte für den Messebesuch der Aussteller genannt (Facts&Figures 2010–2014). Die Aussteller kommen also in erster Linie zur Frankfurter Buchmesse, um sich mit Geschäftspartnern zu vernetzen, um Inhalte zu vermarkten und um ihr Wissen zu erweitern – so lassen sich die jährlichen Berichte der Buchmesse zusammenfassen. Es lassen sich sowohl ökonomische als auch außerökonomische Faktoren unterscheiden wie Ein- und Verkauf der Rechte und Lizenzen, Imagepflege, Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Kontaktpflege (Niemeier 2001: 95; Facts&Figures 2010–2014). Das Privatpublikum nutzt die Buchmesse vor allem als Informationskanal (Niemeier 2001: 77).

Folgt man der Einteilung Niemeiers (2001: 60–77), hat die Buchmesse drei zentrale Funktionen, die sich nach der Struktur des Literaturbetriebs definieren lassen. Die größte Bedeutung hat die Buchmesse nach Niemeier (2001: 63) für die an der Buchproduktion beteiligten Unternehmen. Zu diesen zählt sie (2001: 60) u. a. die Verlage und die Agenturen. Verlage führen ihre Programmplanung in Hinsicht auf die Buchmesse durch und benutzen die Buchmesse als Handelsplatz und als Marketingkanal für ihre Verlagszeugnisse (Niemeier 2001: 63). Für Agenturen ist die Frankfurter Buchmesse der jährliche Höhepunkt. Agenturen konzentrieren sich auf den Rechte- und Lizenzhandel. Das Zentrum des Handels auf der Buchmesse ist das Literary Agents & Scouts Center (LitAg), das ausschließlich Agenten und Scouts bedient. Die Zahl der registrierten Literaturagenten ist seit der Gründung des Zentrums gestiegen. Im LitAg sind jährlich mehr als 300 Agenturen und über 600 Agenten aus etwa 30 Ländern vertreten. Im Jahr 2014 betrug die Zahl der Agenten 644 (Facts&Figures 2014). Die Bedeutung des Lizenzhandels ist steigend, und immer mehr Agenturen sind im LitAg vertreten (Facts&Figures 2014). Das LitAg der Frankfurter Buchmesse ist der Buchmesse zufolge „international das größte Arbeitszentrum dieser Art“ (Facts&Figures 2014).

Die Funktionen der Buchmesse haben sich im Laufe der Zeit auch verändert. Wie oben zu lesen ist, liegt der Fokus heute auf Ein- und Verkauf der Rechte und Lizenzen. Von den ursprünglichen Funktionen der Buchmesse als Ordermesse des Sortimentsbuchhandels ist heute nur wenig zu sehen (Kölling 2014: 85; Niemeier 2001: 38). Dadurch hat die Bedeutung der Buchmesse für die Distributionsebene des Literaturbetriebs nachgelassen. Obwohl Buchhändler nach den Besucherstatistiken immer noch den größten Besucheranteil

ausmachen, ist das Ziel der Buchmesse nicht mehr der Buchhandel im Sinne des Bucheinzelhandels (Niemeier 2001: 72f). Die Buchmesse hat sich von einer Order- und Bestellmesse zu einem Handelsplatz für Rechte und Lizenzen entwickelt, wodurch die Handelsfunktion für den Bucheinzelhandel nicht mehr auf der Buchmesse zu sehen ist.

Für die Distributionsebene, die Vermittler der Branche, ist die Buchmesse eher eine Informationsquelle (Niemeier 2001: 72f). Niemeier (2001: 74) hebt jedoch hervor, dass sich die Messe in den Buchhandlungen widerspiegelt und die Buchhändler mit Hilfe der Messe Werbung für ihre Produkte machen, z. B. mit einem fokussierten Marketing der Literatur des Ehrengastlandes im Handel. Die Buchmesse ist also auch ein Marketinginstrument für den Buchhandel außerhalb des Messegeländes. Eine der wichtigsten Fachbesuchergruppen auf der Frankfurter Buchmesse ist das Fachpublikum, das in Bibliotheken oder in der Ausbildungsbranche beschäftigt ist. Diese Besucher können sich im Bibliothekszentrum (ILC) als Teil der Ausbildungsbranche informieren oder eigene Innovationen und Produkte vorstellen (FBM 2016c). Sie können nach Niemeiers (2001: 65) Aufteilung ebenfalls als Teil der Distributionsebene gesehen werden, unterscheiden sich aber wesentlich vom Buchhandel, da die Handelsfunktion der Buchmesse für diese Fachgruppe nie eine zentrale Funktion hatte.

Auch Autoren spielen auf der Buchmesse eine besondere Rolle, die sowohl mit dem Handel als auch mit den Medien zusammenhängt. Das Programm der Buchmesse basiert zum größten Teil auf Lesungen. Damit vermarkten die Autoren ihre Bücher sowohl beim Fachpublikum als auch bei den Privatbesuchern. Weidhaas (2003: 325) hebt jedoch hervor, dass die Buchmesse vor allem eine Verlegermesse ist und damit „kein Literatenfest“. Autoren sind aber u. a. auch Medienmagnete, wodurch sie wenigstens eine indirekte Bedeutung sowohl für die Buchmesse als auch das Verlagswesen haben.

Neben dem Lizenzhandel ist die Buchmesse eine Plattform für gesellschaftliche Diskussionen. Die Rolle der Frankfurter Buchmesse in der gesellschaftlichen Diskussion spiegelt die Vielseitigkeit der Funktionen der Buchmesse wider. Zusätzlich zu den aktuellen Entwicklungen des Buchmarkts zeigen sich während der Buchmesse unterschiedliche gesellschaftspolitische Themen in der öffentlichen Diskussion.

Etwa 10 000 Medienvertreter nehmen jährlich an der Frankfurter Buchmesse teil (Facts&Figures 2010–2014). Medien sind, wie bereits im Kap 2.2.2 beschrieben, sowohl in der Distribution als auch in der Rezeption tätig. Wie bereits im theoretischen Teil erwähnt, sind Kritiker und Medien im Allgemeinen ein

wichtiger Marketing- und Vermittlungskanal für die Verlage. Es ist anzumerken, dass die meisten größeren Zeitungen und Zeitschriften ihre Literaturbeilagen zur Frankfurter Buchmesse veröffentlichen und zahlreiche Artikel, Literaturrezensionen und z. B. Autoreninterviews publizieren. Die Medien sind für die Buchmesse sehr viel wert, da sie auch auf der internationalen Ebene über die Messe berichten. Auf der Frankfurter Buchmesse 2014 waren rund 9 300 akkreditierte Journalisten aus 70 Ländern vertreten (Facts&Figures 2014). Damit ist die enge Verbindung zwischen der Buchmesse und den Medien für die gesamte Branche von Bedeutung.

### 3.3 Der Ehrengast der Frankfurter Buchmesse

#### 3.3.1 Die Funktion und die Rolle des Ehrengastes

Jedes Jahr wird auf der Frankfurter Buchmesse eine Gesamtschau rund um die Literatur und die Kultur eines Gastlandes vorgestellt. Die Buchmesse selbst schreibt den Ehrengästen die Bedeutung einer jährlich „neuen Prägung“ und eines Publikumsmagneten zu (FBM 2016d). Der Ehrengast-Status hilft bei der Förderung der Internationalisierung und der Vernetzung des jeweiligen Gastlandes während des ganzen Ehrengastjahres. Wie für die anderen Aussteller auch ist die Buchmesse für das Verlagswesen des Ehrengasts in erster Linie ein Handelsplatz, ein Treffpunkt und eine Möglichkeit, die Verlagsserzeugnisse aus dem Land zu präsentieren. Von diesen Funktionen profitiert jedoch der Ehrengast vielfältiger als die anderen Aussteller, da der Auftritt auf dem Buchmessegelände mehr Platz hat und nicht nur auf das Messegelände begrenzt ist. Das ganze Ehrengastjahr wird u. a. als Imagekampagne, als Möglichkeit zum Kulturexport und sogar als Selbstfindungsprozess für das Land genutzt (Kölling 2014; Füssel 1999).

Dem Ehrengastkonzept gingen Schwerpunktthemen voran. Das erste Schwerpunktthema der Frankfurter Buchmesse wurde 1976 organisiert, als die lateinamerikanische Literatur sich auf der Buchmesse präsentierte. Mit den Schwerpunktthemen wollte die Buchmesse den Medien und den Besuchern eine Orientierungshilfe bieten, aber auch Aufmerksamkeit auf Themen und Regionen richten, die sonst nicht im Fokus der öffentlichen Diskussion oder der internationalen Verlagswelt standen (Rütten 1999: 139). Zunächst wurden auf der Buchmesse thematische Schwerpunkte im zweijährlichen Rhythmus organisiert. Peter Weidhaas, der langjährige Leiter der Buchmesse, wünschte sich mit den Schwerpunktthemen für die wirtschaftsorientierte Buchmesse mehr gesellschaftspolitische Diskussion (Weidhaas 2003: 285). Die ersten

Schwerpunkte nach der lateinamerikanischen Literatur waren Kind und Buch (1978), Schwarzafrika (1980) und Religion (1982) (Heinold 2001: 208). Durch die wachsende Internationalisierung der Buchmesse entwickelten sich die Schwerpunktthemen zu einem Länderfokus, so dass ab der Messe im Jahr 1988, als Italien der Gastland war, jährlich ein Land mit einem vielfältigen Literatur- und Kulturprogramm vorgestellt wurde.

Der erste Ehrengast Italien im Jahr 1988 zeigte, dass das neue Konzept gelungen war. Die Anzahl der Aussteller und Journalisten auf der Messe nahm drastisch zu. Das Rahmenprogramm mit vielen Veranstaltungen überall in Deutschland vor und nach der Messe ermöglichte eine breite Sichtbarkeit sowohl der Literatur als auch der Kultur Italiens in allen Medien (Weidhaas 2003: 289f). Das Interesse für die Literatur Italiens war nach dem Ehrengastauftritt weiterhin in den erhöhten Verkaufszahlen zu sehen. Seitens der Buchmesseleitung wurde entschieden, das Konzept der Gastländer beizubehalten. Heute hat sich das Konzept zu einer Ehrengast-Institution entwickelt, die fast 40 Prozent des Messeprogramms organisiert und ein Publikums- und Medienmagnet ist (Weidhaas 2003: 285–290; Niemeier 2001: 106).

Die Idee und das Ziel hinter dem Ehrengaststatus ist es, „die Verlagsbranche und Kulturinstitutionen des jeweiligen Landes international stärker zu vernetzen, seine Literatur international bekannt zu machen und die Anzahl von Übersetzungen aus dem Land zu steigern“ (FBM 2016d). Für den Buchmarkt des jeweiligen Ehrengastes bedeutet der Auftritt eine „Stärkung des Lizenzhandels“ und den „Ausbau der internationalen Verlagskontakte – auch über das Ehrengastjahr hinaus. Zudem profitiert die Branche von der konzentrierten Aufmerksamkeit durch Autorenpromotion und Verlagspräsenz“ (FBM 2016d). Wie der Auftritt durchgeführt wird, hängt vom jeweiligen Gastland ab.

Der Ehrengast präsentiert sich während der Frankfurter Buchmesse sowohl auf dem Messegelände in einem Pavillon mit einer Präsentationsfläche von ca. 2300m<sup>2</sup>, auf einem Gemeinschaftsstand der Verlage des Landes und in zahlreichen Literatur- und Kulturveranstaltungen in der Stadt Frankfurt. Der Auftritt beschränkt sich jedoch nicht nur auf die Buchmesse und Frankfurt, der Ehrengast ist auch in zahlreichen Literatur- und Kulturereignissen während des ganzen Ehrengastjahres überall in Deutschland präsent. Oft dient die Leipziger Buchmesse im Frühjahr als Startschuss für den Auftritt. Bei den Gastländern wird die Funktion der Buchmesse als Ereignis der ganzen Kulturbranche sichtbar. Zusammen mit dem Literaturprogramm des jeweiligen Landes wird auch ein vielfältiges Kulturprogramm organisiert, das dazu dienen soll, die Kulturbranche des Landes nachhaltig im Ausland zu vernetzen (FBM 2016d).

In der Planung des Ehrengastsauftritts tritt die Messeorganisation zurück und überlässt die Gestaltung des Programms den Ländern selbst. Finanziell werden die Ehrengäste nicht von der Frankfurter Buchmesse unterstützt, sondern die Länder budgetieren das Geld selbst (FBM 2016d). Die Messeorganisation hat für die Gastländer eher eine beratende Funktion. Die Buchmesse profitiert vom Programm der Ehrengäste, da es ein großer Teil des Messeprogramms ist. Gleichzeitig bekommt aber der Ehrengast von der Messeorganisation die Möglichkeit, seine Literatur und Kultur international zu präsentieren. Inwiefern die Wirkung des jeweiligen Auftritts genutzt wird und wie z. B. die Literaturbranche des jeweiligen Landes vom Auftritt profitiert, hängt stark vom jeweiligen Land ab. Es gibt unterschiedliche Beispiele, die genauer im Kapitel 3.3.2 diskutiert werden. Der Ehrengast der Frankfurter Buchmesse ist jedoch ein angestrebter Status, der als Türöffner für den internationalen Literaturmarkt gilt.

Der Organisation der Frankfurter Buchmesse zufolge profitiert das Gastland mehrfach von der Aufmerksamkeit und Präsenz:

*Neben der großen Aufmerksamkeit für die Literatur, die bereits im Vorfeld der Buchmesse in Ausstellungen und einem breit gefächerten Veranstaltungsprogramm vorgestellt wird, profitieren auch andere kulturelle Institutionen, der Lizenzhandel und die Tourismusbranche. (FBM 2016d)*

Der Ehrengast kann den Auftritt auch als Chance nutzen, um mehr Aufmerksamkeit für die Literaturbranche im eigenen Land zu schaffen. In Finnland beispielsweise haben sowohl der Bewerberprozess als auch die Wahl Finnlands in der öffentlichen Diskussion viel Aufmerksamkeit generiert (vgl. Yle Uutiset 2010; Yle Uutiset 2008).

Bei der Wahl des Ehrengastes sieht die Messe sich „als unabhängige Plattform für den liberalen Gedankentausch“ (Buchmesse.de 2012). „Für die Leser und die breite Öffentlichkeit eröffnet der Ehrengastauftritt einen neuen Zugang zur Literatur und Kultur des Landes und setzt Impulse für eine intensive Auseinandersetzung mit seiner Politik, Geschichte und Gegenwart“ (FBM 2016d). Die Bewerberphase ist für alle Länder offen, aber die Entscheidung basiert auf vielen, sowohl kultur- und gesellschaftspolitischen Faktoren. Die Entscheidung wird von der Frankfurter Buchmesse zusammen mit dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels getroffen. Das Auswärtige Amt fungiert als Berater (vgl. Wittstock 2008). In der Tabelle 2 sind die Ehrengäste der Jahre 1988–2015 aufgelistet. (Rütten 1999: 139–145)

**Tabelle 2.** Ehrengäste der Buchmesse

1988	Italien	2003	Russland
1989	Frankreich	2004	Arabische Welt
1990	Japan	2005	Korea
1991	Spanien	2006	Indien
1992	Mexiko	2007	Katalonien
1993	Flandern und die Niederlande	2008	Türkei
1994	Brasilien	2009	China
1995	Österreich	2010	Argentinien
1996	Irland	2011	Island
1997	Portugal	2012	Neuseeland
1998	Schweiz	2013	Brasilien
1999	Ungarn	2014	Finnland
2000	Polen	2015	Indonesien
2001	Griechenland	2016	Flandern und die Niederlande
2002	Litauen	2017	Frankreich

Die Wirkungen des Ehrengastauftritts reichen über die Buchmesse hinaus. Die öffentliche Diskussion rund um die Wahl des Ehrengastes ist jedes Jahr wahrnehmbar. Die Motive der Buchmesse, gewisse Länder auszuwählen, werden immer wieder auch in Frage gestellt. Es wird u. a. gefragt, ob die Wahl nur auf literarischen Gründen beruht. Für das Jahr 2011 war die Wahl des Ehrengastes ein Rennen zwischen Island und Finnland. Finnland war in der öffentlichen Diskussion zunächst der Favorit, bis jedoch Island am Ende gewählt wurde. Diese Entscheidung hat in den Medien einige Spekulationen ausgelöst über die Frage, ob die Wahl wirklich auf rein literarischen Gründen fußte (s. u. a. Wittstock 2008). Der finnische Nokia-Konzern hatte kurz vor der Entscheidung sein Werk in Bochum geschlossen. Die Buchmessen-Leitung stritt jedoch die Verbindung zwischen der Schließung des Nokia-Werkes und ihrer Entscheidung ab: "Die politische und gesellschaftliche Diskussion in Folge der Standortauflösung von Nokia in Bochum hat mit unserer Entscheidung nichts zu tun", äußerte Jürgen Boos, der Leiter der Buchmesse (Spiegel Online 2008). Jedoch war die Debatte sowohl in den finnischen als auch in den deutschen Medien hitzig. Solche Diskussionen um die Ehrengastwahl sind nichts Neues. Die Messeleitung sieht ihre Rolle bei der Wahl des Ehrengastes auch als Diskussionsauslöser (vgl. Wittstock 2008). (Weidhaas 2003: 285–290; Steinfeld 2010; Spiegel Online 2008)

Um den internationalen Diskurs anzuregen, gibt die Messe auch etwas kontroverseren Ländern, Nationen oder Regionen die Möglichkeit, sich zu

präsentieren. Im Jahr 2004 waren die arabischen Länder Gast der Buchmesse. Ziel war es, Vorurteile abzubauen. Die Leitung der Buchmesse sah den Auftritt als Gelegenheit zum Dialog zwischen westlicher und östlicher Welt. Einige Vertreter des Ehrengastes äußerten jedoch, dass sie ihr Heimatland offiziell nicht repräsentieren wollen. Während der Buchmesse wurde die Messeorganisation kritisiert, weil einige der vorgestellten Bücher Israel-kritische Bestandteile hatten (Spiegel Online 2004; FAZ 2004). Amnesty International hob in der Diskussion zu dem Ehrengast die Menschenrechte hervor: "Beim Dialog mit dem diesjährigen Ehrengast darf die kritische Auseinandersetzung mit der Menschenrechtslage in der arabischen Region nicht fehlen" (Amnesty International 2004). Auch der Auftritt etwa von China wurde in den Medien kritisiert. In dem Fall ging es ebenfalls um Verletzungen der Menschenrechte und um Pressezensur (Siemons 2009; Die Welt 2009).

Der Ehrengast ist eine Attraktion für die Medien. Als Beispiel hat der Ehrengast Argentinien 2010, abhängig von der Rechenart, über 5 000 Medienberichte gezählt, und Neuseelands Auftritt wurde in 9 000 Medienberichten erwähnt (Facts&Figures 2010; 2012). Von solch einer Sichtbarkeit profitiert das Land zwangsläufig. Der Fokus der Medien und die Frage, ob es in erster Linie um die Literatur des Landes, um das Länder-Image oder z. B. um *nation branding* geht, variiert je nach Land.

### 3.3.2 Zu den Auftritten der vorherigen Ehrengäste

Der Ehrengaststatus der Frankfurter Buchmesse oder die einzelnen Ehrengäste sind vorher kaum untersucht worden. Kölling (2014) hat sich in ihrer Untersuchung auf die Position der Übersetzer und Übersetzungsliteratur auf der Frankfurter Buchmesse im Rahmen des Auftritts von Neuseeland konzentriert. Fischer (1999), Niemeier (2001) und Weidhaas (2003) weisen in ihren Büchern zur Geschichte und Funktionen der Frankfurter Buchmesse auch auf das Ehrengastkonzept und die Gastländer hin. An der Universität Göttingen wurde eine Masterarbeit über den Auftritt Islands geschrieben (Böcker 2013). Basisinformationen über die Auftritte des jeweiligen Gastlandes gibt es in den jährlichen Facts&Figures-Publikationen der Frankfurter Buchmesse. Die Informationen im Bezug auf die Medienresonanz und die Rezeption der Ehrengäste basieren sowohl auf einer Auswahl von Artikeln aus deutschen Zeitungen und Zeitschriften, publiziert während des jeweiligen Ehrengastjahres, als auch auf den obengenannten Quellen.

Traditionell gehören zum Auftritt des Ehrengastes Veranstaltungen und ein Pavillon auf dem Buchmessegelände sowie ein Rahmen- bzw. Begleitprogramm

in der Stadt Frankfurt während der Messetage, und, etwas abhängig vom jeweiligen Gast, auch deutschlandweit während des gesamten Ehrengastjahres, manchmal auch im gesamten deutschsprachigen Raum. Um einen Referenzpunkt für Finnlands Auftritt zu geben, betrachte ich in diesem Abschnitt einige vorherige Ehrengäste und deren Auftritte. Der Fokus liegt auf den zentralen Themen der öffentlichen Diskussion, auf den Zahlen und Fakten sowie auf den typischen Elementen eines Kulturtransferprozesses, besonders der Rezeption. Die Beispielländer sind Island (2011), Neuseeland (2012) und Brasilien (2013). Diese Länder wurden ausgewählt, weil von ihren Auftritten bereits Material vorhanden war.

Island präsentierte sich auf der Frankfurter Buchmesse 2011 mit dem Titel „Sagenhaftes Island“. Während des isländischen Ehrengastjahres waren die Hauptthemen der öffentlichen Diskussion die isländischen Sagas, die Landschaft und Natur sowie die Bankkrise des Jahres 2008 (Böcker 2013: 47). Island hat auf der Frankfurter Buchmesse seine Literatur von 40 Autoren und 230 deutschen Titeln, darunter 90 belletristische Titel, präsentiert (Facts&Figures 2011). Im Ehrengastpavillon wurde die Literatur- und Lesekultur Islands vorgestellt. Insgesamt organisierte Island 383 Veranstaltungen, 126 auf der Buchmesse, 120 in Frankfurt und 135 außerhalb Frankfurts (Facts&Figures 2011). Island hat den Auftritt mit einem Budget von zwei Millionen Euro durchgeführt und betonte in der öffentlichen Diskussion, dass das Hauptthema des Auftritts die Literatur sei (vgl. Gehrman 2011a; 2011b).

Neuseeland war der Ehrengast der Frankfurter Buchmesse 2012 mit dem Slogan „While you were sleeping/Bevor es bei euch hell wird“. Vor der Buchmesse 2012 schrieb *Der Tagespiegel*, dass Neuseeland in Deutschland vor allem als Reiseziel mit einer exotischen Landschaft bekannt war (Dotzauer 2011). Die Buchmesse wurde in der deutschen Presse als Gelegenheit gesehen, die Literatur Neuseelands bekannt zu machen (ebd.). Im Zusammenhang mit Neuseelands Auftritt im Jahr 2012 wurde jedoch gefragt, wie sehr es bei den Ehrengästen überhaupt um Bücher oder Literatur geht, da festgestellt wurde, dass der Publikumsmagnet des neuseeländischen Auftritts eher der Film ‚Hobbit‘ von Peter Jackson war (Kölling 2014: 83). Während Islands Auftritt von Anfang an die Literatur betonte, gestaltete Neuseeland den Auftritt zum großen Teil rund um das Image des Landes. Neuseeland präsentierte jedoch auf der Buchmesse 200 neue deutschsprachige Übersetzungen. Die Anzahl der übersetzten belletristischen Titel belief sich auf 54. Das Land stellte auf der Buchmesse 67 Autoren vor und organisierte 420 Veranstaltungen, von denen 130 in anderen deutschen Städten stattfanden (Facts&Figures 2012). Während des

neuseeländischen Auftritts besuchten 67 500 Messebesucher den Ehrengastpavillon (Facts&Figures 2012).

Während Neuseeland und Island in der öffentlichen Diskussion verglichen wurden, weil sie beide eine für die deutsche Leserschaft eher unbekanntere Literaturszene hatten und beide für ihre Natur und Landschaft bekannt waren, war der Ausgangspunkt für Brasilien, den Ehrengast 2013, anders. Brasilien als Land und die brasilianischen Autoren wie Paulo Coelho waren in Deutschland bereits bekannter als die Autoren aus Island oder Neuseeland. Auf der anderen Seite war auch das Image, das mit dem Land verbunden war, ziemlich fest. Brasilien hat seine Literatur und Kultur auf der Buchmesse 2013 mit dem Slogan „Brasilien – ein Land voller Stimmen“ präsentiert. Brasilien hat für die Buchmesse 335 deutsche Übersetzungen veröffentlicht, von denen 117 Titel belletristisch waren. Insgesamt gehörten zum brasilianischen Programm 650 Veranstaltungen, 88 wurden außerhalb Frankfurts organisiert. Siebzig brasilianische Autoren präsentierten sich auf der Buchmesse. (Facts&Figures 2013)

Diese drei Beispielländer wurden in der deutschen Presse jeweils unterschiedlich rezipiert. Islands Auftritt ist ein Beispiel eines Auftritts, dem es gelungen ist, zwischen der literarischen und der kommerziellen Seite des Auftritts zu balancieren. Die Zeitungen haben die Diskussion zum Ehrengastauftritt mit Überschriften wie „So heiß wie ein Vulkan“ oder „Island, Insel mit zig Bergen“ eröffnet, also mit Images, die leicht mit Island zu assoziieren sind. *Der Tagespiegel* berichtete u. a. über die historischen Verbindungen zwischen Deutschland und Island wie auch über deutsche Immigranten, die sich in Island niedergelassen haben (Gehrmann 2011c).

Obwohl sich die öffentliche Diskussion zu Islands Auftritt oft an die bekannten Vorstellungen von dem Land anlehnte, gelang es den isländischen Organisatoren, die bereits existierenden Images und Stereotypen für die Literaturvermittlung zu nutzen. Die vulkanische Natur wurde in der Presse mit der literarischen Tradition verbunden:

*Das Land zwischen Vulkanen und Nachtleben ist die perfekte Projektionsfläche für unsere Sehnsüchte nach dem Ausgeflippten und dem Naturschönen. Die Literatur, von den Sagas bis zum zeitgenössischen Roman, hat daran ihren großen Anteil. (Mangold 2011)*

Bereits der Slogan ‚Sagenhaftes Island‘ hat darauf hingewiesen, dass Gedichte und Erzählungen die Hauptrolle beim Auftritt spielen. Die Zeitung *TAZ* hob hervor, dass Island mit dem Auftritt eine engere Verbindung zur europäischen

Kultur herstellen wollte: „Als Buchland tun sie dies naheliegenderweise durch Literatur“ (Sundermeier 2011). Vor dem Auftritt war Island als Literaturland in Deutschland eher unbekannt (Haeming 2011a). Der Erfolg der nordischen Krimiliteratur hat das Image der isländischen Literatur beeinflusst, und Islands Literatur wurde in der öffentlichen Diskussion mit der nordischen Krimi-Szene verbunden (Haeming 2011b; Schubert 2011). Genau wegen des Erfolgs der nordischen Krimi-Szene fanden die isländischen Organisatoren den Zeitpunkt des Auftritts geeignet für den Literaturexport (Buchmarkt 2011).

Der isländische Autor und Leiter der Organisationskomitee des Auftritts, Halldór Guðmundsson, stellte im *BuchMarkt*-Magazin fest, dass es wegen der schwachen finanziellen Lage Islands 2008 wichtig war, den Vertrag mit der Frankfurter Buchmesse zu unterschreiben und dadurch die Position der isländischen Literatur und Autoren auf dem deutschen Buchmarkt zu verbessern (Buchmarkt 2011). Die gesamte Rezeption des isländischen Auftritts war positiv und fokussierte vor allem auf Island als Literaturland (vgl. Böcker 2013).

Die Rezeption des neuseeländischen Auftritts unterschied sich vom isländischen Auftritt. Anstatt auf die neuseeländische Literatur konzentrierte sich die öffentliche Diskussion auf die exotische Natur und Landschaft. Wo Islands Auftritt in 2011 in der öffentlichen Diskussion kaum kritisiert wurde, wurde über Neuseelands Auftritt geschrieben, dass der Fokus der Organisatoren statt auf der Literatur auf dem Branding des Landes lag (Kölling 2014). „Auf der Buchmesse feiert Neuseeland seinen Exotenstatus“ wurde in der Zeitung *Die Welt* während des neuseeländischen Auftritts geschrieben (Meinert 2012). Das Design des Ehrengastpavillons Neuseelands orientierte sich an der Natur und der Maori-Kultur. Es wurden Tanz, Handwerk und Bildende Kunst statt Büchern vorgestellt (vgl. Kölling 2014: 83). „Das gedruckte Buch führt indes nur Nischendasein: Am Rand der Wasserfläche stehen kleine Zelte, in denen Bücher von der Decke baumeln“ schrieb *Die Welt* (Die Welt 2012). Überschriften wie „Im entlegensten Winkel der Welt“ oder „Eleganz von Ende der Welt“ spiegeln die Themen des Auftritts wider (Jones 2012; Badenhop 2012). Sie sind aber gleichzeitig auch Beispiele vom Neuseeland-Image, das mit dem Auftritt verstärkt wurde. Die Rezeption des Auftritts war etwas widersprüchlich. Dies lässt sich möglicherweise darauf zurückführen, dass die Ziele der Organisatoren unklar waren. „Every group in this network (Organisationskomitee) imagined New Zealand@Frankfurt in a very different way“, beschrieb Kölling (2014: 84) die Evaluation des neuseeländischen Projekts.

„Nur ein exotischer Rhythmus“ schrieb die TAZ nach dem Auftritt Brasiliens (Aydemir 2013). Es wurde gefragt, ob es den Ehrengaststatus nur gibt, um

Stereotype und Klischees zu fördern und ob die ganze Institution modernisiert werden sollte (Aydemir 2013). Beispiele von einer solchen Resonanz gibt es in der Geschichte der Ehrengäste mehrere. Die Länder versuchen, mittels des Auftritts nicht nur kulturell, sondern auch ökonomisch zu profitieren. Neben der Literatur wird die Aufmerksamkeit u. a. auf die Tourismusbranche gerichtet (Kölling 2004: 85f; Fischer 1999: 150f). Als etwa 1995 Österreich Ehrengast war, nutzte das Land den Auftritt, um eine Image-Kampagne durchzuführen und eine moderne Seite des Landes zu zeigen (Fischer 1999: 150–151). Nach Fischer (1999: 151) war der Auftritt Österreichs eine Art Selbstentdeckungsprojekt. Doch die Wirkungsanalyse des österreichischen Projekts zeigte, dass der Auftritt sowohl als Image-Kampagne als auch als Ehrengastauftritt gelungen war (Fischer 1999: 160f). Damit gibt Fischer (1999: 162) der Buchmesse auch eine neue Funktion als „Katalysator ernsthafter nationaler Selbstfindungsprozesse“.

Brasilien hat eine politische Diskussion um den Ehrengaststatus hervorgerufen. „Angst vor Schwarzen, Armen und Favelas“ titelte *Der Tagesspiegel* während des Ehrengastauftritts von Brasilien (Lichterbeck 2013). Die für die Messe ausgewählten brasilianischen Autoren entfachten in der brasilianischen Branche eine Diskussion, die in den deutschen Zeitungen geführt wurde. Die Auswahlkriterien, nach denen eine bestimmte Autorengruppe ausgewählt wurde, wurden als marktüblich bezeichnet. Der Star-Autor Paulo Coelho stellte für *Die Welt* fest, dass die gewählten Autoren nicht die Literaturszenen Brasiliens präsentierten und dass sie lediglich eine elitäre Vorstellung davon sind, wie Brasilien sein sollte (Scholz 2013). Paulo Coelho selbst sagte seine Auftritte auf der Buchmesse wegen der Einladungspolitik der brasilianischen Organisatoren ab.

Das Besondere an der Diskussion über Brasiliens Ehrengastauftritt im Vergleich zu Island und Neuseeland war, dass brasilianische Autoren die Organisatoren des Auftritts in der deutschen Presse kritisierten. Dies ist jedoch kein neues Phänomen. Der Auftritt von Katalonien in 2007 löste ebenfalls eine ähnliche Diskussion aus. Der Grund dafür war, dass die Katalanen, die auf Spanisch veröffentlichen, nicht eingeladen wurden. Für das kleine Sprachgebiet war der Ehrengaststatus eine gute Möglichkeit, sich weltweit zu präsentieren. Es wurde jedoch die Frage gestellt, ob das Kriterium, nur auf Katalanisch geschriebene Bücher vorzustellen, zu begrenzt war und internationale Türen schloss, anstatt sie zu öffnen (tso/dpa 2007; Sommeregger 2008: 8f).

Island gelang es, den Auftritt mit einem Budget von zwei Millionen Euro zu organisieren. Zum Beispiel investierten die Arabische Welt in 2004 und Russland 2003 beide jeweils fünf Millionen Euro, Katalonien in 2007 sogar zwölf

Millionen und Litauen in 2002 nur 1,2 Millionen Euro. Rund um das Ehrengastkonzept gibt es eine Diskussion über die Frage, ob das Konzept zu kommerzialisiert sei (Knapp 2007; Gehrman 2011a). Niemeier (2001: 53f) und Kölling (2014: 86) heben hervor, dass bei den Auftritten eine Konkurrenzstimmung herrscht und die Ehrengäste einander übertreffen wollen. Immer mehr Geld fließt in die Auftritte. Niemeier (2001: 23f) konstatiert, dass die hohen finanziellen Kosten zu wachsendem Eurozentrismus in der Wahl des Ehrengastes geführt haben (vgl. auch Kölling 2014: 86). Kölling (2014: 86) stellt fest, dass die ökonomischen Interessen die ursprüngliche Idee, Aufmerksamkeit auf marginale Themen zu lenken, überdecken.

Die Rezeptionsphase definiert das Gelingen eines Exportprojekts. Die Betrachtung der öffentlichen Rezeption spielt dabei eine wesentliche Rolle. Wenn es um Literaturexport als Teil des Transferprozesses geht, muss man ebenfalls die quantitativen Resultate betrachten. Dabei spielen u. a. Übersetzungsstatistiken eine Rolle. In den Übersetzungsstatistiken des deutschen Buchmarkts wird vom „Frankfurt Effekt“ gesprochen (Börsenverein 2015). In den Statistiken des deutschen Buchmarkts kletterte Island im Ehrengastjahr in die Top 10 auf den Platz 9 (Börsenverein 2012). Die Organisatoren und Autoren des Ehrengasts Island 2011 stellten fest, dass der Auftritt für den isländischen Buchmarkt bereichernd war. Der Vertreter der isländischen Verleger konstatierte im *Börsenblatt* (2011), dass für sie „eine ganz neue Situation bei den internationalen Lizenzverhandlungen entstanden“ sei. Im Jahr 2013 verschlechterte sich die Platzierung und Island lag mit 29 Übersetzungen auf Platz 18, jedoch besser als vor dem Auftritt (Statista 2015). Die Tatsache, dass die Anzahl der Übersetzungen aus dem englischen Sprachraum 2012 stieg, wurde ebenfalls mit dem Ehrengastauftritt Neuseelands erklärt (Börsenverein 2014).<sup>24</sup> Portugiesisch als Ausgangssprache erreichte 2013, als Brasilien der Ehrengast war, einen Anteil von 0,8 Prozent und stieg ebenfalls in die Top 10 auf (Börsenverein 2014).

Die Beispiele zeigen einige zentrale Elemente eines Kulturtransferprozesses. Problematisch in der Betrachtung der Ehrengastauftritte aus der Sicht des Kulturexports eines Landes ist, dass die Ergebnisse oft nur quantitativ gemessen werden. Unter dem Gesichtspunkt des kommerziellen Kulturexports ist es auch unnötig, an dieser Stelle eine klare Grenze zwischen den ökonomischen und den kulturellen Profiten zu ziehen, denn so kann das Land z. B. von der wachsenden Bekanntheit der Kultur des Landes u. a. durch Literaturvermittlung auch wirtschaftlich, aber nicht nur wirtschaftlich, profitieren. Gerade in der

---

<sup>24</sup> Englisch ist mit etwa 7000 Titeln jährlich die Nr. 1 in den Übersetzungsstatistiken (Börsenverein 2015).

Ehregast-Institution der Frankfurter Buchmesse ist die enge Verflechtung der kulturellen und der ökonomischen Seite des literarischen Feldes und auch des Kulturexports besonders gut zu sehen. Wie die Beispiele oben zeigen, spiegeln die Ehregastauftritte auch die enge Verflechtung des literarischen Feldes mit dem politischen Feld wider. Aus dem Vergleich der vorherigen Ehrengäste ergibt sich die Frage, was die Funktion des Ehregastauftritts tatsächlich ist und ob das so eng mit dem Land verbundene Konzept im globalen Literaturfeld noch zeitgemäß ist.

## 4 ZUM FINNISCHEN KULTUR- UND LITERATUREXPORT

### 4.1 Die Entwicklung des finnischen Kulturexports

*Wir haben eine starke Kunstgeschichte. Wer kennt aber im Ausland die finnische Kultur, abgesehen von ein paar Dirigenten oder Autofahrern? Kunst ist eine Möglichkeit für Wachstum in die Internationalität, für Entgegennehmen von Unterschiedlichkeit. [...] Hierin steckt eine Möglichkeit.*<sup>25</sup> (Heinonen 1993: 11)

Das obige Zitat stammt vom Ministerium für Bildung und Kultur aus dem Jahr 1993. Zehn Jahre später, im Jahr 2003 haben das Ministerium für Bildung und Kultur, das Außenministerium und das Ministerium für Arbeit und Wirtschaft ein gemeinsames Ermittlungsprojekt zur Erläuterung der Lage des finnischen Kulturexports gegründet (Koivunen 2004). Das Ministerium für Bildung und Kultur hat im Jahr 2004 einen Bericht mit dem Titel *Kann Kultur exportiert werden?* (fin. *Onko kulttuurilla vientiä?*) über die Lage des finnischen Kulturexports und über die internationalen Möglichkeiten der unterschiedlichen Kulturbranchen veröffentlicht (Koivunen 2004). Der Bericht basierte auf einer Klarlegung, die im Auftrag des zuständigen Ministeriums in den Jahren 2003–2004 durchgeführt wurde.

Als Folge des Berichts rief die damalige Kulturministerin Tanja Karpela am 25.10.2005 eine Arbeitsgruppe für die Entwicklung des Kulturexports zusammen. In Zusammenarbeit mit dem Außenministerium und dem Ministerium für Arbeit und Wirtschaft initiierte das Ministerium für Bildung und Kultur ein Projekt zur Erläuterung der Möglichkeiten und Auswirkungen des Kulturexports. Die Berichte und Erläuterungen zum Kulturexport in der Regierungszeit 2004–2011 waren auch für das Ehrengastprojekt Finnlands entscheidend.

Auf Grund der Ergebnisse des ersten Berichts wurde ein Entwicklungsvorschlag *Kann Kultur exportiert werden? Ja!* (fin. *Onko kulttuurilla vientiä? On!*) für den finnischen Kulturexport in der Regierungszeit 2007–2011 publiziert (Tuomi-Nikula 2007). Während der Regierungszeit wurden die Entwicklungen des

---

<sup>25</sup> "Meillä on vahva taiteen historia. Mutta kuka tuntee muualla suomalaista kulttuuria paria kapellimestaria ja autonkuljettajaa lukuun ottamatta? Taide on mahdollisuus kansainvälisyyteen kasvamisessa, erilaisuuden vastaanottamisessa. [...] Tässä piilee mahdollisuus." (Heinonen 1993: 11)

Kulturexports in einem jährlichen Bericht erläutert. Gleichzeitig wurde eine Strategie der Kulturpolitik Finnlands bis 2020 zusammengefasst. In der Strategie spielen die internationalen Kulturbeziehungen eine zentrale Rolle. Bereits die ersten Berichte deuteten darauf hin, dass das Finnland-Image im Ausland sowohl der Ausgangspunkt als auch das Ziel des Kulturexports sein sollte. Es wurde auch erwähnt, dass Finnland durch verschiedene Maßnahmen Sichtbarkeit im Ausland anstreben sollte (Tuomi-Nikula 2007: 16, 19). Um die Sichtbarkeit und Medienpräsenz Finnlands im Ausland und um das Finnland-Image zu verbessern, wurde im Jahr 2008 ein Branding-Team zusammengerufen. Das Branding-Team veröffentlichte im Jahr 2010 einen Bericht über das Image Finnlands und dessen Entwicklungsmöglichkeiten. Die Fragen des Branding-Teams drehten sich darum, wie Finnland sich im Ausland präsentiert, was das Finnland-Image ist und wie es verbessert werden könnte. Die Zukunftsvorstellung über das Finnland-Image im Bericht des Branding-Teams war einfach: Bis 2030 sollte Finnland sich als das beste Land der Welt präsentieren. Die obengenannten Berichte waren wichtige politische Schritte in der Entwicklung und Professionalisierung des finnischen Kulturexports und der Arbeit im Bereich der Finnland-Imagepflege im Ausland.

Die Bedeutung des Kulturexports wurde auf der Regierungsebene lange unterschätzt. Das heißt jedoch nicht, dass Finnland vorher keinen Kulturexport betrieben hätte. Export kultureller Produkte aus Finnland gab es natürlich schon länger. Die Akteure des Kulturfeldes – Gelehrte, Künstler und Autoren – haben sich bereits seit Jahrhunderten über die Grenzen des Landes hinaus bewegt. Zu Recht kann gesagt werden, dass die Pariser Weltausstellung im Jahr 1900 zwar das erste, aber immer noch eines der bedeutendsten Kulturexportprojekte war. Finnlands Pavillon in Paris war ein Erfolg und hob u. a. die finnische bildende Kunst und Architektur auf eine neue internationale Ebene (Siikala 1976: 242). Der Kulturexport oder überhaupt die internationale Bewegung im Bereich der Kultur basierte auf den persönlichen Bestrebungen der Akteure. Über den damaligen Kulturexport gibt es wenig Material, das die Form der Vermittlung erklären könnte. Ein Thema beherrscht jedoch die Diskussion zum Kulturexport seit Jahren, nämlich das Finnland-Image im Ausland:

*Das Finnland-Bild im Ausland wird nicht unbedingt besser, falls Kulturexport kritiklos expandiert wird. Im schlimmsten Fall folgt daraus nur mitleidige Sympathie, von der bereits Alvar Aalto vermutete, dass sie an uns oft gerichtet werde. (Siikala 1969 zitiert nach Siikala 1976: 221)<sup>26</sup>*

---

<sup>26</sup> ”Suomen kuva ulkomailla ei välttämättä kirkastu, jos kulttuurivientiä kritiikittömästi laajennetaan. Tuloksena voi pahimmissa tapauksissa olla vain sellaisen

Kalervo Siikala (1976: 216), eine der zentralen Figuren im Bereich der internationalen Kulturbeziehungen Finnlands in den 1960er bis 1990er Jahren<sup>27</sup>, schrieb 1976, dass die internationalen Kulturbeziehungen Finnlands eher auf dem Import ausländischer Güter und Wissen basieren. Export, wirtschaftlicher Gewinn, Außenhandel oder Marketing im ökonomischen Sinne verband Siikala (u. a. 1976) nicht mit dem Kulturexport. Kulturexport wurde lange nicht als ein relevanter Teil der internationalen Beziehungen des Staats gesehen, genauso wie ihm keinen kommerziellen Wert zugeschrieben wurde (Siikala 1976: 220f). Es handelte sich eher um das Finnland-Image, um Autorität und um die Arbeit einzelner Akteure (Siikala 1976: 219f).

*Es ist nicht möglich, den Kulturexport grenzenlos zu verbreiten, nicht mal mit starken Finanzierungs- und Organisationsmaßnahmen. Seine Bedeutung als Gestalter des Images des Landes sollte auch nicht überschätzt werden. Er ist nur eine Dimension des Gesamtbildes neben politischen, außenpolitischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Dimensionen.*<sup>28</sup> (Siikala 1976: 221)

Finnlands Stellung sowohl geographisch als auch politisch war lange randständig. Die EU und die neue politische Lage Europas in den 1990er-Jahren öffneten neue Türen auch für die finnische Kulturpolitik. Gleichzeitig wurde wahrgenommen, dass Kultur keine getrennte Einheit innerhalb der Gesellschaft ist, sondern „ein Teil der breiteren gesellschaftlichen und technisch-wirtschaftlichen Gesamtheit“ (Heinonen 1993: 32). Heinonen (1993: 33) betonte bereits elf Jahre vor dem staatlichen Kulturexportprojekt der Regierung, dass „die gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung der Kulturbranche anerkannt werden sollte“.

Eine der wesentlichen Botschaften des ersten Kulturexportberichts im Jahr 2004 war, dass sowohl die finnische Kultur im Allgemeinen als auch die einzelnen Kulturakteure gute Grundlagen für internationalen Erfolg haben (Koivunen 2004). Koivunen (2004: 15f) hob in dem Bericht hervor, dass die Produkte der finnischen Kulturindustrie Nachfrage im Ausland haben könnten. Als

---

säälinsekaisen myötätunnon syntymisen, jota Alvar Aalto on arvellut meihin usein kohdistuvan.” (Siikala 1976: 221)

<sup>27</sup> Siikala war u. a. der leitende Direktor der Internationalen Angelegenheiten des Unterrichtsministeriums und eine einflussreiche Person u. a. in den finnischen Kulturinstituten.

<sup>28</sup> ”Kulttuurivientiä ei ole mahdollista rajattomasti laajentaa edes voimakkaain rahoitus- ja järjestelytoimenpitein. Sen merkitystä maan kuvan muodostajana ei liioin ole syytä yliarvioida. Se on vain yksi kokonaiskuvan ulottuvuus poliittisten, ulkopoliittisten, yhteiskunnallisten ja taloudellisten ulottuvuuksien rinnalla.” (Siikala 1976: 221)

Problembereiche des Kulturexports wurden die Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Promotion, Exportförderung und ein großer Mangel an Strategien und Koordination genannt (Koivunen 2004: 15f). Auch Timo Cantell (1999: 226f) hebt das Problem hervor, dass der Mangel an Marketingkenntnissen den Erfolg der finnischen Kulturprodukte behindert. Kulturexport benötigt also sowohl gute Produkte als auch das Können im Bereich Wirtschaft und Marketing. Ebenso wie andere Exportbereiche sollte also auch Kulturexport dem Bericht zufolge professionalisiert werden. Ein Beispiel für die Art von Professionalisierung stellt das Ehrengastprojekt auf der Frankfurter Buchmesse 2014 dar (vgl. Kap 5 und Kap. 7.2–7.3).

Der Entwicklungsvorschlag für die Regierungszeit 2007–2011 stellte nach dem ersten erläuternden Bericht die Vision über Finnlands Kulturexport in folgender Weise dar:

*Kulturexport ist ein anerkannter Teil des finnischen Exportsektors geworden. Der Wert des Kulturexports hat sich wenigstens verdreifacht, und die kreativen Geschäftszweige haben die Wirtschaftsstruktur des Landes verstärkt. Kultur ist ein deutlich größerer Teil des Finnland-Images und des Brands Finnlands als heutzutage. Der wirtschaftliche Wohlstand der Personen und Gruppen, die im kulturellen Feld arbeiten, hat sich durch den Export verbessert.*<sup>29</sup> (Tuomi-Nikula et al. 2007: 14)

Die Entwicklungsziele des finnischen Kulturexports wurden in sechs Hauptpunkte unterteilt:

1. Die Entwicklung des Unternehmertums im Kulturbereich
2. Die Verstärkung der Cluster und Netzwerke, die für den Export wichtig sind
3. Internationales Marketing und Promotion
4. Die Verstärkung der Strukturen und Wissensgrundlagen des Kulturexports
5. Die Entwicklung der internationalen Zusammenarbeit und Austausch im Bereich der Kultur
6. Herstellung eines legislativen und vom Stand des Kulturexports konkurrenzfähigen Tätigkeitsbereiches (Tuomi-Nikula 2007: 16)

---

<sup>29</sup> „Kulttuurivienti on kasvanut tunnustetuksi osaksi suomalaista vientitoimintaa. Kulttuuriviennin arvo on vähintään kolminkertaistunut ja luovat toimialat ovat vahvistaneet maamme elinkeinorakennetta. Kulttuuri on nykyistä selkeästi vahvempi osa Suomi-kuvaa ja -brändiä. Kulttuurin kentässä toimivien yksilöiden ja ryhmien taloudellinen hyvinvointi on parantunut vientitoiminnan kautta.” (Tuomi-Nikula et al. 2007: 14)

Das Branding-Team hat sich besonders mit der Problematik des *nation brandings* beschäftigt: „Außerhalb des unmittelbaren Wirkungskreises ist Finnland nicht besonders bekannt. Weltweit bekannte Finnen gibt es wenig. Marketing und Kommunikation gehören immer noch nicht zu unseren größten Stärken<sup>30</sup>“, stellte das Branding-Team fest (Brändityöryhmä 2010: 23). Die Kernbotschaft des Schlussberichts des Teams war, dass Finnland bereits konkurrenzfähige Stärken hat, diese müssten nun aber herausgehoben und vermarktet werden. Die Stärken Finnlands sind dem Bericht zufolge eine funktionsfähige Gesellschaft, das enge Verhältnis zur Natur und eines der besten Grundausbildungssysteme der Welt (Brändityöryhmä 2010: 29). Der Vorschlag des Branding-Teams war, dass man mit den bereits existierenden Fähigkeiten das Image bilden sollte und nicht versucht, etwas zu sein, was man nicht ist. Innovationen, eine hochwertige Ausbildung und ein vielseitiges Kulturleben wurden als zentrale Themen erwähnt, die laut Bericht im Ausland vermarktet werden sollten (Brändityöryhmä 2010).

Der Kulturexport betrifft direkt oder indirekt fast alle Ministerien und Regierungsebenen. Kulturexport kann sowohl das Länder-Image als auch das wirtschaftliche Wachstum positiv beeinflussen. Projekte wie die Weltausstellung in Shanghai 2010, Turku 2011 als Kulturhauptstadt Europas oder Helsinki als World Design Capital 2012 haben in Europa, aber auch weltweit Interesse geweckt. Die Weltausstellung in Shanghai war in Sachen Finanzierung das bisher größte Exportprojekt Finnlands und das erste Projekt, das nach der Schaffung der unterstützenden Strukturen für Kulturexport organisiert wurde (Storgård et al. 2011: 26). Zum ersten Mal hatte das Kultur-Know-how eigene Ziele und Kriterien (Villacís 2010: 6). Mit einem Budget von 17 Millionen Euro hat Finnland in Shanghai die gesamte Breite des Kultur- und Wirtschaftslebens vorgestellt. Der Auftritt verstand sich jedoch eher als Teil der Wirtschaftsbranche und gehörte damit zum Tätigkeitsfeld des Ministeriums für Arbeit und Wirtschaft. Die finanzielle Unterstützung des Ministeriums betrug 12,6 Millionen Euro (Storgård et al. 2011: 27).

Der finnische Auftritt bei der Weltausstellung in Shanghai zeigte, wie Kulturexport mit der Wirtschaftspolitik und den kommerziellen Zielen zusammenhängt. Auch die kulturpolitische Strategie des Ministeriums für Bildung und Kultur für 2020 betont neben dem einheimischen Markt die

---

<sup>30</sup> „Suomea ei tunneta kovin hyvin välittömän vaikutuspiirimme ulkopuolella. Maailmanlaajuisesti tunnettuja suomalaisia on vähän. Markkinointi- ja viestintätaidot eiväät vieläkään kuulu suurimpiin vahvuuksimme.“ (Brändityöryhmä 2010: 23)

Wichtigkeit des Kulturexports. „Wachsender Kulturexport verstärkt den Beschäftigungsgrad und die wirtschaftliche Basis der kulturellen Produktion. Dadurch dient er sowohl kulturellen als auch wirtschaftspolitischen Zielen“ (OKM 2009b: 19).<sup>31</sup> Die politischen Berichte über den finnischen Kulturexport betonen häufig die Wirkung des Kulturexports auf anderen gesellschaftlichen Feldern wie der Wirtschaft. Das Ziel des Kulturexports scheint in vielen Fällen ein besseres Finnland-Image zu sein, das als wirtschaftlicher Vorteil gesehen wird. Häufig wird Kulturexport erst anerkannt, wenn auch andere Branchen davon profitieren und wirtschaftlicher Gewinn gemessen werden kann. Problematisch ist, dass langfristige kulturelle Wirkung oft nicht gemessen wird, da sie meistens keinen unmittelbaren wirtschaftlichen Gewinn erzielt.

Die Verwirklichung der Ziele des finnischen Kulturexports wie auch die Arbeit des Branding-Teams wurden in einem Schlussbericht des gesamten Entwicklungsprojekts des Kulturexports der Regierungszeit 2007–2011 evaluiert. Im Schlussbericht wurde zusammengefasst, dass der Glaube an die Möglichkeiten der eigenen Kulturbranche instabil ist, es herrscht ein Mangel an Selbstvertrauen, weswegen die eigenen Stärken nicht wahrgenommen werden (Storgård et al. 2011: 18). Jedoch zeigten die Schlussfolgerungen, dass in der Entwicklungszeit in vielen Bereichen wesentliche Verbesserungen ausgeführt wurden und die meisten Ziele der Regierungszeit im Bereich Kulturexport erfüllt wurden.

Als Folge des Entwicklungsprojekts wurden die Förderungsstrukturen für Unternehmer und Kulturexportprojekte überprüft. Die ausgegebenen Förderungsgelder sind gestiegen. Das hat vielen Akteuren, Unternehmern und Kultur-Institutionen neue Möglichkeiten und einen besseren Rahmen für ihre Aktivitäten eröffnet. Durch Kooperationsprojekte haben sich die Netzwerke der Kulturakteure verdichtet. Durch Förderungen bieten die finnischen Kultur- und Wissenschafts-Institute und Informationszentren immer mehr Beschäftigungsmöglichkeiten für junge finnische Fachkräfte im Bereich Kunst und Kultur (Storgård et al. 2011: 28–13). Im Allgemeinen sind die Finanzmittel der Kunst- und Kulturbranche von 2007 bis 2011 um 20 Prozent gestiegen (Storgård et al. 2011: 8–13). Es wurde wahrgenommen, dass Kulturexport mit den internationalen Beziehungen des Landes eng zusammenhängt und das Image des Landes beeinflusst. „Die Bedeutung von Kultur in der Verstärkung der internationalen Interessantheit und Autorität Finnlands ist unbestreitbar“,

---

<sup>31</sup> ”Lisääntyvä kulttuurivienti vahvistaa työllisyyttä ja kulttuurin tuotannon taloudellista perustaa. Siten se palvelee sekä kulttuuri- että elinkeinopoliittisia tavoitteita.” (OKM 2009: 19)

wurde in einem der Zwischenberichte des finnischen Kulturexports im Jahr 2009 zusammengefasst (Villacís 2010: 10). Der Erfolg wurde im Schlussbericht ziemlich stark durch wirtschaftliche Faktoren bemessen. Längerfristige Wirkungen und nicht-materielle Erfolgsfaktoren wurden im Bereich des Schlussberichts kaum gemessen.<sup>32</sup>

In diesen kulturpolitischen Entwicklungen lagen auch die Ausgangspunkte für das Ehrengastprojekt von Finnland. Der Ehrengaststatus der Frankfurter Buchmesse wurde im Zwischenbericht des Kulturexportprojekts des Ministeriums für Bildung und Kultur im Jahr 2009 als Ziel des Literatur- und Kulturexports genannt (Villacís 2009: 14; Storgård et al. 2011: 41). Für die Auswahl und Vermittlung des Kulturtransfers ist es wichtig, dass der Vermittler ein Bedürfnis bzw. einen Impuls für den Transferprozess findet. Für Finnland war der Impuls laut den Organisatoren des Ehrengastprojekts in erster Linie die Stärkung des Literaturexports (vgl. FILI 2012a). Als der erste Bewerbungsprozess für den Ehrengaststatus 2007 begann, herrschte auf der Regierungsebene der Wille, das gesamte Feld des Kulturtransfers zu aktivieren. Gleichzeitig wurden die Berichte über die Lage des Kulturexports veröffentlicht. Darauf folgte der staatliche Branding-Bericht. Die zeitgleiche Vorbereitung des Ehrengastprojekts und des nationalen Brandings weist auch darauf hin, dass mit dem Auftritt von Anfang an neben dem Literaturexport eine breitere Sichtbarkeit für das Land, also *nation branding*, angestrebt wurde.

## 4.2 Finnischer Literaturexport

Im Vergleich zum Kulturexport insgesamt sind die Strukturen des Literaturexports bereits ziemlich fest etabliert. Die Wichtigkeit der Vermittlung von Literatur ins Ausland wurde bereits in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts auf Regierungsebene notiert (Schrey-Vasara 2014: 15f). Im Vergleich zu Deutschland, wo der Buchmarkt bereits im 17. und im 18. Jahrhundert entstanden ist, ist der finnische Buchmarkt jung. Von einem finnischen Buchmarkt kann man eigentlich erst seit Anfang des 20. Jahrhunderts sprechen. Die deutsche Literatur- und Wissenschaftstradition des 18. und 19. Jahrhunderts hat die Entwicklung des finnischen Literaturlebens bedeutend beeinflusst. Ein wichtiger Punkt in der Entwicklung der finnischen Buchbranche war die Gründung der Finnischen Literaturgesellschaft 1831 (vgl. Schrey-Vasara 2014: 15f). Die Verlage Otava, WSOY und Gummerus, die heute zu den größten Verlagen gehören, wurden in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts gegründet.

---

<sup>32</sup> Die innenpolitische Situation Finnlands hat sich seit dem Bericht geändert, und einige Fördermittel wurden wieder abgeschafft (s. dazu: Statistics Finland 2015).

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, als die Entwicklung des finnischen Buchmarkts bereits im Gange war, fasste die finnische Literatur auch in Deutschland zum ersten Mal Fuß. Die ersten registrierten Übersetzungen der Bücher von Johan Ludvig Runeberg und Juhani Aho stammen aus dieser Zeit (SKS 2016). Die Fortschritte auf dem Buchmarkt führten zur Gründung des finnischen Verlegerverbands. Das Ziel des Verbands war die Verstärkung der Distribution von Büchern und die Verwirklichung eines Buchhandlungsnetzes in Finnland. Heute hat der finnische Verlegerverband über 100 Mitglieder, die etwa 80 Prozent der in Finnland publizierten Titel verlegen (Kustannusyhdistys 2011). (Lehtonen 2001: 114–116; Turunen 2009: 87)

Der finnische Literaturexport kämpft mit der Tatsache, dass es den anderen nordischen Ländern bislang besser gelungen ist, ihre Literatur zu exportieren. Bereits in der Strategie für die Regierungszeit 2007–2011 wurden die Exportzahlen mit den anderen nordischen Ländern verglichen. Bis dahin waren nur wenige Produkte, Autoren oder Bücher erfolgreich, obwohl in allen Berichten des Kulturexportprojekts 2007–2011 des Ministeriums für Bildung und Kultur die ausländische Nachfrage nach finnischer Kultur, Literatur mit einbegriffen, besonders betont worden war. Im Rahmen des Entwicklungsprojekts des finnischen Kulturexports in der Regierungszeit 2007–2011 wurde auch die Strategie des finnischen Literaturexports aktualisiert (FILI 2007). In der Literaturexportstrategie, die FILI im Rahmen des Entwicklungsprojekts des Kulturexports ausgearbeitet hat, wurde ein Hauptziel genannt: Die finnische Literatur sollte bis zum Jahr 2011 in den europäischen Ländern gleich präsent sein wie die Literatur der anderen nordischen Länder (FILI 2007). FILI war für die Umsetzung der Strategie zuständig.

Die Strategie des finnischen Literaturexports fasste die Voraussetzungen für einen funktionierenden Literaturexport in folgender Weise zusammen:

*Ein Förderungssystem für Übersetzung, ein fachkundiges Übersetzernetzwerk, das Know-how der Verleger im Rechtehandel, internationale Verlagsnetzwerke, internationale Herausgebernetzwerke und internationale Netzwerke für Literaturakteure, Literaturereignisse und Buchmessen.*<sup>33</sup> (FILI 2007)

---

<sup>33</sup> ”Vientitoiminnan edellytykset ovat tarpeeksi mittava käännöstukijärjestelmä, ammattitaitoinen kääntäjäverkko, kustantajien tietotaito kirjailijoiden oikeuksien myymisessä, kansainväliset kustantajaverkostot, kansainväliset toimittajaverkostot ja kansainväliset kirjallisuustoimija, -tapahtuma ja -messuverkostot.” (FILI 2007)

Die Exportstrategie finnischer Literatur betonte, genauso wie die Kulturexportstrategie im Allgemeinen, dass Finnland als Literaturland viele Möglichkeiten habe. Die literarische Produktion ist fachkundig und durch die Zweisprachigkeit vielseitig. In der Strategie wird davon ausgegangen, dass die Buchmessen die besten Entwicklungsmöglichkeiten für einen stärkeren Literaturexport bieten (FILI 2007). Die Strategie des finnischen Literaturexports hat den Ehrengastauftritt auf der Frankfurter Buchmesse als eines der zentralen Ziele genannt. Als besonders unterstützungsbedürftige Bereiche wurden Kinder- und Jugendliteratur und Comics genannt. Zusätzlich wurde in der Strategie erfasst, dass der Export strukturell dokumentiert und statistisch erfasst werden soll. (FILI 2007)

Übersetzungsförderung hat im Prozess der Internationalisierung der Literaturbranche eine Schlüsselstellung eingenommen. Durch die Förderung der ausländischen Übersetzer und Verlage bekommen immer mehr Verlage die Möglichkeit, sich über finnische Literatur zu informieren. Das Wissen vermehrt die Präsenz der Literatur in den ausländischen Verlagen und dadurch auf dem jeweiligen Buchmarkt. Nach der Literaturexportstrategie ist der Export finnischer Literatur von hochwertigen Übersetzungen abhängig (FILI 2007). Die Rolle der Übersetzer im Bereich des Literaturexports ist erstrangig. Übersetzer sind in den Exportprozess von Anfang an eingebunden. Durch die sogenannte Probeübersetzung wird oft die Entscheidung zum Kauf der Übersetzungsrechte getroffen (Körkkö 2014: 31). Die Förderung und Weiterbildung der Übersetzer ist eine der zentralen Aufgaben von FILI. Um die Zahl der Übersetzungen aus dem Finnischen, dem Finnlandschwedischen oder Samischen zu erhöhen, weist FILI ausländische Verlagen Übersetzungsstipendien zu. Jährlich werden etwa 300 000 Euro ausgegeben (FILI 2007).

Neben Übersetzungsförderung spielt die Präsenz auf den internationalen Literaturmessen und -ereignissen für den Export eine wichtige Rolle. Zusätzlich zu Finnlands Ehrengastprojekt 2014 und dem jährlichen Messestand auf der Frankfurter Buchmesse organisiert FILI mit dem finnischen Verlegerverband jährlich eine Abteilung auch auf den anderen großen Buchmessen u. a. in London, Bologna, Tokio, Göteborg, Leipzig und Moskau (FILI 2007). Auf der Leipziger Buchmesse nimmt Finnland mit den anderen nordischen Ländern an einem Gemeinschaftsstand teil. Dafür ist das Finnland-Institut in Deutschland zuständig (F-I 2014).

Der finnische Literaturexport basiert zum größten Teil auf dem Export von Belletristik. Die größten kommerziellen Verlage haben ihre Bücher selbstständig ins Ausland vermarktet und auf den Buchmessen ausgestellt. In den einzelnen

Verlagen werden die internationalen Kontakte und der Export von Büchern durch die Foreign-Rights-Abteilungen organisiert. Literarische Agenturen, die in Finnland erst seit ein paar Jahren agieren, spielen ebenfalls eine wichtige Rolle beim Export (vgl. M&M 2009). Für einen vielseitigen Literaturexport sind unterstützende Strukturen wichtig. Die etwas marginaleren Sparten der Branche, besonders Kinder- und Jugendliteratur, Comics, Sachliteratur und Poetik, wurden in der Strategie als unterstützungsbedürftig gesehen. Daher wurden im Bereich Literaturexport in den letzten Jahren neue Projekte geschaffen, damit auch die weniger kommerzielle Seite des Feldes im Ausland Fuß fassen kann (FILI 2007). Projekte wie die „Internationalisierung der Comics“ und „Finnische Sachliteratur in die Welt“ wurden mit Unterstützung des Ministeriums für Bildung und Kultur gegründet und von FILI durchgeführt (FILI 2007; 2015). Für die Kinder- und Jugendliteratur wurde ein Förderungsprogramm geschaffen (FILI 2007; 2015).

Durch die Anstrengungen der letzten Jahre im Bereich des Literaturexports sind der Verkauf der Übersetzungsrechte und die Zahl der Übersetzungen aus dem Finnischen gestiegen. Der Verkauf der Übersetzungsrechte der finnischen Verlage und Agenturen ist nach Angaben von FILI (2014a) vom Jahr 2011 bis zum 2012 um 60 Prozent gestiegen. Auch der Gesamtwert des Literaturexports der finnischen Agenturen und Verlage ist innerhalb der gleichen Zeit von 1,26 Millionen Euro auf 1,98 Millionen Euro gestiegen. Im Jahr 2013 war der Bruttowert mit einem Wachstum von 13 Prozent bereits 2,24 Millionen Euro (Silvonen 2014). Die Informationen für die Zahlen wurden von den finnischen Verlagen und Agenturen gesammelt. Obwohl der finnische Literaturexport sich entwickelt hat, ist der Gesamtwert noch relativ niedrig. Das, was im Literaturexport zählt und woran er auch bisher gemessen wurde, ist der Verkauf der Übersetzungsrechte. Das Problem ist, dass die genauen Zahlen schwer ermittelbar sind. Oft werden die Zahlen nur bis zum Lizenzhandel verfolgt, und in vielen Fällen, so auch im Falle der obengenannten Zahlen, fehlen die Angaben der ausländischen Agenturen, die finnische Autoren vertreten. Auch das vom Verkauf der Bücher im Ausland entstandene Einkommen wird nicht statistisch erfasst. (Silvonen 2015)

Vor dem Ehrengastjahr wurden jährlich insgesamt 200–240 Bücher aus dem Finnischen übersetzt. Tabelle 3 zeigt die Zahlen der Übersetzungen in die meist übersetzten Sprachen vor dem Ehrengastauftritt. Wie in der Tabelle 3 zu sehen ist, ist die deutsche Sprachregion bereits seit Jahren das Hauptziel des finnischen Literaturexports. Gleich danach folgen die englischsprachige Region und die französische Sprache. Im Jahr 2013 ist bei vielen Sprachen ein Anstieg zu erkennen. Im Vergleich zu den vorhergehenden Jahren wurde 2013 nicht nur ins

Deutsche, sondern auch mehr u. a. ins Estnische, Ungarische, Holländische und Dänische übersetzt. Die Tatsache, dass der deutsche Markt ein traditionelles Ziel des finnischen Literaturexports ist, war auch in der Zielsetzung des Ehrengastprojekts zu sehen (s. Kap. 5.3 und 5.3.2). (Statistics Finland 2011: 65; Statistics Finland 2013: 54)

**Tabelle 3.** Übersetzungen der finnischen Literatur 2005–2013

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Insgesamt:	183	166	174	172	188	149	159	198	228
Deutsch	33	29	28	29	22	12	20	28	33
Englisch	28	27	25	8	17	13	15	18	21
Schwedisch	22	8	12	9	16	18	14	8	13
Russisch	7	7	16	20	10	13	9	7	7
Estnisch	18	18	17	17	13	10	11	15	24
Französisch	10	18	10	15	11	9	13	18	14
Ungarisch	3	6	13	9	14	10	4	15	18
Italienisch	5	12	4	3	7	5	6	8	9
Tschechisch	3	7	6	3	7	3	6	5	7
Holländisch	8	3	5	5	5	2	4	4	10
Spanisch	4	6	3	4	12	8	10	7	6
Lettisch	5	5	4	2	1	3	3	6	9
Norwegisch	4	5	3	2	5	8	5	8	11
Dänisch	6	2	2	5	3	10	4	11	17
Polnisch	7	3	7	14	4	9	14	7	11
Bulgarisch	1	0	3	6	4	0	0	3	1
Hebräisch	2	2	1	0	2	1	3	1	–
Litauisch	7	7	4	7	4	6	5	4	8
Japanisch	2	1	6	11	11	6	3	6	3
Chinesisch	2	0	3	2	17	3	7	18	4
Ukrainisch	6	0	2	1	3	0	3	1	2

(Kulttuuritilasto 2013)

Die Werke von Arto Paasilinna, Mika Waltari und Tove Jansson können nach FILI (2007) als Klassiker der finnischen Übersetzungsliteratur genannt werden. In der Kinder- und Jugendliteratur waren vor der Buchmesse die meist übersetzten Bücher die Werke von Mauri Kunnas (SKS 2016). Neben Kunnas haben im Bereich Kinder- und Jugendliteratur z. B. die *Tatu und Patu*-Bücher von Sami Toivonen und Aino Havukainen und die *Ella*-Bücher von Timo Parvela im Ausland, besonders in Deutschland, viel Aufmerksamkeit bekommen. Das Interesse an Kinder- und Jugendliteratur ist insgesamt gestiegen, und immer mehr Übersetzungen sind auf dem Markt gekommen. In Deutschland wurde ein *Tatu und Patu*-Buch für den Jugendliteraturpreis nominiert (Jugendliteratur 2011). Durch das Projekt *Finnische Sachliteratur in die Welt* haben auch die Sachbücher in den letzten Jahren sowohl bei den einheimischen Verlagen als auch im Ausland etwas mehr Aufmerksamkeit gewonnen. Lehrbücher von den größten Verlagen werden bereits übersetzt und exportiert. Die meist übersetzte

und meist exportierte Gattung war vor dem Messejahr jedoch der Kriminalroman (SKS 2016). Die größte Veränderung im Literaturexport vollzog sich in den Jahren nach der Schaffung der Strategie und der Unterstützungsorgane im Bereich Kinder- und Jugendliteratur. Der Auslandsverkauf ist um etwa 30 Prozent gestiegen. Der Anteil der Kinder- und Jugendliteratur bei den exportierten Büchern lag im Messejahr 2014 bei etwa 59 Prozent (FILI 2014a).

### 4.3 Der deutsche Buchmarkt als Ziel des Exports

Nach den Übersetzungszahlen zu schließen, ist Deutschland die wichtigste Zielregion für den finnischen Literaturexport (s. Tabelle 3). Die lange Geschichte der finnisch-deutschen Handelsbeziehungen und die auch heutzutage wichtige Rolle Deutschlands als Exportland haben im Laufe der Jahre eine Basis auch für den Kulturexport aus Finnland geschaffen. In der Planung des finnischen Ehrengastauftritts wurde Deutschland als Zielregion betont. Besonders war dies in der Auswahl der Autoren, die als Teil des offiziellen Programms auf der Buchmesse waren, zu sehen (s. Kap.5.3.2). Aus diesem Grunde wird kurz darauf eingegangen, wie der deutsche Buchmarkt sich vom finnischen unterscheidet.

Der deutsche Buchmarkt ist einer der übersetzungsfreudigsten Buchmärkte der Welt und wird oft als Tor zu den anderen europäischen Buchmärkten beschrieben. Dadurch bietet er den ausländischen Autoren und der Übersetzungsliteratur auch viele Möglichkeiten. Zugleich entwickelt sich aber auf dem Buchmarkt auch eine internationale Konkurrenzsituation. Der deutsche Buchmarkt ist einer der größten Buchmärkte der Welt. Der Börsenverein des deutschen Buchhandels zählt ca. 1 800 Verlage und 3 800 Buchhandlungen zu seinen Mitgliedern. Die Zahl der publizierenden Institutionen beträgt insgesamt etwa 16 000. Buchhändlerische Unternehmen gibt es auf dem deutschen Buchmarkt etwa 22 500 (Börsenverein 2012).

Jährlich werden in Deutschland etwa 11 000 übersetzte Erstauflagen publiziert (Börsenverein 2015). Übersetzungen aus dem Englischen dominieren auf dem Markt. Vor Finnlands Buchmesseauftritt im Jahr 2013 wurden 6 861 aus dem Englischen übersetzte Bücher publiziert. Auf dem zweiten Rang lagen die 1 121 Übersetzungen aus dem Französischen. Schweden lag mit 250 Übersetzungen auf Platz 5 und Finnland mit steigender Tendenz und 47 Übersetzungen auf Platz 13 (Statista 2014). Je näher die Buchmesse des Jahres 2014 rückte, desto höher wurden die Übersetzungszahlen aus dem Finnischen (vgl. Börsenverein 2015).

In den letzten Jahren hat auf dem deutschen Buchmarkt ein Boom für nordische Krimis geherrscht. Für das breite Publikum in Deutschland schien Finnland bis

zum Buchmesseauftritt 2014 noch ziemlich unbekannt zu sein, und die finnische Literatur verschwand in der Masse der skandinavischen Literatur (vgl. Körkkö 2014). Finnische Literatur hat aber auch im Schlepptau der skandinavischen Literatur Sichtbarkeit auf dem Markt bekommen (Parry 2011: 293). Finnische Krimiautoren wie Leena Lehtolainen oder Matti Rönkä haben sich auf dem deutschen Buchmarkt behauptet. Nach den Verkaufstatistiken der Übersetzungen könnte man behaupten, dass die nordischen Krimis den deutschen Buchmarkt bereits überschwemmt haben, sie sind jedoch immer noch gefragt.

Wie die folgenden Beispiele zeigen, wurde Finnland vor dem Buchmesseauftritt eng mit der skandinavischen Krimiwelle verbunden. "Finnische Krimi-Autoren machen Schweden Konkurrenz" wurde in der Thüringische Landeszeitung getitelt (Jacobsen 2013). "Neues vom Buchmarkt – Krimis aus Finnland" berichtete der Bayerische Rundfunk etwas später (BR 2014). In der Vorbereitungsphase des Ehrengastauftritts waren neben einigen Krimiautoren auch Sofi Oksanen und Kjell Westö auf dem deutschen Markt bereits bekannt (vgl. Körkkö 2014: 36). Andererseits sah die finnische Verlagswelt vor dem Ehrengastjahr keine sehr große Nachfrage auf dem deutschen Markt. Vor der Buchmesse wurde jedoch vermutet, dass die Tatsache, dass ein Buch oder Autor aus Finnland kommt, im Messejahr ein Marketingkriterium sein würde (Körkkö 2014: 36).

In Deutschland werden jährlich etwa 85 000–88 000 Titel veröffentlicht. Im Jahr 2010 gab es in Finnland insgesamt 273 allgemeine Buchhandlungen, in Deutschland etwa 3 800. Im Vergleich dieser Zahlen wird der Größenunterschied der Branche zwischen den Ländern deutlich. Die Anzahl der Neuerscheinungen in Finnland, alle literarische Gattungen mit einbegriffen, beträgt jährlich etwa 3 500–4 000 Bücher, was pro Einwohner eine der höchsten Raten in Europa ist. Davon sind etwa 17 Prozent Übersetzungen ins Finnische (Kustannusyhdistys 2016). (Börsenverein 2015; Kustannusyhdistys 2016; Statistics Finland 2013: 53–55)

Im Prozess des Literaturexports ist die Berücksichtigung der Unterschiede beider Buchmärkte wichtig. Neben dem Größenunterschied gibt es auch Unterschiede in den Sitten und den Traditionen der beiden Buchmärkte. Deutschland ist ein Land der Literaturhäuser und Lesungen. Die Vermittlung und das Marketing von Literatur findet oft durch verschiedene Veranstaltungen statt, und die Lesungen haben eine lange Tradition (Holzmeier 2009: 56). Bei der Vermittlung und dem Marketing von Übersetzungen sind sie von besonderer Bedeutung, da sie für die Leserschaft ein Diskussionsforum anbieten, in dem möglicherweise auch die

kulturellen Unterschiede zu Sprache kommen. Dadurch werden auch der Exportprozess und die Rezeption der Literatur leichter. Der finnische Autor Kjell Westö (2013) schreibt in einem Blog-Beitrag zum finnischen Ehrengastauftritt über die Unterschiede der finnischen und deutschen Buchmärkte: „Der vielleicht größte Unterschied besteht im tatsächlichen Vorlesen des Werkes. Im Norden hat man nicht solche Geduld wie in Deutschland, sich lange Romanauszüge anzuhören“ (Westö 2013). Westö (2013) wundert sich darüber, dass das deutsche Publikum sogar bereit ist, Eintritt zu zahlen, um dem Autor zuzuhören. In Finnland sind Lesungen auf den Buchmessen und sonstigen Literaturveranstaltungen ein fester Teil des Programms, aber außerhalb dieser Veranstaltungen fassen sie erst langsam Fuß.

## 5 FINNLAND ALS EHRENGAST DER FRANKFURTER BUCHMESSE

Angesichts der traditionellen Bedeutung des deutschen Buchmarkts für den finnischen Literaturexport schien die Frankfurter Buchmesse ein natürliches Ziel auch für ein größeres Exportprojekt. Im Prozess des Kulturexports ist es wichtig, dass neben den konkreten strategischen Zielen auch die Zielregion und das Zielpublikum genau festgelegt werden. In der Selektion und in der Vermittlung müssen die Exporteure die möglichen Erwartungen, Stereotype und Kulturtraditionen der Zielregion berücksichtigen (Kortländer 1995: 9f). Das heißt, dass die Organisatoren bereits bei der Selektion der Themen und der Autoren die möglichen Rezipienten antizipieren müssen. Die Selektion und die Vermittlung sind Prozessphasen, die der Exporteur im Kulturtransfer beeinflussen kann.

Auf der Grundlage der Protokolle der Kooperationsgruppe, der Strategie und der Schlussberichte des Ehrengastprojekts kann herausgearbeitet werden, wie über die Schwerpunkte und die Ziele des Ehrengastprojekts entschieden wurde, wie der Auftritt zusammengestellt wurde, welche Themen und Autoren zur Vermittlung ausgewählt wurden und wie sie im Rahmen des Projekts vermittelt wurden. Gleichzeitig kann betrachtet werden, wie die Organisatoren des finnischen Ehrengastprojekts die verschiedenen Funktionen der Frankfurter Buchmesse verstanden und verwertet haben. Eine zentrale Frage ist, inwiefern die Buchmesse als Teil des internationalen literarischen Feldes gesehen wurde und inwiefern als Teil des deutschen literarischen Feldes. Dies definiert auch das Ziel des Exports.

### 5.1. Die organisatorische Ebene des Ehrengastprojekts

#### 5.1.1 Organisations- und Verwaltungsstruktur

Die Entscheidung, dass Finnland der Ehrengast der Frankfurter Buchmesse des Jahres 2014 werden sollte, wurde bereits 2009 getroffen. Ein Vertrag zwischen der Finnischen Literaturgesellschaft (SKS) und der Ausstellungs- und Messe GmbH <sup>34</sup> (AuM) wurde unterschrieben, und die beiden Vertragsparteien

---

<sup>34</sup> Die finnische Literaturgesellschaft, SKS, wurde Vertragspartner, weil das Ministerium für Bildung und Kultur aus juristischen Gründen nicht als Partner fungieren konnte.

verpflichteten sich zu Finnlands Ehrengastprojekt. Während des Bewerbungsprozesses für das Jahr 2011 wurde bereits mit der Planung des Auftritts begonnen. Es wurde eine Vorstudie über die Strategie- und Organisationsmöglichkeiten sowie über die Finanzierung und möglichen Kooperationspartner durchgeführt.

Die organisatorische Gesamtheit des Ehrengastprojekts bildete sich aus der Zusammenarbeit vieler Akteure. In der Vorstudie wurde eine dreistufige Organisationsstruktur empfohlen: 1. die sogenannten Inhaber des Projekts, die das Projekt zum größten Teil finanzieren und leiten, 2. die inhaltlichen Kooperationspartner, die ihrerseits dafür zuständig sind, was die Messebesucher vom Ehrengast erfahren und 3. die Sponsoren, die das Projekt finanziell direkt oder durch unterschiedliche Dienstleistungen unterstützen (Tapaninen 2007: 19). Weiter wurde in der Studie die Gründung einer separaten Projektorganisation bzw. eines Projektbüros, das sich nur mit dem Ehrengastprojekt beschäftigt, empfohlen. Mit einem ähnlichen Organisationsmodell hat z. B. Island seinen Auftritt durchgeführt (vgl. Böcker 2013).<sup>35</sup>

Die Buchmesseorganisation verpflichtet gemäß dem Vertrag den Ehrengast, gewisse organisatorische Gremien für die Umsetzung des Auftritts zu schaffen. SKS als vertretende Vertragspartei seitens des Ehrengastes sollte für das Projekt einen Verhandlungsausschuss (später Kooperationsgruppe) mit Vertretung der Verlegerverbände sowie der staatlichen und privaten Institutionen und Organisationen zusammenrufen. Ebenfalls sah der Vertrag vor, dass SKS ein getrenntes Organisationskomitee bzw. eine Steuerungsgruppe gründen sollte, die die Entscheidungen im Bezug auf die Finanzierung und Umsetzung des Projekts verantworteten.

Der Ausgangspunkt für die Durchführung des Ehrengastprojekts war eine staatliche Grundsatzentscheidung<sup>36</sup> des Ministeriums für Bildung und Kultur vom Jahr 2010, der zufolge der Staat sich an der Umsetzung und Finanzierung des Ehrengastprojekts beteiligen würde (OKM 2010). Die Entscheidung bestätigte die Zusammenarbeit des Ministeriums für Bildung und Kultur, des Ministeriums für Arbeit und Wirtschaft und des Außenministeriums, um die verschiedenen Kooperationspartner, die Verlagsbranche und den Ausbildungssektor in das Projekt mit einzubeziehen und um die Kosten des Projekts zu teilen. Grundlegend in der Grundsatzentscheidung war, dass so die zentralen Akteure und Organisatoren des Projekts genannt wurden.

---

<sup>35</sup> Flandern und die Niederlande, der gemeinsame Ehrengast des Jahres 2016, haben Islands Modell adaptiert (s. Reichenbach 2016).

<sup>36</sup> fin. Valtioneuvoston periaatepäätös.

Das Ministerium für Bildung und Kultur wurde als Projektverantwortlicher auf der Ebene der Staatsverwaltung bestimmt. Dem Verantwortungsbereich des Ministeriums für Arbeit und Wirtschaft wurde die Unterstützung der Finanzierung und der PR-Arbeit zugewiesen, und das Außenministerium war vor allem im Bereich der Öffentlichkeitsdiplomatie und der diplomatischen Vertretung in den deutschsprachigen Ländern sowie im Bereich der sogenannten Team-Finland-Kooperation ins Projekt eingebunden.<sup>37</sup> Das Ministerium für Bildung und Kultur und SKS schlossen einen Kooperationsvertrag. Im Vertrag wurde die juristische Verantwortung des SKS festgelegt und zudem, dass die Leiterin von FILI, Iris Schwank, die Position der operativen Leiterin des gesamten Projekts übernimmt. In der Entscheidung wurde FILI als Zuständige für die operative und praktische Durchführung des Projekts bestimmt. Anders als in der Vorstudie empfohlen, wurde für die organisatorische Ebene keine externe Projektorganisation berufen (vgl. Tapanien 2007: 19). (Saukkonen/Sivonen 2015: 8–10)

Die operative Umsetzung des Ehrengastprojekts begann mit der Ernennung der Kooperationsgruppe, die dem im Vertrag genannten Verhandlungsausschuss entspricht. Die Kooperationsgruppe startete ihre Arbeit bereits im Juni 2011. Die Leitung der Kooperationsgruppe wurde vom Ministerium für Bildung und Kultur übernommen, die anderen Mitglieder vertraten folgende Institutionen und Organisationen: Finnischer Verlegerverband, Svenska Litteratursällskapet rtf., Goethe-Institut Finnland, die Botschaft von Finnland in Berlin, das Außenministerium, The Finnish Association of Non-fiction Writers, das Ministerium für Arbeit und Wirtschaft, das Zentralamt für Bildungswesen, das Finnland-Institut in Deutschland, der Finnische Schriftstellerverband, SKS, der Finnlandschwedische Schriftstellerverband, und ein Vertreter der Übersetzer (Finnland.Cool. 2014a). Damit wurde sichergestellt, dass in das Projekt Vertreter des öffentlichen, privaten und dritten Sektors eingebunden werden.

Die Kooperationsgruppe fungierte als eine Art Unterstützer und Planungsorgan für das Projekt, jedoch ohne Beschlussrecht. Die wichtigsten Aufgaben der Kooperationsgruppe waren die Planung der Strategie und des Slogans (Protokolle 8/2011; 10/2011). Die Sitzungen der Kooperationsgruppe wurden von einem „Projektteam“ geplant, das vom Ministerium für Bildung und Kultur

---

<sup>37</sup> Zu den Team-Finland-Akteuren gehören u. a. Ministerien, diplomatische und konsularische Vertretungen, Export- und Finanzierungsinstitutionen wie Finpro, Tekes, Finnvera und Finfund sowie die finnischen Kultur- und Wissenschaftsinstitute und die Regionalbüros der Ministerien für Wirtschaft, Verkehr und Umwelt (s. Team Finland 2017).

berufen wurde (Saukkonen/Sivonen 2015: 19). Für die konkreten Beschlüsse hinsichtlich Finanzen und Umsetzung sowie für die Aufsicht des Projekts war eine operative Steuerungsgruppe verantwortlich. (Saukkonen/Sivonen 2015: 11f)

Als das Projekt im Jahr 2012 nach der Schaffung der Strategie und des Slogans sich zu konkretisieren begann, wurden auch die Rollen der Organisatoren deutlicher. Um die Struktur des Projekts zu erklären, kann man von der administrativen Ebene einige Instanzen und ihre Aufgaben hervorheben. Für die Koordination und die praktische Verwirklichung des gesamten Projekts war FILI und die Leiterin Iris Schwank zuständig. SKS als Vertragspartner hatte die juristische Verantwortung, und das Ministerium für Bildung und Kultur die staatliche Verantwortung. Zu FILIs Aufgaben gehörten das literarische Programm mit einigen Ausnahmen, das offizielle Kulturprogramm in Frankfurt, die Kooperation mit den offiziellen Kooperationspartnern, die Finanzen und Budgetierung. Die Öffentlichkeitsarbeit und die Pressekonferenzen in Deutschland organisierte FILI in Zusammenarbeit mit der deutschen Medienagentur WBCO. Die Deutsch-Finnische Handelskammer war als Partnerorganisation für Beschaffung der Unternehmenssponsoren zuständig. Das Verlagswesen und die Literatur- und Kulturakteure waren die zentralen Partner im Bereich Literaturexport und Übersetzungsförderung. Das Finnland-Institut in Deutschland wurde vom Ministerium für Bildung und Kultur als zuständig für das Begleit- bzw. Fringe-Programm (später Satellitenprogramm) deklariert (Backman 2015a: 8). Als Satellitenprogramm wurden die Projekte des sogenannten freien Feldes, die überall im deutschsprachigen Europa innerhalb des Ehrengastjahres stattgefunden haben, bezeichnet. Andere wichtige Kooperationspartner waren u. a. das Goethe-Institut Finnland, die finnische Botschaft in Berlin und natürlich das ganze Verlagswesen, sowohl in Finnland als auch in Deutschland. Auch eine große Menge einzelner Organisationen, Einrichtungen und Personen, Autoren, Übersetzer, Künstler usw. nahmen an dem Projekt teil. (s. Saukkonen/Sivonen 2015: 19; FILI 2015: 8)

Bereits in einer frühen Phase der Planung wurde festgestellt, dass die Kooperation zwischen den teilnehmenden Einrichtungen zielbewusst und koordiniert sein sollte. Die Verantwortungsbereiche mussten klar definiert werden (Protokoll 6/2011). Da das Finnland-Institut von allen Kooperationspartnern den größten Programmteil organisierte, wurde die Aufgabenverteilung und Kooperation zwischen FILI und dem Finnland-Institut genauer vereinbart. Diese wurde ebenso wie die Tatsache, dass beide Organisatoren für ihre eigene Finanzierung zuständig waren, in einer Kooperationsurkunde festgelegt. Des Weiteren wurde beschlossen, dass die Kooperationsurkunde jährlich mit einem

Anhang, der die aktuelle Aufgabenverteilung erläutert, ergänzt werden sollte. Die Kooperationsurkunde betonte eine klare Aufgabenverteilung innerhalb des Gesamtprojekts (Backman 2015a: Anhang 1). Darüber hinaus wurde festgestellt, dass die Kommunikation zwischen den beiden Parteien während des gesamten Projekts reibungslos ablaufen sollte. Die erste Version der Urkunde wurde 2011 unterschrieben. In einer aktualisierten Urkunde aus dem Jahr 2012 war auch die Botschaft von Finnland als Partner aufgeführt. (Saukkonen/Sivonen 2015: 12f, 25–27; Backman 2015a: Anhang 1)

Innerhalb der einzelnen im Projekt beteiligten Einrichtungen ergaben sich während des Projekts einige Veränderungen. Besonders betroffen war FILI und damit auch die ganze Kooperationsgruppe, aber auch die Steuerungsgruppe. Die KoordinatorIn des Ehrengastprojekts in FILI wechselte während der Planungsphase 2011–2013 zweimal (Protokolle 3/2013; 6/2013; 9/2013). Ab dem Herbst 2013 gab es in FILI keine eigene KoordinatorIn für das Ehrengastprojekt mehr, stattdessen wurden die Arbeitsaufgaben innerhalb von FILI aufgeteilt. Dieser Mangel wurde aber ab Oktober 2013 mit einem Angestellten, dessen Sitz in Frankfurt war, ausgeglichen (Protokoll 9/2013). Auch ein Mitglied der Steuerungsgruppe trat während des Projekts zurück (Sorjanen 2014).

### 5.1.2 Finanzierung des Projekts

In der Grundsatzentscheidung wurde festgelegt, dass die Ministerien SKS, FILI und dem Finnland-Institut Fördergelder zuweisen (OKM 2010). Als Bedingung für die Finanzierung wurde genannt, dass das Gesamtbudget bei vier Millionen Euro liegen sollte, wovon der Staat höchstens zwei Millionen übernehmen würde. Die Förderung wurde nach der Grundsatzentscheidung zwischen dem Ministerium für Bildung und Kultur (OKM) und dem Ministerium für Arbeit und Wirtschaft (TEM) für die Planung, Verwirklichung und Evaluation nach der Tabelle 4 verteilt.

**Tabelle 4.** Staatliche Finanzierung des Ehrengastprojekts in Euro

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
OKM	150 000	160 000	270 000	340 000	350 000	10 000
TEM	50 000	50 000	50 000	200 000	360 000	10 000
Insgesamt						2 000 000

(OKM 2010)

Die weiteren zwei Millionen sollten der Entscheidung zufolge von Stiftungen, Unternehmen und anderen Förderern gesammelt werden. Als Anteil der Unternehmenssponsoren waren 850 000 Euro vorgesehen. Die Deutsch-Finnische Handelskammer war für die Verhandlungen mit den Unternehmen zuständig. Als weitere Förderer neben der eigenen Finanzierung von SKS wurden die finnischen Stiftungen eingeplant. Noch in der Planungsphase 2012 sah es so aus, als ob die Finanzierung des Projekts planmäßig zustande kommen würde (vgl. Protokolle 6/2012; 9/2012). Als der Zeitpunkt einer Kick off-Veranstaltung für die Unternehmenssponsoren kam, interessierten sich jedoch nur vier Unternehmen für die Zusammenarbeit (Protokoll 11/2012). Dennoch wurden die Verhandlungen mit den möglichen Sponsoren weitergeführt (Protokoll 3/2013; 6/2013). Der Anteil der Finanzierung von den Unternehmen blieb jedoch mit 120 000 Euro für das gesamte Projekt niedrig. Vier finnische Unternehmen haben letztlich das Projekt unterstützt.<sup>38</sup> Die Förderung des Projekts seitens der finnischen Stiftungen war dagegen freigebig. Insgesamt betrug der Anteil der Stiftungen 950 000 Euro. Das Budget des Projekts betrug zum Schluss 3,7 Millionen Euro. Im Vergleich zu den vorigen Ehrengästen war Finnlands Budget durchschnittlich. (FILI 2015: 9; Saukkonen/Sivonen 2015: 20–22).

Anzumerken ist, dass das Satellitenprogramm des Finnland-Instituts nicht im Budget von ca. vier Millionen Euro mitgerechnet wurde. Das Ministerium für Bildung und Kultur hat das Finnland-Institut jährlich u. a. mit den Lohnkosten der Koordinatorin des Satellitenprogramms unterstützt. Das Finnland-Institut hat für das Satellitenprogramm vom Ministerium für Bildung und Kultur insgesamt 287 000 Euro als gesonderte Förderung erhalten (Backman 2015a: 48–50). Die sonstige Finanzierung des Satellitenprogramms kam hauptsächlich von deutschen Kooperationspartnern, die für 90 Prozent der Programmkosten aufkamen, und von einigen finnischen Stiftungen (Backman 2015a: 49; Saukkonen/Sivonen 2015: 22). Zusätzlich haben andere Kooperationspartner und Verlage mit eigener Finanzierung am Projekt teilgenommen.

## 5.2 Finnlands Strategie und Zielsetzungen für das Ehrengastjahr<sup>39</sup>

Die Planung des finnischen Ehrengastprojekts basierte auf der Zusammenarbeit zwischen Institutionen und Organisationen, die sowohl in Finnland als auch in Deutschland tätig sind. Auf Basis der Vorstudie aus dem Jahr 2007 wurde die

---

<sup>38</sup> Unternehmenssponsoren: Stora Enso, Artek, LähiTapiola, Sinituote/Lundia.

<sup>39</sup> S. Anhang 1: Die Strategie des finnischen Ehrengastprojekts.

Strategie für das Ehrengastjahr 2014 in der Kooperationsgruppe geschaffen. In der Planung wurde davon ausgegangen, dass in der strategischen Zielsetzung die Themen Literatur, Lesen, Leseland Finnland, die Bedeutung der Lesefertigkeit, die Geschichte und Kultur des Lesens und der Übersetzung, finnische Bibliotheken und deren Stellung in der Gesellschaft, Pisa sowie die Vielseitigkeit der Sprache und der Literatur beachtet werden sollten (Protokoll 6/2011). Literatur und Bibliotheken spielen in der finnischen Gesellschaft eine zentrale Rolle, die auch im Bildungssektor zu sehen ist. Der hohe Nutzungsgrad der Bibliotheken und die Gleichwertigkeit der Ausbildungsmöglichkeiten korrelieren mit der hohen Lesefertigkeit der Finnen (vgl. Kulttuurirahasto 2013; Hietanen 2014). Gerade dieses Image von einem Leseland wollten die Organisatoren im Ehrengastjahr betonen.

In der Planung des Ehrengastauftrittes wurden drei für die Strategie zentrale Punkte hervorgehoben. Als erster Punkt und als Kern der Strategie wurde der Rechtehandel genannt. Es wurde betont, dass die Buchmesse ein Fachereignis sei und dass die Arbeit im Bereich Rechtehandel bereits in dieser Phase begonnen hatte (Protokoll 8/2011). Die Rolle der Übersetzer und der Fokus auf die Literatur sollten in der Strategie sichtbar sein. Dies wurde auch damit begründet, dass vorherige Ehrengäste mit einer starken gesellschaftlichen Botschaft eine Gegenreaktion verursacht hatten.

Auf den Rechtehandel folgte nach dem Protokoll (8/2011) der Kooperationsgruppe die sogenannte „Story von Finnland“, die auf die finnische Gesellschaft, Lernkonzepte und Kultur hinwies. Durch die finnischen Erfolgsgeschichten z. B. im Bereich Ausbildung sollte das deutsche Publikum genau das Finnland finden, das es interessiert (ebd). Als dritter Punkt der strategischen Planung wurde die Bekanntheit der Kultur genannt (Protokoll 8/2011). Damit wurde der Rahmen für das offizielle Kulturprogramm in Frankfurt und für das Programm der sogenannten Fringe-Akteure, also z. B. für das Satellitenprogramm, geschaffen (8/2011).

Im Mittelpunkt des Ehrengastprojekts standen nach der endgültigen Strategie die finnische Literatur und der Rechtehandel sowie das Lesen und das Knowhow im Bereich der Ausbildung. Hinter dem Konzept stand die Vision, dass finnische Literatur auch international nachhaltig gelesen und verkauft werden könnte. Neben der Literatur wurde die Kompetenz in den Bereichen Ausbildung und Lehrmaterialien betont. Die Ziele des Ehrengastprojekts wurden in der Strategie in folgender Weise formuliert: „Dauerhafter Anstieg der Verkäufe der Übersetzungsrechte“ und „die Vernetzung von Kunst- und Kulturinstitutionen hat sich intensiviert, und das zusätzliche Kulturprogramm hat die Bekanntheit

Finnlands erhöht“ (FILI 2012a). Darüber hinaus wurde mit einem Zuwachs im internationalen Rechtehandel gerechnet. In der Strategie wurde in Deutschland auf ca. 200 veröffentlichte Übersetzungen im Ehrengastjahr und auf jährlich 70 Titel nach dem Auftritt gezielt. Durch das Kulturprogramm wurden eine professionelle Vernetzung, eine vielseitige Mediensichtbarkeit und eine neuartige Bekanntheit des Landes als Kultur- und Reiseland erwartet. Das Ziel der ca. 200 veröffentlichten Übersetzungen im Ehrengastjahr wurde während des Projekts auf ca. 120 Titel reduziert.<sup>40</sup> (FILI 2012a)

Für das Projekt wurden in der Strategie folgende Schwerpunkte aufgelistet: 1. „Der Verkauf von Übersetzungsrechten und Lernkonzepten“<sup>41</sup>, 2. „die Vermarktung finnischer Autoren“, 3. „wachsende Bekanntheit der finnischen Kultur“, 4. „Zusammenarbeit von Kunst- und Kulturinstitutionen“, 5. „weiteres Kulturprogramm im deutschsprachigen Europa“, 6. „Kommunikation des Projekts in Finnland“, 7. „Konzept der Strategie und Slogan: Finnland.Cool.“ (FILI 2012a). Die zwei ersten Schwerpunkte waren stark auf den Literaturexport konzentriert. Cheflektoren, Agenten und Übersetzer hatten auf Grund ihrer Position hier eine Schlüsselrolle (FILI 2012a). Für Autoren wurde der Ehrengastauftritt als eine Marketingmöglichkeit gesehen. Die Punkte drei, vier und fünf fokussierten auf die Präsentation der finnischen Kultur auf der Buchmesse, auf Kooperationsprojekte der Kunst- und Kulturinstitutionen in Frankfurt und im ganzen deutschsprachigen Raum sowie auf die wachsende Bekanntheit Finnlands u. a. durch die Medienaufmerksamkeit. Die Akteure der Kulturbranche und deren Netzwerke spielten dabei eine wichtige Rolle. Die zwei letzten Schwerpunkte der Strategie erklärten, dass die Kommunikation des Projekts „offen und teilnehmend“ ist und dass Finnland.Cool. „in seiner Stimmung klar, andere respektierend, zuverlässig und humorvoll“ ist (FILI 2012a).

In der Strategie wurde betont, dass mit dem Projekt versucht würde, ein Finnland-Image zu bilden, in dem das „Finnische“ durch das „Jedermannsrecht auf Lesen und Bildung“ gemessen wird (FILI 2012a). Zusammenfassend zielte die strategische Planung des Projekts auf eine vielseitige Präsentation der finnischen Literatur, Lernkonzepte und Kultur. Es wurde davon ausgegangen, dass ein Projekt wie dieses für den finnischen Literatur- und Kulturexport und den Export finnischer Lernkonzepte neue Wege schaffen sowie für das Land und

---

<sup>40</sup> In der deutschsprachigen Strategie ist von 200 Titeln die Rede. Die finnischsprachige Strategie nennt keine genauen Zahlen. Es ist von über 100 Titeln die Rede.

<sup>41</sup> In der deutschen Fassung steht „Verkauf von Übersetzungsrechten“ in der finnischen „Käännösoikeuksien ja oppimisratkaisujen myynti“, dt. „Verkauf von Übersetzungsrechten und Lernkonzepten“.

die Tourismusbranche eine neuartige Sichtbarkeit ermöglichen würde. Bereits bei der Schwerpunktsetzung und bei der Planung der Strategie wurde der Doppelcharakter des Projektziels sichtbar.

Die strategische Planung des Ehrengastprojekts wurde für die Jahre 2012–2014 in drei Phasen geteilt. In der ersten Phase in den Jahren 2012–2013 wurden die Kooperationspartner für die verschiedenen Bereiche gesucht und die Planung des Programms im Bereich Lesen, Übersetzung, Ausbildung und Kommunikation in Gang gesetzt. Die zentralen Akteure des Literatur- und Kulturbereichs in Frankfurt sollten ins Projekt eingebunden werden. Genauso sollten die finnischen Akteure im Bereich Literatur und Kultur die Zusammenarbeit mit den deutschen Institutionen intensivieren. Auch die Planung des Satellitenprogramms wurde in der Strategie des Gesamtprojekts für die Jahre 2012–2014 geplant.

Die zweite Phase in der Strategie betraf das Ehrengastjahr 2014. Für das Jahr 2014 sollte der Fokus laut der Strategie auf den deutschen Buchmarkt und auf den Handel sowie auf Marketing der Lernkonzepte gerichtet sein. Als dritte Phase nannte die Strategie die Arbeit auf den anderen ausländischen Buchmärkten im Ehrengastjahr und auch danach. Nach dem Messeauftritt sollte die internationale Arbeit im Bereich des Marketings weitergehen, um die Wirkungen des Ehrengastjahres auch auf anderen internationalen Buchmessen und Buchmärkten, auch außerhalb Europas, sichtbar zu machen. Das Jahr 2015 wurde für die Evaluation vorgesehen. (FILI 2012a)

Da die organisatorische Arbeit des Projekts gewissermaßen auf zwei Ebenen stattfand, hatten die beiden Ebenen auch jeweils eigene Strategien. Die Strategie des Finnland-Instituts für das Satellitenprogramm wurde unter den Bedingungen der Strategie des Gesamtprojekts geplant. Die Zielsetzung des Satellitenprogramms hat vor allem mit den Schwerpunkten vier, fünf und sechs der Strategie des Gesamtprojekts zu tun. In der Strategie des Satellitenprogramms wurden zwei Hauptziele genannt: „1. Förderung der Kooperation zwischen Akteuren aus Finnland und den Ländern im deutschsprachigen Europa auf dem Gebiet von Kultur und Wissenschaft“ und „2. Schaffen von Netzwerken sowie Beratung von Akteuren in Finnland und im deutschsprachigen Europa“ (F-I 2012). Als Kernthema des Satellitenprogramms wurde in der Strategie „Lesen“ genannt, das durch *Alltag*, *Spaß* und *für alle* definiert war. Mit den thematischen Schwerpunkten unterstützte die Strategie des Satellitenprogramms die Ziele und das Kernkonzept des Gesamtprojekts.

Die Strategie des gesamten Ehrengastprojekts betonte die Wichtigkeit der Netzwerke zwischen dem Organisator FILI, der Frankfurter Buchmesse und den

einzelnen Institutionen und Akteuren sowohl in Finnland als auch in Deutschland. Zusätzlich wurde in der Strategie die Zusammenarbeit von FILI, dem Finnland-Institut und der Botschaft von Finnland im Bereich des Satelliten-Programms genannt, wie auch die Unternehmenszusammenarbeit, bei der die Deutsch-Finnische Handelskammer eine zentrale Rolle spielte. Bei der Zusammenarbeit mit dem Universitätssektor wurde die Aalto Universität hervorgehoben (FILI 2012a). Die Idee des Satelliten-Programms des Finnland-Instituts war es, die deutschen Akteure in das Projekt mit einzubeziehen (F-I 2012).

## 5.3 Die Umsetzung der Strategie, das Konzept und die Vermittlung

### 5.3.1 Vorbereitende Maßnahmen

Die Arbeit im Bereich der für das Ehrengastprojekt gesetzten Ziele begann bereits einige Jahre vor dem tatsächlichen Auftritt. Die vorbereitenden Maßnahmen fokussierten auf den deutschen Buchmarkt, vor allem auf die Kontaktknüpfung mit dem deutschen Verlagswesen. Das erste Projekt, das den Auftritt im Blick hatte, war das im Jahr 2010 organisierte „Kaksinkertainen–Dubbelt–Doppelt“-Projekt mit elf deutschen Literaturhäusern (s. Literaturhaus München 2010; FILI 2015: 2). Ein zweites Projekt, das direkt auf das Ehrengastjahr zielte, war eine Investition in die Übersetzungen der finnlandschwedischen Literatur. Mit der Förderung der Schwedischen Kulturstiftung in Finnland (schw. Svenska Kulturfonden) wurde das Projekt „Finnlandschwedische Literatur in die Welt“ 2010–2014 durchgeführt. Das Ziel war es sicherzustellen, dass finnlandschwedische Literatur im Ehrengastjahr einen sichtbaren Teil des Programms und der ins Deutsche übersetzten Titel ausmachen sollte (FILI 2015: 2f).

Ein besonderer Teil des Ehrengastprojekts war die Ausbildung der Übersetzer. Der Fokus der Übersetzerausbildung lag auf der deutschen Sprache. In den Jahren 2009–2013 nahmen Übersetzer mit der Zielsprache Deutsch insgesamt 52 Mal an den Übersetzungsausbildungen von FILI teil. Auch andere Sprachregionen wurden in der Ausbildung berücksichtigt. Ein Beispiel der Ausbildung ist die internationale Übersetzerkonferenz „Kääntäjän sana – Översättarens Ord“ (dt. „Das Wort des Übersetzers“). An dem Seminar haben 120 Übersetzer aus 32 Sprachregionen teilgenommen. Insgesamt hatten die Übersetzerveranstaltungen von FILI bis Oktober 2013 über 500 Teilnehmer (Protokoll 9/2013). Als Übersetzungsförderung für Titel, die 2013–2014

veröffentlicht wurden, gab FILI insgesamt 222 520 Euro aus. (FILI 2015: 9; FILI 2012b)

In den Jahren 2010–2014 organisierte FILI im Rahmen des Ehrengastprojekts für ausländische Verlage sogenannte Editors' Week-Besuche. Bei einem Besuch war Deutschland der Fokus, die anderen waren für alle Sprachregionen offen. Insgesamt nahmen 100 ausländische Verleger an den Veranstaltungen teil. Zusätzlich wurden für finnische Verleger, Autoren, Übersetzer und andere Akteure aus dem Verlagswesen vor der Buchmesse elf Diskussionsveranstaltungen organisiert (FILI 2015: 3f).

Das Satellitenprogramm des Finnland-Instituts wurde von Anfang an zusammen mit den deutschen Partnern durchgeführt. Die Inhalte des Programms wurden in Ideenworkshops geschaffen, wodurch nur das verwirklicht wurde, was tatsächlich auf der lokalen Ebene in Deutschland, in der Schweiz und in Österreich Nachfrage hatte. Insgesamt organisierte das Finnland-Institut 2012–2013 acht Ideenworkshops. Die Teilnehmer kamen sowohl aus Deutschland als auch aus Finnland. Damit basierte das Programm von Anfang an auf der Kooperation zwischen Deutschland und Finnland. Die Ideenworkshops wurden in Bonn/Köln, Münster/Westfalen, Fellbach, Karlsruhe, Stuttgart, Berlin, München, Hamburg, Wien und in der Schweiz in Zofingen organisiert. Nach den Workshops hatte jede Region eine Kontaktperson. Für alle Partner des Satellitenprogramms wurde noch vor dem Beginn des Satellitenprogramms im Finnland-Institut in Berlin eine Kick-off-Veranstaltung organisiert. (Backman 2015a: 19–22)

Als zentrale Maßnahme bereits vor dem Ehrengastjahr kann auch das Internetportal des Satellitenprogramms genannt werden. Das Portal war eine interaktive Plattform, auf der sowohl deutsche als auch finnische Akteure bereits im Vorfeld der Buchmesse am Satellitenprogramm und dessen Planung teilnehmen konnten. Die Kooperationspartner waren Museen, Städte, Festivals, Informationszentren, Bildungseinrichtungen, Ministerien, Konzerthäuser, Stiftungen, Vereine, KünstlerInnen und ExpertInnen aus unterschiedlichen Branchen. Insgesamt hatte das Satellitenprogramm 90 Kooperationspartner aus 80 Orten in Deutschland, Österreich und in der Schweiz (Backman 2015b). Auch FILI hat für das Ehrengastprojekt eine Internetseite eröffnet, die die wichtigsten Informationen über das Projekt und seinen Verlauf schon vor dem Messeauftritt vorstellte. Bereits die den Ehrengastauftritt vorbereitenden Projekte wiesen einen deutlichen Bezug des Projekts auf den deutschen Sprachraum auf.

### 5.3.2 Die Selektion der Autoren

*Damit finnische Literatur eines Tages von einer ähnlichen Bekanntheit profitieren kann und im Ausland in gleichen Mengen publiziert werden kann wie die sonstige nordische Literatur, müsste Finnland einen klaren Vorteil finden, den die Vergleichsgruppe nicht hat. (Tapaninen 2007: 5)<sup>42</sup>*

Dieses Zitat stammt aus der Vorstudie, die im Jahr 2007 im Hinblick auf den möglichen Buchmesseauftritt des Jahres 2011 durchgeführt wurde. Mit dem Ehrengastauftritt auf der Frankfurter Buchmesse wollte FILI die Basis für einen nachhaltigen und langfristigen Literaturexport legen. Für den Ehrengastauftritt im Jahr 2014 lagen die Ziele in erster Linie auf dem Literaturexport. Literaturexport hat immer mit Ein- und Ausschließen von Büchern und Autoren in den Vermittlungsprozessen zu tun. Nur gewisse Bücher eines Verlags werden für den Export ausgewählt, und nur ein Teil davon weckt tatsächlich das Interesse des ausländischen Verlegers. Diese Prinzipien gelten auch für das literarische Programm des Ehrengastes.

Die grundlegenden Ziele, die mit dem literarischen Programm erreicht werden sollten, wurden mit zwei Hauptpunkten formuliert:

1. *Die Kontakte mit den deutschen Verlagen und Programmleitern im Hinblick auf die Zukunft zu verstärken: eine neue und langfristige Basis für die Zusammenarbeit zu schaffen, damit finnische Autoren immer mehr auf den hochwertigen Veranstaltungen im deutschsprachigen Europa präsent sind.*
2. *Für das Publikum einzigartige, gesonderte „COOL“-Programme anzubieten, die die Einzigartigkeit, die Lesefreude und die Unvermeidlichkeit für alle überall widerspiegeln. (Antas/Strandén 2013)<sup>43</sup>*

Die Arbeit im Bereich des Literaturexports für die Buchmesse begann bereits 2010. Als Ausgangspunkt für den Literaturexport sah FILI die Zusammenarbeit mit ausländischen, vor allem deutschen, Verlagen. Darüber hinaus planten die

---

<sup>42</sup> „Jotta suomalainen kirjallisuus voisi jon(a)kin päivänä nauttia samanlaisesta tunnettuudesta ja tulla julkaistuksi ulkomailla samassa mitassa kuin muu pohjoismainen kirjallisuus, Suomen olisi löydettävä jokin selkeä etu, jota vertailuryhmällä ei ole.“ (Tapaninen 2007: 5)

<sup>43</sup> „1. vahvistaa suhteita saksalaisiin kustantamoihin ja ohjelmajärjestäjiin tulevaisuutta ajatellen: luoda uutta ja pitkäjänteistä yhteistyöpohjaa, jotta suomalaisia kirjailijoita näkyisi yhä enemmän laadukkaissa tapahtumissa ympäri saksankielisen Euroopan. 2. tarjota yleisölle uniikkeja, yksittäisiä ”COOL”-ohjelmia, jotka ilmentävät suomalaisen kirjallisuuden omalaatuisuutta, lukemisen iloa ja välttämättömyyttä, kaikille kaikkialla.“ (Antas/Strandén 2013)

Organisatoren für deutsche Literaturakteure, u. a. Cheflektoren, vor der Buchmesse jährlich einige Finnland-Besuche, um die finnische Literatur im Allgemeinen bekannt zu machen. Bereits in der frühen Phase wurde klar, dass die Rolle der Übersetzer für den Literaturexport im Rahmen des Ehrengastprojekts zentral ist. Um die Übersetzungsarbeit zu unterstützen, wurde, wie im vorherigen Kapitel beschrieben, in die Weiterbildung der Übersetzer und in die Stärkung der Übersetzernetzwerke investiert. (Antas/Strandén 2013)

Das literarische Programm, also die Autoren, die auf der Buchmesse z. B. bei Lesungen ihre Werke präsentierten, wurde im Hinblick auf den deutschen Buchmarkt zusammengestellt. Die Verfügbarkeit der Bücher in den deutschen Buchhandlungen und damit die deutschsprachige Übersetzung spielten dabei eine große Rolle. Folgende Kriterien wurden für die Auswahl der Autoren festgelegt:

1. *Vom Autor wird eine deutschsprachige Übersetzung innerhalb des Jahres publiziert und er/sie hat einen deutschen Verleger, der sich an der Programmplanung und den Kosten beteiligt (die Neuauflagen der früheren Übersetzungen werden berücksichtigt) oder*
2. *Der Autor gehört zu einem Projekt, das eine eigene Finanzierung und lokale Partner hat.*
3. *Gesamtheit: Das Literaturprogramm des Jahres 2014 bringt unterschiedliche Gattungen, Erscheinungsformen der Literatur und Sprachgruppen gleichwertig und vielseitig hervor.<sup>44</sup> (FILI 2014c)*

Insgesamt nahmen nach Angaben von FILI 48 Autoren, die in deutscher Sprache verlegt wurden, am Messeprogramm teil (Pressemappe 6/2014). Zusätzlich gab es Sonderprojekte, an denen weitere zwölf Autoren und Wissenschaftler teilnahmen. Dazu zählten noch drei Autoren, die als Deutsch-Finnisch kategorisiert wurden (Pressemappe 6/2014). Finnische Literatur und Autoren wurden auch in vier literarischen Projekten vorgestellt. Dazu gehörte die „Schweiß und Poesie“-Tour des Goethe-Instituts, die die finnische Sauna-

---

<sup>44</sup> „1. kirjailijalta ilmestyy saksankielinen käännös tänä vuonna ja hänellä on saksalainen kustantamo, joka osallistuu ohjelmasuunnitteluun ja kustannuksiin (aiemmin saksannettujen kirjojen uusintapainokset otetaan huomioon) tai

2. kirjailija on mukana hankkeessa jolla on oma rahoitus ja paikallisia partnereita

3. kokonaisuus: vuoden 2014 kirjallisuusohjelma tuo esiin eri kirjallisuuslajit, kirjallisuuden ilmenemismuodot ja kieliryhmät tasapuolisesti ja monimuotoisesti.“ (FILI 2014c)

Tradition mit zeitgenössischer Poesie verband, die „Kompositio-Produktion“, die finnische Literatur auf der Bühne in Theaterform mit zehn zeitgenössischen Autoren präsentierte, und ein besonderer Fokus auf die finnische Comic-Szene in Form von „Graphic Novels“.

Die Kriterien für die eingeladenen Autoren bestimmten die Auswahl und zielten eindeutig auf den deutschen Buchmarkt. Laut FILI haben die deutschen Verleger zum größten Teil die in Frankfurt vorgestellten Autoren ausgesucht, da nur die Autoren präsentiert wurden, die innerhalb des Jahres auf Deutsch verlegt wurden (FILI 2014c). Das Kriterium, dass eine neue, im Ehrengastjahr veröffentlichte deutsche Übersetzung vorhanden sein muss, wurde von FILI gesetzt (vgl. Protokoll 9/2013). Auch diese Bestimmung bevorzugte den deutschen Sprachraum als Ziel des Literaturexports. Als der Plan für das Literaturprogramm in der Kooperationsgruppe vorgestellt wurde, wurde eine existierende deutsche Übersetzung besonders betont (Protokoll 9/2013). Weiter wurde festgelegt, dass nicht alle Autoren, die nach Frankfurt kommen, auf dem Messegelände präsentiert würden (ebd.).

Zunächst wird hier auf die Auswahl der im Buchmesseprogramm präsentierten Autoren eingegangen. Die 48 Autoren wurden nach den Gattungen ihrer Werke in Belletristik (24), Kinder- und Jugendliteratur (6), Krimis (6), Comics (4), Sachbuch (4), die sogenannte „Finnish Weird“ und Fantasy (3) und Poesie (1) eingeteilt. Das wichtigste Kriterium für die eingeladenen Autoren war eine deutschsprachige Übersetzung innerhalb des Ehrengastjahres. Der Autor und Künstler M.A. Numminen war hier eine Ausnahme, wobei er mit seinen Tangoaufführungen thematisch zum Programm passte. Die Künstlerin und Autorin Rosa Liksom wurde als Künstlerin eingeladen. Sie gehörte also zu den Autoren, die an Sonderprojekten teilgenommen hatten, und stand daher nicht auf der Liste der eingeladenen Autoren, obwohl ihr Buch „Abteil Nr. 6“ für die Buchmesse übersetzt wurde. Die weiteren Autoren, die an den Sonderprojekten teilgenommen hatten, repräsentierten Belletristik, Sachbücher und Poesie. Die genauen Autorenaufstellungen unterscheiden sich auch etwas voneinander, vor allem was Comics und Poesie betrifft, da Comics sowohl zu Literatur als auch zu Kunst gezählt wurden und Poesie-Veranstaltungen auch außerhalb der Messe stattfanden. Ein Buch im Bereich Fantasy war eine Koproduktion zweier Autoren. (FILI 2014d)

In der Literaturexportstrategie Finnlands aus dem Jahr 2007 wurde ein besonderer Fokus auf den Export von Kinder- und Jugendliteratur und Comics gerichtet (FILI 2007). Diese Linie ist auch in der Auswahl der Autoren und Bücher zur Buchmesse zu sehen. Der Reprodukt-Verlag veröffentlichte 2014

einen finnischen Comic Atlas auf Deutsch im Hinblick auf die Frankfurter Buchmesse. Auch Kinder- und Jugendliteratur hat in der Auswahl der Autoren und Bücher einen bedeutenden Platz eingenommen, was im Falle des deutschen Buchmarkts auch begründet ist. U. a. haben die Ella-Bücher von Timo Parvela schon länger ein großes Interesse auf dem deutschen Buchmarkt geweckt. Autoren wie Salla Simukka oder Seita Vuorela<sup>45</sup> haben in den letzten Jahren auch international Anerkennung bekommen.

Was die Auswahl der Belletristik betrifft, sieht man deutlich, dass junge, zeitgenössische Autoren hervorgehoben wurden. Mehrere Autoren wurden zum ersten Mal in deutscher Sprache verlegt wie z. B. Johanna Holmström, Philip Teir, Juha Itkonen oder Mooses Mentula. Viele waren auch auf dem finnischen Markt Debütanten. Dies lässt sich teilweise mit dem internationalen Erfolg von Sofi Oksanen und einigen anderen jungen Autorinnen und Autoren erklären, da durch ihren Erfolg das Interesse an junger finnischer Literatur im Allgemeinen geweckt wurde. Autoren wie Katja Kettu oder Riikka Pulkkinen gehören neben Oksanen zu den meist übersetzten Romanautorinnen der letzten Jahre. Die Werke von Katja Kettu, Rosa Liksom, Sofi Oksanen und Kjell Westö haben auch thematisch einen Zusammenhang. Alle behandeln in irgendeiner Weise die Weltkriege oder deren Folgen. Darüber hinaus reflektieren diese Bücher auch die Beziehung zwischen Finnland bzw. Estland und Deutschland oder Finnland und Russland, was durch die politische Situation Europas in Finnlands Messejahr ein besonderes Interesse hervorrief. Neben den jungen Autoren gehörten zur Auswahl auch einige bereits länger auf dem deutschen Buchmarkt bekannte Autoren wie Kjell Westö.

„Mit Finnland erwarten wir eine reiche europäische Literatur, die sich in erster Linie in zwei Sprachen, Finnisch und Schwedisch, ausdrückt, und die in der internationalen Verlagswelt mehr Beachtung verdient“, stellte Jürgen Boos, Leiter der Buchmesse, nach Finnlands Wahl zum Ehrengast fest (Buchreport 2009). Die Idee, die vielsprachige und vielstimmige finnische Literatur zu präsentieren, war u. a. im großen Anteil der schwedischsprachigen Autoren und der einen samischen Autorin zu sehen, die Teil des Messeprogramms waren. Von den Klassikern der finnischen Literatur hatten Tove Jansson und ihre Mumins eindeutig die größte Sichtbarkeit im Programm bekommen, jedoch eher indirekt durch Interviews oder durch die Vorstellung des Sachbuches *Tove Jansson – Die Biographie* (2014) von Tuula Karjalainen.

---

<sup>45</sup> Seita Vuorela (1971–2015) starb kurz nach der Buchmesse.

Insgesamt haben ca. 60 deutsche Verlage im Ehrengastjahr finnische Literatur veröffentlicht (Facts&Figures 2014). 130 Neuerscheinungen wurden nach Angaben von FILI auf Deutsch publiziert (Pressemappe 6/2014). Durch das Förderprogramm für Übersetzungen aus dem Ehrengastland wurden Übersetzungen der finnischen Literatur vor der Buchmesse insgesamt mit 750 000 Euro unterstützt (Facts&Figures 2014). Das Förderprogramm wird vom jeweiligen Gastland finanziert und durchgeführt. Im Jahr 2014 wurde nach den Angaben der Frankfurter Buchmesse im Rahmen des Übersetzungsförderungsprogramms des Ehrengastes insgesamt 230 Übersetzungen unterstützt. Darunter waren 41 deutsche Titel (Facts&Figures 2014). Im Vergleich zu den vorherigen Gastländern ist die Anzahl der Titel durchschnittlich (Facts&Figures 2010–2014).

Die Auswahl der Bücher und Autoren für die Buchmesse spiegelt den Selektionsprozess des Kulturtransfers wider. Einige Bücher und Autoren werden auch ausgeschlossen. Die Kriterien der Auswahl wurden daher auch kritisiert. Viele in Finnland erfolgreiche Autoren wurden ausgeschlossen, weil sie während des Ehrengastjahres keine deutschsprachige Übersetzung publizierten.

*Wir haben die Autoren nicht ausgewählt, keiner hat das getan, sondern es ist so passiert, dass wir deutsche Verleger seit 2011 (...) nach Finnland eingeladen haben, um finnische Verleger zu treffen. Sie machen dann untereinander Verlagsverträge, kaufen Rechte und übersetzen Bücher. Das heißt also, dass die Bücher ausgewählt wurden, die die deutschen Verleger kaufen wollten,*

fasste Tiia Strandén von FILI für die Zeitung *Helsingin Sanomat* zusammen (Lehmusvesi 2014b).<sup>46</sup> „Es lohnt sich nicht, auf der Buchmesse Bücher vorzustellen, von denen keine deutsche Übersetzung vorhanden ist, weil sie nirgendwo sichtbar sein werden“, ergänzte Strandén in der Zeitung *Helsingin Sanomat* (ebd.). In Finnland angesehene Namen und Bestseller wie Arto Paasilinna, Ilkka Remes, Jari Tervo, Antti Tuuri, Kari Hotakainen, Märta Tikkanen oder z. B. Kaari Utrio, von denen einige bereits auch eine feste Leserschaft in Deutschland haben, wurden auf der Buchmesse nicht präsentiert.

Die Organisatoren haben in der Auswahl die Nachfrage des deutschen Buchmarkts und die Zusammenarbeit mit dem deutschen Verlagswesen betont,

---

<sup>46</sup> „Me ei olla valittu kirjailijoita, kukaan ei ole niitä valinnut, vaan se on tapahtunut sillä tavalla, että me olemme kutsuneet saksalaisia kustantajia Suomeen vuodesta 2011 (...) tapaamaan suomalaisia kustantajia. He keskenään tekevät kustannussopimuksia, ostavat oikeuksia ja kääntävät kirjoja. Ne on valikoitunut, joita saksalaiset kustantajat ovat halunneet ostaa itselleen.“ (Lehmusvesi 2014b)

wofür die deutsche Übersetzung des Buches erstrangig war. Gleichzeitig wurde aber festgestellt, dass die Frankfurter Buchmesse ein internationaler Handelsplatz ist, auf dem Rechte in die ganze Welt verkauft werden. Um zu wissen, was exportiert werden sollte, musste klar sein, um welchen Absatzmarkt es beim Export geht. Im Falle Finnlands kann angesichts der Auswahlkriterien die Frage gestellt werden, ob das Ziel des Exports lediglich der deutsche Buchmarkt war. Die Frankfurter Buchmesse und das Ehrengastkonzept stärkt die Position des deutschen Buchmarkts. Die Organisatoren übergaben ihre Benennungsmacht teilweise an das deutsche Verlagswesen weiter – indem etwa die Auswahl in enger Kooperation mit dem deutschen Verlagswesen getroffen wurde. Das Auswahlkriterium Finnlands konnte vor allem deshalb kritisiert werden, weil Autoren, die z. B. kurz vor dem tatsächlichen Messejahr ein Werk in Deutschland veröffentlicht hatten, ausgeschlossen wurden. Der deutsche Buchmarkt und das deutsche Zielpublikum scheinen bei den Ehrengastauftritten eine wichtigere Rolle zu spielen als die Internationalität der Buchmesse. Aus den Protokollen der Kooperationsgruppe wurde klar, dass die Organisatoren auch etwas Kritik, aber vor allem eine Diskussion über die Kriterien erwarteten und sich darauf vorbereitet hatten, für diese Kriterien in der Öffentlichkeit zu sprechen (Protokoll 9/2013; vgl. Petäjä 2014b).

### 5.3.3 Slogan, Ehrengastpavillon und die äußere Erscheinung

Grundlegend in der Verwirklichung der Strategie sind der Slogan, die Hauptthemen und die äußere Erscheinung. Der Slogan „Finnland.Cool.“ kann als eine Art von Richtungsgeber für das ganze Projekt gesehen werden.<sup>47</sup> „Finnland.Cool.“ bildet den Rahmen, wodurch die einzelnen Themen und Gegenstände während des Ehrengastjahres präsentiert wurden. Den ausgewählten Slogan hat der deutsch-finnische Autor Roman Schatz entwickelt. Er hat das Konzept in folgender Weise beschrieben:

*Finnland hat seine heutige Größe nicht durch militärische Macht oder ökonomische Potenz erreicht, sondern allein durch seine Kultur, in der Lesen und Bildung die Hauptrollen spielen. Das allercoolste an Finnland sind die Geschichten, die wir im kommenden Jahr erzählen werden. (Schatz 2013 zit. nach finnland.de 2013)*

Der Begriff „Cool“ hat bereits eine längere Geschichte im Bereich des Kulturexports. Ein Beispiel ist der Slogan „Cool Japan“, das im Bereich der japanischen Populärkultur und deren Export zu Beginn des 21. Jahrhunderts

---

<sup>47</sup> Zur Bedeutung und Funktion von Slogans s. u. a.: Fuchs (2011).

benutzt wurde. Ein früheres Beispiel stammt aus den 1990ern, als „Cool Britannia“ zum Konzept der Populärkultur entwickelt wurde und seither als Warenzeichen benutzt wird.<sup>48</sup> „Cool“ als umgangssprachlicher Begriff hat sich in vielen Sprachen etabliert, womit man begründen könnte, dass er auch für dieses internationale Kulturexportprojekt brauchbar war. Der Begriff ruft jedoch in verschiedenen Sprachen unterschiedliche Assoziationen hervor.<sup>49</sup> Nach der Strategie des Ehrengastprojekts bedeutet das Adjektiv „cool“ „kühl, passend, ruhig, raffiniert und prima“ (FILI 2012). Aus den Protokollen der Kooperationsgruppe geht hervor, dass auch andere Slogans diskutiert wurden (Protokolle 11/2011; 2/2012). Neben „Finnland.Cool.“ war z. B. von „Zukunft Lesen“ und „Finnland.Natürlich.“ die Rede. Der Slogan „Finnland.Cool.“ wurde jedoch als umwandlungsfähig betrachtet und bekam in der Kooperationsgruppe die größte Unterstützung (Protokoll 2/2012).

Während der Planungsphase kam die Frage auf, ob Literatur unter diesem Slogan präsent genug wird oder ob es eher um das Branding des Landes geht (Protokoll 2/2012). In der Kooperationsgruppe wurde auch festgestellt, dass es im Ehrengastprojekt nicht nur um Literatur geht (ebd.). Weiter wurde hervorgehoben, dass der Slogan international funktionieren muss (Protokoll 2/2012). Die Idee und das Konzept hinter dem Slogan ist es, Finnland einerseits als humorvolles, modernes, schickes und kompetentes Land zu präsentieren, andererseits aber auch als ein Land, das zuverlässig ist und andere respektiert (FILI 2012). Mit dem Slogan „möchten wir nicht nur den Aspekt des Nordischen übermitteln, sondern auch den coolen Charakter Finnlands: Bei uns gehen literarische Klassiker und moderne Technologie Hand in Hand. Auch die Literatur geht mit der Zeit und ist cool!“, erklärten die Organisatoren (Finnland.Cool. 2014a).

Auf der Grundlage des Slogans wurden das Logo, die äußere Erscheinung und der Ehrengastpavillon geplant. Passend zu einigen Konnotationen des Begriffs „Cool“ war der Pavillon schneeweiß mit einem glänzenden weißen Boden (s. Abbildung 5). Mit dem Logo sollte laut den Organisatoren die entspannte Atmosphäre des Auftritts sowie die Vielseitigkeit und Wichtigkeit der Sprache in

---

<sup>48</sup> S. dazu u. a. Valaskivi (2013).

<sup>49</sup> Auskunft darüber, wie „Cool“ im deutschen Sprachgebrauch verstanden wird gibt die Beschreibung des DUW (2015). Nach DUW (2015) hat der Begriff in der deutschen Sprache vier unterschiedliche Bedeutungen: „1. [stets] die Ruhe bewahrend, keine Angst habend, nicht nervös [werdend], sich nicht aus der Fassung bringen lassend; kühl u. lässig, gelassen (...) 2. keine Gefahren bergend, risikolos, sicher (...) 3. keinen, kaum Anlass zur Klage gebend, durchaus annehmbar, in Ordnung (...) 4. In hohem Maße gefallend, der Idealvorstellung entsprechend“.

der finnischen Gesellschaft vermittelt werden (s. Abbildung 5). (Protokoll 6/2012)



**Abbildung 5.** Pavillon und Logo (FILI 2014b)

Zum ersten Mal in der Geschichte der Buchmesse wurde der Messepavillon von Studierenden entworfen, womit auch eines der Kernthemen des finnischen Auftritts, Lernen und Ausbildung, hervorgehoben wurde (Pressemappe 6/2014; Newsletter 6/2014). Der Pavillon war das Zentrum des finnischen Auftritts auf dem Messegelände. Als Inspiration für den Pavillon dienten „die finnische Winterlandschaft mit Eis und Schnee sowie die Ruhe und Reinheit Finnlands“ (Pressemappe 10/2014). Zwei von den sechs runden Zylindern wurden während der Buchmesse zu Bühnen, auf denen u. a. Lesungen und Diskussionen stattfanden. Drei Zylinder präsentierten interaktive Ausstellungen und Installationen, die dem Messebesucher finnlandschwedische Illustratoren und Animatoren präsentierten (BY), Technologie und Poesie miteinander verbanden (Brain Poetry) und finnische Poesie und Kurzgeschichten vorstellten (Recollected Writings). Einer der Zylinder präsentierte die von der Buchmesse organisierte Books-on-Finland-Ausstellung. Über 900 Titel in verschiedenen Sprachen wurden den Besuchern am äußeren Rand des Zylinders für die Besucher zur Verfügung gestellt. „Für jeden erreichbar und nutzbar“, wie die Bibliotheken in Finnland, wurde die Ausstellung von den Designern beschrieben (Pressemappe 10/2014). In die weißen, runden Wände wurden Videoinstallationen von der finnischen Naturlandschaft projiziert. Als erstrangige Aufgabe des Pavillons wurde die Vorstellung der finnischen Literatur gesehen. Es wurde hervorgehoben, dass der Pavillon „keine Arena für Finnland-Marketing“ sei (Protokoll 9/2014).

#### 5.3.4 Die Umsetzung der Strategie

Die letzten Protokolle der Kooperationsgruppe vor der Buchmesse im Jahr 2014 berichten von der Umsetzung der Strategie bis zur letzten Sitzung im September 2014. Die Kooperationsgruppe war zufrieden mit der Umsetzung der Strategie.

Im ersten Protokoll (3/2014) des Jahres von der Sitzung im März 2014 wurde festgestellt, dass das Projekt planmäßig voranschreitet. Weiter wurde konstatiert, dass Comics besonders gefragt waren, aber auch im Bereich Sachliteratur die Ziele erreicht wurden. Die Organisatoren waren auch mit den Investitionen und dem Engagement der deutschen Verlage zufrieden (Protokoll 6/2014).

Als klar wurde, dass der Anteil der Unternehmenssponsoren gering bleiben würde, wurde entschieden, dass auch im Pavillon einige Kompromisse bei den Materialien gemacht werden mussten (Protokoll 3/2014). Der Pavillon wurde laut den Protokollen bereits vorher in der Kooperationsgruppe als etwas teuer empfunden (Protokoll 11/2012). Weiter wurde festgestellt, dass auf einige geplante Kommunikationsmöglichkeiten des Projekts verzichtet werden musste. Gleichzeitig wurde entschieden, dass die Deutsch-Finnische Handelskammer kein Alleinrecht mehr in den Sponsorenverhandlungen haben sollte (Protokoll 3/2014).

Aus den Protokollen wurde jedoch deutlich, dass aus dem geplanten Programm ein Design-Teil des offiziellen Kulturprogramms abgesagt wurde, da die Design-Kooperation in Frankfurt anders als geplant lief. Als Grund wurde angegeben, dass das Projekt nach den Plänen der deutschen Kooperationspartner zu teuer gewesen wäre. Über eine Design-Kooperation zwischen Design Forum Finland und einigen Einrichtungen in Frankfurt wurde ursprünglich im September 2013 in der Kooperationsgruppe diskutiert (Protokolle 9/2013; 3/2014). Trotz der Ressourcenprobleme stellten die Organisatoren fest, dass außer der Design-Kooperation alle Programmpunkte, die bis dahin geplant wurden, verwirklicht werden könnten (Protokoll 3/2014).

Insgesamt wurden während der Buchmesse über 500 Veranstaltungen zum Thema Finnland organisiert. Davon fanden 320 auf dem Messegelände statt (Finnland.Cool. 2014b; Pressemappe 10/2014). 37 Verlage präsentierten sich am gemeinsamen Verlegerstand des finnischen Verlegerverbandes (Facts&Figures 2014). Als eines der zentralen Themen wurde die Ausbildung hervorgehoben, und Finnland war der erste Ehrengast, der einen eigenen Bildungsstand organisierte. Sieben Verlage für Lern- und Bildungsmaterialien stellten unter dem Titel „Learning comes from Finland“ ihre Materialien im Bereich der Bildung vor. Zehn weitere Aussteller präsentierten sich in den Messehallen, darunter z. B. die Stadt Helsinki (Facts&Figures 2014). Zusätzlich wurden in Frankfurt während der Buchmesse etwa 120 Literatur- und Kulturveranstaltungen organisiert, die zum offiziellen Ehrengastprogramm gehörten. Als Highlights des Kulturprogramms können u. a. die Helene Schjerfbeck-Ausstellung in der Kunsthalle Schirn, *Matters of Time: Artists from Finland* im

Frankfurter Kunstverein, die Architekturausstellung *Suomi Seven. Junge Architekten aus Finnland* oder die Fotoausstellungen *The Loveliest Girl in the World*, *Potretti* oder *BURKA*, genannt werden. Das Satellitenprogramm fand mit über 200 Veranstaltungen überall im deutschsprachigen Europa statt. Der Auftritt auf dem Messegelände wurde hauptsächlich um die strategischen Hauptpunkte Rechtehandel, Literatur und Lesen sowie Ausbildung geplant. Durch einige Programmpunkte wurden aber auch das Land sowie die finnischen Sitten und Gebräuche vorgestellt.

## 5.4 Zur Durchführung des Ehrengastprojekts im Messejahr

Finnlands Ehrengastjahr begann offiziell am letzten Tag der Frankfurter Buchmesse 2013, als Brasilien, der damalige Ehrengast, Finnland die sogenannte Ehrengastrolle überreichte. Dem Publikum und der Presse wurde das Konzept des finnischen Auftritts in der ersten Pressekonferenz auf der Frankfurter Buchmesse am 10.10.2013 vorgestellt. Der Fokus der ersten Pressekonferenz war auf die Inhalte des Auftritts und auf den Slogan gerichtet. Die Botschaft in der ersten Pressekonferenz war klar. Es wurde die Idee hinter dem *Finnland.Cool.*-Slogan und Finnland als Literaturland erläutert. Roman Schatz, der deutsch-finnische Autor, der den Slogan entwickelt hatte, nahm in der Kommunikation in den Pressekonferenzen zu Beginn des Ehrengastjahres eine Schlüsselrolle ein, da er als Vermittler zwischen den beiden Kulturen tätig war. Neben Roman Schatz repräsentierte in der ersten Pressekonferenz die Künstlerin und Autorin Rosa Liksom die finnische Literaturszene zusammen mit dem Comic-Künstler Petteri Tikkanen. (Pressemitteilung 10/2013a).

Das offizielle Literatur- und Kulturprogramm des Ehrengastjahres fing im März auf der Leipziger Buchmesse an.

*Unter dem Motto Finnland.Cool. bringt der diesjährige Ehrengast der Frankfurter Buchmesse rund 80 Autorinnen und Autoren verschiedenster Literaturgattungen nach Deutschland, Österreich und die Schweiz, um Literatur aus Finnland im deutschsprachigen Europa nachhaltig vorzustellen,*

wurde auf der Leipziger Pressekonferenz festgestellt (Pressemappe 3/2014). Auf der Leipziger Buchmesse wurden bereits die Kernthemen des Ehrengastauftritts, Lesen und Ausbildung, bekannt gegeben. Ebenso wurden die Highlights des Ehrengastprogramms wie die Sauna-Poetry Tour „Schweiß und Poesie“ und das Literaturprojekt *Kompositio* genannt. Ein besonderer Fokus in der

Literaturvorstellung in Leipzig lag auf der Autorin Tove Jansson und ihrem 100. Geburtstagsjahr (Pressemappe 3/2014). Auf der Leipziger Buchmesse fing ebenfalls das Satellitenprogramm des Finnland-Instituts offiziell an. Die damalige Leiterin des Finnland-Institut, Anna-Maija Mertens, stellte die Kernthemen des Satellitenprogramms vor.

Die Comics und Lernmaterialien aus den Schwerpunkten der Strategie rückten auch in Leipzig in den Fokus. Von den nach Frankfurt eingeladenen Autoren und Comic-Künstlern waren Tuomas Kyrö, Timo Parvela, Seita Vuorela und Ville Tietäväinen auch auf der Leipziger Buchmesse. Insgesamt waren in Leipzig zehn finnische Autoren und drei Comic-Künstler. „Wir bauen in diesem Jahr an der Zukunft der finnischen Literatur. Für ein kleines Land wie Finnland liegen die Möglichkeiten des Wachstums auf schöpferischen Gebieten wie z. B. der Literatur oder in der Ausweitung der Auslandsaktivitäten“, stellte die Leiterin Iris Schwanck auf der Pressekonferenz fest (Pressemappe 3/2014).

Eine der wichtigsten Veranstaltungen vor dem tatsächlichen Messeauftritt war die Pressekonferenz im Juni 2014 im Literaturhaus Frankfurt. „Neu, mutig, verrückt und überraschend sind die Attribute, die die Ehrengastpräsentation 2014 auszeichnen werden“, wurde in der Pressemitteilung des Ehrengastes festgestellt (Pressemappe 6/2014). Auf der Frankfurter Pressekonferenz wurden die eingeladenen Autoren, der Ehrengastpavillon und das kommende Literatur- und Kulturprogramm des Buchmesseauftritts vorgestellt. Der Ehrengastpavillon war der Hauptfokus der Pressekonferenz (Pressemappe 6/2014, Newsletter 6/2014). Bezüglich des literarischen Programms wurde auf der Pressekonferenz besonders stark betont, dass finnische Literatur in Frankfurt überall in der Stadt präsent sein würde, aber auch in 25 Literaturveranstaltungen im ganzen deutschsprachigen Raum.

*Unser Ziel ist es, einen Gastlandauftritt zu organisieren, der anders ist, fröhlich, demokratisch und voller Überraschungen, und der den Menschen Gelegenheit gibt, sich aktiv zu beteiligen. (...) Im Zentrum unseres Gastlandauftritts stehen die Literatur und das Lesen, denn aus unserer Sicht sind Kultur und Literatur für alle da – und deshalb müssen sie überall ihren Platz finden. (Pressemappe 6/2014)*

Aus dem literarischen Programm des Ehrengastauftritts wurden auf der Pressekonferenz Sofi Oksanens Auftritte besonders hervorgehoben. Ihre Rolle für das Programm war tonangebend. Sie hatte während der Buchmesse zahlreiche Lesungen und war auch Festrednerin der Eröffnungsveranstaltung. Auf der Pressekonferenz selbst wurden die finnischen Autoren von Katja Kettu vertreten

(Newsletter 6/2014). Weiter wurde mit dem Titel „Learning comes from Finland“ der finnische Ausbildungssektor hervorgehoben (Pressemappe 6/2014).

Die Pressekonferenzen fungierten als Informationssspots und Teaser vor dem Auftritt. Zwischen den Pressekonferenzen wurde im Bereich der Vermittlung auf verschiedenen Ebenen gearbeitet. Mehr Informationen zum Verlauf des Projekts wurden während des Jahres u. a. im Blog von FILI, auf der Facebook-Seite und in den monatlichen Newslettern sowohl in den einheimischen Sprachen als auch auf Deutsch und Englisch veröffentlicht. In der Kooperationsgruppe wurde darauf hingewiesen, dass die Nutzung der Sozialen Medien auch hätte aktiver sein können (Protokoll 3/2014). Neben den allgemeinen Informationen vom Verlauf des Projekts und vom Programm wurden in den auf der Finland.Cool-Webseite und auf FILIs Webseite veröffentlichten Newslettern und Pressemitteilungen unterschiedliche Themen hervorgehoben. Rundum die erste Pressekonferenz auf der Frankfurter Buchmesse 2013 wurde in der Pressemitteilung festgestellt, dass die finnische Literatur eher unbekannt ist. Sofi Oksanen, Arto Paasilinna und Tove Jansson wurden als die bekanntesten Autoren vorgestellt (Pressemitteilung 10/2013b). Andere hervorgehobene Themen waren Übersetzungsförderung (Pressemitteilung 1/2014), Bibliotheksnutzung (Pressemitteilung 2/2014), Kinder- und Jugendliteratur (Pressemitteilung 5/2014), die Fantasy-Szene mit „Finnish Weird“ (Pressemitteilung 7/2014), neue Krimis aus Finnland und das Buchmesseprogramm (Pressemitteilung 9/2014) sowie die junge zeitgenössische Belletristik (Pressemitteilung 10/2014). Je näher die Buchmesse rückte, desto mehr wurde über den Verlauf des Projekts auch in der Öffentlichkeit informiert.

Als das Ehrengastjahr anfang, fokussierten die Organisatoren in der Öffentlichkeitsarbeit stark auf gewisse Themen und einzelne Autoren. Lesen und Ausbildung repräsentierten die finnische Gesellschaft, dazu kamen während des Jahres, als Folge der öffentlichen Diskussion in Deutschland, noch einige typische Finnland-Informationen wie die Sauna-Kultur hinzu (vgl. Kap 7.1.2). Literarisch hatten die Organisatoren eindeutig zwei Schwerpunkte. Die Comic-Szene war auf allen Pressekonferenzen präsent (Pressemappen 3/2014; 6/2014; 10/2014). Das belletristische Image Finnlands wurde stark von jungen Autoren und besonders von Autorinnen geprägt. Katja Kettu, Rosa Liksom und Sofi Oksanen wurden von den Organisatoren hervorgehoben und bildeten den Kern der vorgestellten literarischen Landschaft.

Um das literarische Feld Finnlands der deutschen Presse zu präsentieren und um Finnland im Allgemeinen bekannter zu machen, luden FILI und die Finnische Botschaft insgesamt 80 Journalisten während des Ehrengastjahres nach

Finnland ein. Die offiziellen Ziele und Themen der Reisen waren Lappland, Helsinki, Geschichte und Klassiker sowie Åland und Tove Jansson (Protokolle 3/2014; 6/2014). Besuche in den Buchhandlungen und Bibliotheken unterstützten die Hauptthemen des Auftritts. Die Organisatoren betonten in ihren Aussagen und in der Strategie die Vielfalt des finnischen literarischen Feldes. Die literarischen Themen der Pressebesuche reichten von zeitgenössischer Literatur über Tove Jansson und finnlandschwedische Literatur bis zu finnischem Humor und zu Poesie (FILI 2015: 5; s. Anhang 5).

Wie oben festgestellt, hatte der finnische Auftakt einen starken literarischen Fokus. In der öffentlichen Kommunikation seitens der Organisatoren war neben Literaturvermittlung auch die Imagepflege entscheidend. Bereits in der Planungsphase einigten sich die Organisatoren darauf, dass in diesem Exportprojekt die existierenden Finnland-Bilder oder Stereotype, wie Melancholie, Alkohol und Schweigen (das Saunieren bildet hier wohl eine Ausnahme, da es mit Literatur und Lesen verbunden wurde) nicht als Vorbild dienen sollten. Die Absicht war es, während des Ehrengastjahres ein Image von Finnland als Literatur- und Leseland zu zeichnen und die finnische Gesellschaft, vor allem mit ihrer Ausbildung, bekannt zu machen (s. Kap 5.2).

Besonders geeignet für das *nation branding* waren die Presse-Reisen nach Finnland. Journalisten besuchten u. a. Saunen und Bibliotheken und trafen Autoren (s. Anhang 5). Wenn man bedenkt, dass die Organisatoren laut der Strategie und der Protokolle der Kooperationsgruppe nicht das stereotypische Image verstärken wollten, basierte die Kommunikation der Organisatoren dennoch auf vielen solcher Stereotype. Die Organisatoren sprachen in den Pressekonferenzen z. B. selbst von nackten saunierenden Finnen. Die Vermittlung des Leseland-Images wurde zwar durch die Begriffe ‚Leseland‘ und ‚Lesekultur‘ sichtbar. Die Botschaft hinter diesen Begriffen wurde aber im Rahmen des Auftritts nicht deutlich genug vorgestellt, weil die Organisatoren sich nicht ganz einigen konnten, was für ein Finnland-Image sie vermitteln wollten.<sup>50</sup>

Der Slogan „Finnland.Cool.“, der auch im Logo stand, war von Anfang an das sichtbarste öffentliche Element des Auftritts. Die Tatsache, dass der Slogan nicht unbedingt mit Literatur zu verbinden war, führte trotz des literarischen Fokus dazu, dass die Kommunikation der Organisatoren nicht völlig einheitlich wirkte.

---

<sup>50</sup> Die Problematik sowohl in der Definierung des Selbstbildes als auch des Images, das vermittelt werden sollte, ist gar nicht singular, wenn die vorherigen finnischen Kulturexportprojekte betrachtet werden. Mit ähnlichen Problemen war z. B. das Projekt *Helsinki Kulturhauptstadt Europas* bereits in der Planungsphase des Projekts konfrontiert (Cantell 1999: 229f).

Das Satellitenprogramm „Cool2014“ baute seinen Slogan „Finnland kommt“ rund um die Veranstaltungsorte, z. B. „Finnland kommt nach Köln“. Das Design und das Layout des Satellitenprogramms hatten ähnliche Elemente wie das Gesamtprojekt. Im Ehrengastjahr fanden also zum Thema „Finnland.Cool.“ zwei miteinander verknüpfte Programme statt. Auch das hat dazu geführt, dass die Botschaft der Organisatoren uneinheitlich wirkte. Umso wichtiger wurden die öffentlichen Auftritte und die Kommunikation seitens der Organisatoren.

Mit den Themen, die die Organisatoren in der Öffentlichkeit bereits vor dem Messeauftritt hervorhoben, haben sie ihre sogenannte Benennungsmacht genutzt. Mit der Benennungsmacht haben die Organisatoren u. a. die Akkumulation symbolischen Kapitals von Autoren beeinflussen können und damit die Positionen der Autoren im literarischen Feld. Aber in der Auswahl der Autoren hatte auch das deutsche Verlagswesen eine Machtposition. Die Vermittlungsmaßnahmen und die ausgewählten Themen und Autoren passten gut zur deutschen Zielregion. Die Organisatoren betonten in der Vermittlungsarbeit den deutschen Buchmarkt. Das internationale Messepublikum oder die internationale Presse war in der Vermittlung weniger präsent. Die Organisatoren verließen sich auf die Rolle des Ehrengaststatus als Türöffner zum deutschen Buchmarkt. Kulturtransfer ist ein lebendiger Prozess, der sich in zwei Richtungen bewegt. Damit kann die Vermittlerseite auch im Prozess die Reaktionen der Rezeptionsseite beachten. Die Rolle der Medien ist dabei besonders wichtig. Die Rezeption des finnischen Ehrengastauftritts in den deutschen Medien zeugt vom Gelingen der Vermittlungsarbeit.

## 6 DER EHRENGAST IM SPIEGEL DER DEUTSCHEN PRESSE

Wie aus Kapitel 5.2 hervorging, hatten sich die finnischen Organisatoren in der Strategie des Ehrengastprojekts zwei Hauptziele gesetzt, die sich in kleinere Ziele aufteilen ließen. Das erste Hauptziel war ein Anstieg des Lizenzhandels und eine größere Bekanntheit der finnischen Literatur. Als zweites Hauptziel wurde die Vermittlung eines Images von Finnland sowohl als Leseland als auch als Reiseziel angestrebt. Im Hinblick auf diese Zielsetzung wird die Diskussion in der deutschen Presse über Finnland, über die finnische Literatur und über den Ehrengastauftritt insgesamt analysiert. Dem Pressespiegel zufolge, der im Auftrag von FILI gemacht wurde, war Finnland, gemessen an der Zahl und dem Inhalt der Medienberichte, einer der erfolgreichsten Ehrengäste der letzten Jahre (WBCO 2014).

Als Ausgangspunkt der Rezeptionsanalyse dienen die Zielsetzung der Strategie, der konkrete Auftritt auf dem Messegelände und die von den Organisatoren zur Vermittlung ausgewählten Themen, Bücher und Autoren. Es wird gefragt, welche Themen in der öffentlichen Diskussion vorherrschten, ob und inwiefern tatsächlich die Themen diskutiert wurden, die die Organisatoren mit dem Projekt vermitteln wollten. Ging es bei der Vermittlung in erster Linie, wie von den Organisatoren betont, um Literatur, oder richtete sich das Interesse der Presse auf andere Themen? Weiter wird gefragt, wie der Auftritt und die finnische Literatur rezipiert wurden und ob Themen, die nicht Teil der Zielsetzung des Auftritts waren, trotzdem in der öffentlichen Diskussion Beachtung fanden. Anhand der Informationen aus der Analyse wird reflektiert, wie sich Finnland als Ehrengast in der Öffentlichkeit präsentierte.

Es kann nie eindeutig klar sein, dass z. B. gerade das, was die Vermittler vermitteln wollen, auch wirklich beim Rezipienten ankommt, da die Rezipienten die vom Exporteur gesendeten Botschaften sehr unterschiedlich interpretieren können, oft abhängig davon, wie das Vorwissen in der „*mémoire culturelle*“ ist (s. Kap. 2.5). Mit Hilfe der obengenannten Fragen wird betrachtet, welcherlei Diskussionsthemen identifiziert werden können und wie sie zustande gekommen sind. Schließlich wird diskutiert, welche Bedeutung die Presse überhaupt in einem Projekt wie dem Ehrengastauftritt hat.

## 6.1 Die Kategorisierung des Korpus

### 6.1.1 Durchführung der Analyse

Der Ehrengast Finnland hatte nach dem offiziellen Pressespiegel im Ehrengastjahr von Oktober 2013 bis Oktober 2014 insgesamt 7 770 Medienberichte in Deutschland (WBCO 2014). In Wirklichkeit kann die Zahl sogar etwas höher sein, da der Pressespiegel, der im Auftrag der Organisatoren gemacht wurde, sich ausschließlich auf den von FILI organisierten Teil des Auftritts konzentriert hat. Artikel, die z. B. über das Satellitenprogramm berichteten, wurden nicht mitgezählt. Nach Angaben der Medienagentur WBCO wurden 1 787 Treffer in den Printmedien, etwa 4 000 online und der Rest in Radio und Fernsehen veröffentlicht (WBCO 2014). Thematisch teilten sich diese Medienberichte wie folgt auf: 40 Prozent hatten finnische Literatur und Kultur als Thema, 27 Prozent berichteten über Finnlands Auftritt als Ehrengast und über das Programm, 25 Prozent erwähnten den Ehrengastauftritt und 8 Prozent fokussierten auf die finnische Kultur, auf das sonstige Programm oder auf andere finnlandbezogene Themen (WBCO 2014: 6). Die genauen Kriterien für die Kategorisierung der Berichte wurden im Pressespiegel nicht beschrieben, ebenso wenig wurde angegeben, ob das jeweilige finnlandbezogene Thema Hauptthema des Artikels war oder ob es sich um ein Unterthema handelte. Die Angaben des Pressespiegels dienten daher in dieser Untersuchung lediglich als Unterstützung und Wegweiser für die Analyse des ausgewählten Korpus.

Aus dem gesamten Mediendiskurs<sup>51</sup> zur Buchmesse wurde das Korpus zusammengestellt (s. Anhang 4). Das Korpus gilt als Stichprobe von der Diskussion in der deutschen Presse im Ehrengastjahr. Als das Korpus feststand, wurde entschieden, sich in der genaueren Analyse an die Inhaltsanalyse nach Früh (2015) anzulehnen (s. Kap 1.2.2). Die Analyse gestaltete sich durch gezielte Fragen, bewusst ausgesuchten Themen und Themen, deren Relevanz für die Untersuchung erst während der Analyse z. B. von der Häufigkeit des Vorkommens festgestellt wurde. Die Inhaltsanalyse wird verwendet, um Häufigkeiten aufzuzählen, von vornherein definierte Themen auszusuchen und die Beziehungen der Themen untereinander zu beschreiben. Die quantitativen Daten unterstützen die qualitative Analyse.

---

<sup>51</sup> Jäger (2012: 24) fasst zusammen, dass Foucault in der ‚Archäologie des Wissens‘ (1988) mit dem Diskurs-Begriff auf „eine Menge von Aussagen, die einem gleichen Formationssystem zugehören“ anspielt. Diese Formationssysteme kann man als thematisch miteinander verbundene Texte verstehen. In der Analyse geht es um konkrete Aussagen der deutschen Presse zu Finnlands Ehrengastauftritt.

Auf der Grundlage der Forschungsfragen wurde eine theoretische Kategorienbildung durchgeführt (Früh 2015: 78–83; 147–150). Es wurden drei Kategorien nach den Themen Literatur, Messeauftritt und Finnland gebildet. In der Kategorie ‚Literatur‘ wurde gefragt, welche unterschiedlichen literaturbezogenen Artikel es im Korpus gab. Darunter wurden Rezensionen, Autoreninterviews, Autoren- und Büchervorstellungen und Artikel über die finnische Buchbranche und Lesekultur betrachtet. Diese Kategorie zeigt also, inwiefern insgesamt über finnische Literatur in der Presse berichtet wurde. In der Kategorie ‚Messeauftritt‘ wurde gefragt, wie über den Auftritt im Allgemeinen in der Presse berichtet wurde, was für eine Aufmerksamkeit das Programm und das Rahmenprogramm im Messejahr bekamen und was über den Auftritt auf der Buchmesse oder über die Organisation des Ehrengastprojekts berichtet wurde. Die Kategorie ‚Finnland‘ richtet sich auf Inhalte, die sich auf das Land, die Menschen und die Gesellschaft konzentrierten. Diese Kategorie zeigt, was allgemein über Finnland berichtet wurde, welche einzelnen Themen hervorgehoben wurden, ob Stereotype, gesellschaftliche Themen oder z. B. Politik die Diskussion prägten. (s. Früh 2015: 84–86; 96f)

Die ausgewählten Artikel wurden zunächst als solche gelesen, um herauszufinden, welche Schlagrichtung die Diskussion bestimmte und welche Themen definiert werden konnten. Weiter wurde eine vorläufige Tabelle erstellt, in der die Artikel mit den allgemeinen Informationen und den Angaben zu Zeitung, Datum, AutorIn, Überschrift und Kategorie (zunächst vorläufig) aufgelistet wurden (s. Anhang 4). Die Artikel wurden nach den Hauptthemen in die Kategorien eingeteilt, und es wurde empirisch überprüft, ob weitere Kategorien nötig sind (s. Tab. 6 und Tab. 7). Danach wurden auch die Unterthemen der Artikel genauer aufgelistet (Tab. 7). Auf der Grundlage der Kategorisierung und der Haupt- und Unterthemen wurde eine qualitative Analyse durchgeführt, die die Inhalte in ihren Relationen und Kontexten in den Blick nahm. Es wurde herausgearbeitet, wie die Diskussion sich gestaltete, welche Themen in welchen Kontexten vorkamen und wie die bewusste Vermittlung der Organisatoren in der Diskussion zu sehen war. (Früh 2015: 150–153; s. Anhang 4)

### 6.1.2 Aufteilung des Materials nach Kategorie, Zeit und Thema

Im Pressespiegel der Medienagentur WBCO wurde festgestellt, dass die erste Pressekonferenz auf der Frankfurter Buchmesse 2013 insgesamt sogar 500 Medienberichte nach sich gezogen hat, sowohl online als auch in den Printversionen. Um die Zeit der Leipziger Buchmesse (Januar–März 2014)

wurden in Deutschland dem Pressespiegel zufolge insgesamt 439 Medienberichte zum finnischen Ehrengastauftritt veröffentlicht (WBCO 2014: 11). Am aktivsten war die öffentliche Diskussion zu Beginn der Buchmesse im Oktober 2014.

Der Korpus der Analyse besteht aus 128 Artikeln aus zehn deutschsprachigen Zeitungen und Zeitschriften (s. Kap. 1.2.2). Tabelle 5 zeigt die Aufteilung des für diese Arbeit ausgesuchten Materials innerhalb des Messejahres. Das Veröffentlichungstempo beschleunigt sich, je näher die Buchmesse rückt. Die meisten Artikel wurden kurz vor der Buchmesse veröffentlicht.<sup>52</sup> In Tabelle 5 sind auch die thematischen Kategorien Literatur, Finnland und Messeauftritt sichtbar. Es wurde festgestellt, dass die mit den bestimmten Kriterien ausgesuchten Materialien sich ziemlich eindeutig den Kategorien zuordnen ließen. Zu bemerken ist, dass diese erste Kategorisierung noch relativ wenig über die tatsächlichen Inhalte der einzelnen Artikel aussagt. Die jeweilige Kategorie enthält Artikel mit mehreren Hauptthemen, deren gemeinsamer Nenner aber die Kategorie ist.

**Tabelle 5.** Artikel nach Veröffentlichungsdatum und Kategorie

		Literatur	Finnland	Messeauftritt	Insgesamt
2013	Oktober	3	1	0	4
	November	1	0	0	1
	Dezember	0	0	1	1
2014	Januar	2	1	0	3
	Februar	0	0	0	0
	März	1	0	0	1
	April	2	0	0	2
	Mai	2	0	0	2
	Juni	1	1	3	5
	Juli	1	0	0	1
	August	5	1	1	7
	September	11	0	5	16
	Oktober	41	22	20	83
	November	1	0	0	1
	Dezember	1	0	0	1
Insgesamt		72	26	30	128

<sup>52</sup> Im Korpus waren die Pressekonferenzen oder die Leipziger Buchmesse konkret kaum sichtbar, obwohl die Diskussion im Ehrengastjahr in Echtzeit verfolgt wurde. Dies liegt teilweise in den unterschiedlichen Suchbegriffen begründet. In dieser Untersuchung galt die Leipziger Buchmesse nicht als Suchkriterium.

Die Artikel wurden entsprechend dem Hauptthema der am besten zutreffenden Kategorie zugeteilt. In Tabelle 6 sind die Hauptthemen aufgelistet. Um die Diskussion in der Presse genauer zu betrachten, wurde weiter auf die Unterthemen der Artikel Aufmerksamkeit gerichtet. Die Unterthemen wurden nach der Häufigkeit des jeweiligen Themas in Tabelle 7 aufgelistet. Tabelle 7 stellt die Unterthemen vor, zeigt aber nicht, in welchem Umfang oder in welchem Kontext über das jeweilige Thema diskutiert wurde. Um einen Hinweis auf den Kontext zu geben, wurden auch hier die bereits erwähnten Kategorien (Literatur, Messeauftritt, Finnland) sichtbar gemacht. Das jeweilige Unterthema wurde beim ersten Vorkommen mitgerechnet. Mehrfachnennungen in einem Artikel wurden ausgeschlossen. Als Unterthema gilt eine Aussage zu einem Themenbereich, der in einem Artikel mehr als einmal erwähnt wurde oder wozu mehr gesagt wurde als ein Satz. Falls in einem Artikel, dessen Hauptthema finnlandbezogen war, z. B. mehrere Autoren genannt wurden, wurden sie nicht einzeln aufgezählt, sondern als ein Unterthema und damit also als Zahlenwert registriert (vgl. Früh 2015: 157–159). In den Fällen, in denen der Artikel z. B. in Form eines Interviews über einen Autor berichtete, wurde das Thema nicht als Unterthema definiert; falls allerdings in diesem Zusammenhang andere Autoren erwähnt wurden, wurden sie als Unterthema definiert. In dieser Phase spielte es also keine Rolle, ob zwei oder zehn Autoren in einem Artikel erwähnt wurden, sondern einfach, wie oft überhaupt über Autoren, Finnland-Stereotypen oder z. B. über die zeitgenössische Belletristik in den Artikeln gesprochen wurde.

Wie in Tabelle 7 zu sehen ist, sind die Unterthemen entweder als Stichwörter oder als etwas breitere Themenbereiche aufgelistet. Zum Beispiel zählen zur Lesekultur Themen, die das Lesen in Finnland behandeln. Diese sind z. B. die Lesefertigkeit der Kinder und Jugendlichen, das finnische Bibliotheksnetzwerk und dessen Nutzung, oder die Leseaktivität der Finnen. Das Thema Natur/Wetter enthält sowohl Unterthemen, die z. B. die Natur in Karelien beschreiben, als auch Aussagen wie „viel Schnee“ und „die Kälte des Winters“, die genauer beschrieben wurden. Finnischer Tango, das Saunieren, die Wortkargheit und z. B. das Kaffeetrinken wurden als „typisch finnisch“ unter Finnland-Stereotypen eingeordnet. Die Rubrik „Allgemeine Finnland-Informationen“ weist wiederum eher auf landeskundliche Informationen wie Einwohnerzahlen oder geographische Lage hin. Mehrere Themen kamen in den Artikeln sowohl als Hauptthemen als auch als Unterthemen vor.

**Tabelle 6.** Hauptthemen der Artikel

Hauptthemen	
Büchervorstellungen und Autorenportraits	30
Rezensionen (Literatur)	26
Auftritt auf dem Messegelände/Pavillon	11
Rahmenprogramm/Kunst	10
Autoreninterviews	9
Allgemeine Finnland-Informationen	8
Geschichte/Gesellschaft/Politik	5
Eröffnungsveranstaltung	4
Allgemeines über Literatur und Lesekultur	4
Pressekonferenzen/Allgemeines über Programm	3
Tango	2
Organisatoren (Interview)	1
Natur	1
Bibliotheken/Ausbildung	1
Essen	1
Weihnachtsmann	1
Sauna	1
Finnen	1
Fotografie	1
Design	1
Satellitenprogramm	1
Nokia	1
Sprache	1
Sonstiges	4

**Tabelle 7.** Kategorisierung und Unterthemen der Artikel

Unterthemen	Literatur (72)	Messeauftritt (30)	Finnland (26)	Insgesamt
Autoren im Programm	43	5	7	55
Allgemeine Finnland-Infos	20	8	24	52
Finnland-Stereotype	20	8	18	46
Zeitgenössische Belletristik	30	5	1	36
Politik/Gesellschaft	19	3	13	35
Zweisprachigkeit	23	6	1	30
Geschichte	19	2	8	29
Literarische Klassiker	17	7	5	29
Finnland.Cool. -Slogan	7	8	6	21
Literaturprogramm	11	5	4	20
Finnlands Literaturbetrieb	15	2	2	19
Helsinki	11	1	2	14
Lesekultur	8	3	2	13
Autoren nicht im Programm	10	0	2	12
Ausbildung/Pisa	5	4	3	12
Messeauftritt (auf dem Messegelände)	1	10	1	12
Finnland als Reiseland	8	0	3	11
Frauen/Weiblichkeit	7	3	1	11
Deutsch-Finnische Beziehungen	9	0	1	10
Bibliotheken	7	2	1	10
Kunst und Design	3	1	4	8
Skandinavien	5	3	0	8
Kunstprogramm/Ausstellungen	1	5	1	7
Sonstiges Rahmenprogramm	0	6	0	6
Sachbücher	5	0	1	6
Estland	5	0	0	5
Buchmesse im Allgemeinen	0	4	0	4
Deutscher Buchmarkt	3	0	1	4
Finanzierung und Partner	1	1	1	3
Lappland	2	0	1	3
Islands Auftritt 2011/Vergleich zu Island	1	2	0	3
Vergleich zu anderen Ehrengäste	1	2	0	3
Sprache	1	2	0	3
Sonstiges	2	1	2	5

Auch die Unterthemen unterstützen die Aufteilung der Materialien in den Kategorien. Innerhalb jeder Kategorie weist das am häufigsten vorkommende Unterthema einen eindeutigen Bezug zur jeweiligen Kategorie auf. Bereits die erste Einteilung nach den Kategorien hat gezeigt, dass das Thema ‚Literatur‘ in irgendeiner Form das breiteste Medienecho bekam. Insgesamt 72 Artikel hatten ein Hauptthema, das in die Kategorie ‚Literatur‘ passte. In der Kategorie ‚Literatur‘ z. B. waren die am Programm teilnehmenden Autoren mit 43 und die zeitgenössische Belletristik mit 30 Erwähnungen die meistbehandelten Unterthemen. In der Kategorie ‚Messeauftritt‘ wurden insgesamt 30 Artikel gezählt. In dieser Kategorie war der Auftritt auf dem Messegelände auch das meistbehandelte Unterthema mit zehn Erwähnungen, gefolgt von Finnland-Informationen und dem Kunst- und Rahmenprogramm.

Die Kategorie ‚Finnland‘ umfasste 26 Artikel mit einem finnlandbezogenen Hauptthema. Die Kategorie ‚Finnland‘ wies die eindeutigste Unterteilung auf. Die allgemeinen Finnland-Informationen kamen insgesamt 24 und Finnland-Stereotype insgesamt 18 Mal als Unterthema vor. Wo die literarischen und gesellschaftlichen Themen im Allgemeinen ein großes Interesse weckten, zeigte sich in Bezug auf das Ausbildungssystem und die Pisa-Resultate der Jahrtausendwende überraschenderweise insgesamt wenig Interesse, vor allem, wenn man bedenkt, wie stark die Organisatoren das Thema betonten. Das Thema Ausbildung und die Pisa-Resultate wurden in allen Kategorien diskutiert, aber als Unterthema insgesamt nur acht Mal. Häufiger wurde über die Lesekultur Finnlands im Allgemeinen oder über die finnischen Bibliotheken diskutiert.

Obwohl die Einteilung in die Kategorien die Analyse leitete, zeigten die Unterthemen, dass das Hauptthema nicht immer eindeutig besagt, welche Informationen mit dem jeweiligen Artikel vermittelt werden. Trotz der Tatsache, dass die meisten Artikel ein literaturbezogenes Hauptthema hatten, kam auch der Ehrengast Finnland nicht um die Tatsache herum, dass sich die öffentliche Diskussion stark auf das Land fokussierte. Wenn die Unterthemen prozentual zusammengerechnet werden, bilden die finnlandbezogenen Themen mit ca. 42 Prozent die größte Gruppe. Danach folgen literarische Themen mit ca. 35 Prozent, der Auftritt bzw. das Programm mit ca. 13 Prozent und sonstige Themen mit ca. 9 Prozent. Die allgemeinen Finnland-Informationen und die Finnland-Stereotype waren auch in den Artikeln mit einem literaturbezogenen Hauptthema das zweit- und drittgrößte Unterthema. Es lag natürlich auch nicht in der Absicht der Organisatoren, auf Informationen über Finnland ganz zu verzichten, obwohl sie betonten, dass die Literatur im Vordergrund steht. Sie wollten eben mit den Themen des Auftritts ein neuartiges Finnland-Image

vermitteln. Die hier vorgestellten Haupt- und Unterthemen bilden die Basis für die genauere Analyse der öffentlichen Diskussion.

## 6.2 Zur Berichterstattung über den Messeauftritt in der deutschen Presse

Dieser Abschnitt leitet die Diskussion über die öffentliche Rezeption des finnischen Ehrengastauftrittes ein. Zunächst liegt der Schwerpunkt auf dem konkreten Messeauftritt und dem Programm. Es wird gefragt, was vom Auftritt in der Presse erwartet wurde und welche Themen und welche Programmpunkte in der Diskussion hervorgehoben wurden. Darüber hinaus wird betrachtet, was über den Auftritt auf dem Messegelände berichtet wurde und wie der Auftritt und seine thematischen Schwerpunkte rezipiert wurden. Es wird u. a. reflektiert, wie auf die Vermittlungstätigkeiten der Organisatoren in der öffentlichen Diskussion reagiert wurde. Im ersten Unterkapitel 6.2.1 stehen die Artikel mit den Haupt- und Unterthemen in der Kategorie ‚Messeauftritt‘ im Mittelpunkt. Danach wird der Messeauftritt aus der Sicht des gesamten Korpus betrachtet.

### 6.2.1 Thematische Schwerpunkte in der Kategorie ‚Messeauftritt‘

Zum Auftritt als Gesamtheit gehören u. a. die einzelnen Veranstaltungen, die Pressekonferenzen, der Slogan, die Themen und das Design der Präsentation. Weiter gehören dazu auch Inhalte, die vielleicht außerhalb der Reichweite der Organisatoren liegen, z. B. die Diskussionen in den Lesungen oder die Reden in der Eröffnungsveranstaltung. Die Berichterstattung der Presse zu dem Messeauftritt erstreckte sich über den Zeitraum zwischen der Pressekonferenz im Oktober 2013, der Pressekonferenz im Juni 2014 und dem tatsächlichen Auftritt auf dem Messegelände im Oktober 2014 (s. Tab. 5). Insgesamt hatten 30 Artikel im behandelten Korpus den konkreten Buchmesseauftritt in irgendeiner Form als Hauptthema (Tab. 6). Davon war das häufigste Hauptthema mit elf Artikeln der konkrete Auftritt auf dem Messegelände mit dem Pavillon. Fast genau so viel Aufmerksamkeit erhielt auch das künstlerische Rahmenprogramm, das als Hauptthema in zehn Artikeln vorkam, gefolgt vom Hauptthema ‚Eröffnungsveranstaltung‘ mit vier Artikeln. In der Tabelle 8 sind die Hauptthemen der Kategorie ‚Messeauftritt‘ aufgelistet.

**Tabelle 8.** Hauptthemen der Kategorie ‚Messeauftritt‘

Hauptthemen	Anzahl
Auftritt auf dem Messegelände/Pavillon	11
Rahmenprogramm/Kunstprogramm	10
Eröffnungsveranstaltung	4
Allgemeines über das Programm	3
Satellitenprogramm	1
Organisatorisches (Interview)	1

Bei den Unterthemen der Artikel, die der Kategorie ‚Messeauftritt‘ zugerechnet wurden, ragen das Kunst- und das Rahmenprogramm (6+5) und der Auftritt auf dem Messegelände (10) hervor. Gleich nach dem Kunst- und Rahmenprogramm folgen in den Artikeln über den Messeauftritt Finnland-Informationen (8) und Stereotype (8), die häufig mit dem Slogan (8) und einigen Programmpunkten zusammenhängen (s. Tabelle 7).

Über den Messeauftritt wurde in den Artikeln der anderen beiden Kategorien weniger berichtet, abgesehen vom literarischen Programm und vom Slogan. Der Slogan wurde im gesamten Korpus insgesamt 21 Mal als Unterthema diskutiert, das Literaturprogramm insgesamt 20 Mal. Der Slogan wurde besonders in Zusammenhang mit dem Land diskutiert, das Literaturprogramm dagegen in Zusammenhang mit der allgemeinen Literaturdiskussion (s. Tab. 7).

In der Berichterstattung über den Messeauftritt lag der Fokus auf der Eröffnungsveranstaltung, der Gestaltung und dem Design des Pavillons, dem Slogan sowie auf dem Programm in der Stadt Frankfurt. Obwohl auch das literarische Programm als Unterthema ziemlich oft vorkam, wurde darauf in den meisten Fällen nur kurz in Zusammenhang mit der Literaturdiskussion hingewiesen. Damit blieb das tatsächliche Medienecho des Literaturprogramms relativ gering. Durch die Berichterstattung wurde klar, dass das für das Buchmessegelände geplante Programm für die Presse weniger interessant war. Es wurde notiert, dass Finnland als erster Ehrengast in allen Messehallen präsent war und überall in der Stadt Frankfurt Programm organisierte, aber die Berichterstattung zum konkreten Auftritt und Programm blieb ziemlich einseitig (vgl. Schmidt 2014; Göpfert 2014a). Damit blieb auch die von den Organisatoren betonte Vielseitigkeit des Programms in der Presse im Hintergrund.

Bereits vor dem Buchmessebeginn war zu sehen, dass die Diskussion häufig mit den einzelnen Veranstaltungen in der Stadt Frankfurt verankert war und dadurch auch einen starken regionalen Blick hatte. Über das Programm außerhalb des

Messegeländes, besonders über das kulturelle Rahmenprogramm, wurden im Korpus dieser Untersuchung bis auf eine Ausnahme nur in der *FAZ* und in der *Frankfurter Rundschau* berichtet (vgl. Kap. 1.3.2). Obwohl beide Zeitungen überregional gelesen werden, hatte die Berichterstattung eine lokale Betonung. Es wurde z. B. die Frage gestellt, welchen Nutzen Frankfurt oder die Frankfurter davon hätten, dass die Buchmesse stattfindet:

*Eigentlich kann einem dieser ganze Rummel auf der Buchmesse gestohlen bleiben. Denn was hat man, ist man gerade nicht prominent, hat ein neues Buch geschrieben oder wenigstens für ein paar Tage seine Wohnung an einen Messegast vermietet, was also hat man als Frankfurter davon? (Schütte 2014a)*

Obwohl die Presse häufig auf die Erfahrungen der Journalisten bei den Pressebesuchen in Finnland, auf Interviews mit den Autoren und auf Reportagen über unterschiedliche finnlandbezogene Themen Bezug nahm, kamen auch die Botschaften der Organisatoren in der Berichterstattung zum Vorschein. In der Diskussion wurde u. a. erkennbar, wie die Organisatoren im Messeprogramm die finnische Literatur hervorheben wollten (vgl. Staude 2014a; Breitenstein 2014). Die Art und Weise, in der über das Programm und den Auftritt auf dem Messegelände berichtet wurde, zeugt davon, wie die Buchmesse und der Ehrengastauftritt im Allgemeinen angenommen wurden, inwieweit die Buchmesse als eine Literatur-, Kultur-, oder Branding-Veranstaltung verstanden werden sollte und wer als Publikum des Auftritts gesehen werden sollte.

### 6.2.2 Zur Rezeption des Auftritts: Programm, Slogan, Pavillon

*Ein Drittel des Landes liegt nördlich des Polarkreises, aber trotzdem verfügt jede Gemeinde über ihre eigene öffentliche Bücherei. Und wenn sich zwischen den finnischen Leser und das Buch, das er lesen will, einer der 188 000 Seen drängt, die sich in den 26 Millionen Hektar finnischer Wälder verstecken, kommt zur Not ein Bücherboot vorbei, um die Lektüre doch noch zu ermöglichen. Finnland, das Land bewunderter Pisa-Ergebnisse, ist stolz auf seine der Bildung der Allgemeinheit zugutekommende Literaturpflege, Nächsten Oktober präsentiert es sich als Ehrengast der Frankfurter Buchmesse. Dann soll die Welt mehr von Finnlands Schriftstellern erfahren. Und von seiner Gesellschaft, Geschichte und Kultur. (FAZ 2013)*

Wie in dem obigen Zitat zu lesen ist, wurde vom finnischen Messeauftritt erwartet, dass neben Literatur auch Gesellschaft, Geschichte und Kultur präsentiert werden. Der Startschuss für das Ehrengastjahr war literarisch. Als der

Ehrengastauftritt zum ersten Mal auf der Pressekonferenz auf der Buchmesse 2013 präsentiert wurde, stellte der damalige Kulturminister Paavo Arhinmäki fest: „Finnen lieben es, zu lesen, und wir sind Weltmeister in der Nutzung von Bibliotheken“ (Finnland.de 2013). Die Botschaft des Kulturministers war, dass Lesen und Literatur in Finnland etwas Besonderes sind. Diese Botschaft wurde in der deutschen Presse aufgegriffen (FAZ 2013; dpa 2013). „Wir hoffen, das Interesse der Welt auf Finnlands zahlreiche Autoren zu lenken“, zitierte die FAZ den Minister (FAZ 2013). Im Rahmen der Frankfurter Pressekonferenz im Juni 2014 wurde die Leiterin Iris Schwank genauer über den Verlauf des Projekts interviewt. Schwank berichtete in dem Interview mit der FAZ von der Vorbereitung des Programms, von der komplizierten finanziellen Lage des Projekts und von der Skepsis, die die finnischen Firmen hatten, wenn die Rede von Sponsoring war. In dem Interview wurde der literarische Fokus des finnischen Auftritts hervorgehoben: „Die Tourismusförderung und das ‚Nation Branding‘, das für manche Länder eine große Rolle spielt, ist uns weniger wichtig“ (Hannemann 2014a).

Weil die Organisatoren stark betonten, dass das typische Finnland-Image und das *nation branding* in diesem Projekt keine große Rolle spielten, ist zu überlegen, ob die in der Presse diskutierten Programmpunkte wirklich die strategischen Ziele unterstützten. „Es ist ja bei der Präsentation des Gastlandes immer schwer, die richtige Balance zu finden zwischen liebevoll-ironischer Selbstdarstellung, kulinarischen Mitbringsel und folkloristischem Klischee“, wurde in einem Blog-Beitrag der FAZ geschrieben (Lühmann 2014). Der Anlass war die Veranstaltung „Finnlandisierung für Anfänger“, in der sich der Autor Roman Schatz den Journalisten zufolge jeden Tag auf der Buchmesse „von Klischee nach Klischee“ witzelte (ebd.).

Daher kann die Frage gestellt werden, ob die tatsächliche Kommunikation der Organisatoren mit ihrer strategischen Zielsetzung überhaupt übereinstimmte. Im Allgemeinen hatten die Länder, die sich weniger auf das *nation branding* oder Marketing des Landes und mehr auf die literarische Inhalte fokussierten, eine positive Rezeption wie im Fall Islands (vgl. Kap 3.3.2). Das war auch Finnlands Ziel (vgl. Kap. 3). Trotzdem waren in dem Auftritt auch solche Programmpunkte wie der von Roman Schatz dabei, die eng mit dem bekannten Finnland-Image und den Finnland-Stereotypen verbunden waren. Und gerade diese Programmpunkte wurden in der Presse bereits im Vorfeld der Buchmesse hervorgehoben.

Bei den Erwartungen, die die Presse an den Auftritt stellte, spielten neben der bewussten Kommunikation der finnischen Organisatoren die Erfahrungen der

früheren Ehrengäste und das herrschende Finnland-Image eine Rolle. Es wurde gefragt, was für ein Land Finnland ist und was das Land literarisch zu bieten hat. Die Frankfurter Rundschau berichtete nach der zweiten Pressekonferenz:

*Sympathisch ist, dass tatsächlich alles sehr unhierarchisch ablaufen scheint. Und dass auf Brimborium und Gesten der Überwältigung verzichtet wird – mal abgesehen vielleicht von dem geheimnisvollen Gehirnströme-zu-Gedicht-Apparat. Man möchte einen coolen Gastland-Auftritt bieten, sagt Iris Schwank, ‚aber wir wollen auch ein bisschen bizarr sein‘. Das klingt vielversprechend. (Staude 2014a)*

Einer der ersten Eindrücke in der deutschen Presse im Vorfeld der Buchmesse war, dass Saunieren im finnischen Auftritt eine Rolle spielte. Das Sauna-Programm erwies sich als guter Einstieg in den Auftritt. „Dichter in der Sauna“ hob die Frankfurter Rundschau nach der Pressekonferenz im Juni 2014 hervor und stellte weiter fest, dass die Finnen neben den 130 übersetzten Büchern „mit einem Augenzwinkern (...) auch Finnland-Klischees (bedienen)“ (Staude 2014a). „Man habe, so Iris Schwank, sieben, acht Dichter gefunden, die bereit sind, unter Sauna-Bedingungen zu lesen. Oho. Ein Sauna-Bus soll unterwegs sein, aber auch Frankfurter Saunen genutzt werden“, erklärte die *Frankfurter Rundschau* nach der Pressekonferenz weiter (Staude 2014a). Mit „Literatur in der Sauna“ wurde ein weiterer Artikel der *Frankfurter Rundschau* noch kurz vor dem Messebeginn betitelt (Schmidt 2014). „Demnächst werden einige nackte Finnen in Frankfurt unterwegs sein“, zitierte derselbe Artikel die Leiterin Iris Schwank (Schmidt 2014). Die Berichterstattung hob hervor, dass im Rahmen des finnischen Ehrengastauftritts sowohl ein Sauna-Feuerwehrauto mit dem Programmpunkt „Schweiß und Poesie“ unterwegs ist, aber auch Literatur in den Frankfurter Saunen gelesen wird.

Die Vorstellung des *Finnland.Cool.*-Slogans auf der Buchmesse 2013 war neben Saunen einer der ersten Diskussionspunkte der Presse im Ehrengastjahr. Der Slogan war auch eines der sichtbarsten Elemente des finnischen Auftritts und ein Element, das einen Rahmen für den gesamten Auftritt bildete. Der Slogan und dessen Bedeutung wurden durch das ganze Ehrengastjahr in der Presse reflektiert. Obwohl der Slogan viel Präsenz in den Medien bekam, wurde er gemischt rezipiert. Zu Beginn des Ehrengastjahres fand die Presse in dem Slogan keine klare Bedeutung, weshalb auch der Rahmen des gesamten Auftritts unklar schien. Iris Schwanks Botschaft war, dass gerade das literarische Programm am finnischen Auftritt das Coole ist. „Cool sind zum Beispiel die Fahrrad-Bibliotheken, die wir in Finnland neuerdings haben. Die werden wir mitbringen“, wurde Schwank in der *FAZ* zitiert (Hannemann 2014a). In der Presse wurde der

Slogan aber etwas anders verstanden. Statt ihn mit Literatur zu verbinden, wurde der Slogan sowohl mit den Organisatoren, mit Finnen im Allgemeinen und mit dem Land verbunden. Auch die alltagsprachliche Verwendung des Wortes in der deutschen Sprache spiegelte sich in der Rezeption wider.

„Cool von A bis Ö“ schrieb die *Berliner Zeitung* nach der ersten Pressekonferenz im Oktober 2013 über das Land der „starken Frauen und Leningrad Cowboys“ (Vogel 2013). Die *Frankfurter Rundschau* beschrieb die Organisatoren und den Auftritt:

*Finnlands Buchmesse-Auftritt verspricht unangestrengt zu werden. Und weiblich. Die Finnen (also: Finninnen) sagen dazu: ‚Cool‘. Man hätte eigentlich für den Gastland-Auftritt Finnlands bei der Frankfurter Buchmesse eher ein anderes Motto als „cool“ gewählt: entspannt. Denn so vor allem – und warmherzig – treten die organisierenden Finninnen (ja, es sind nur Frauen, glücksbringende 13 an der Zahl) nun auf bei der Präsentation ihres Programms im Literaturhaus. (Stäude 2014a)*

„Finnland ist also höflich und fair, cool allerdings auch. Hier im Süden, wo der Mensch weniger cool ist, sind bereits Freundschaften über der Frage zerbrochen, ob dieses Motto – Finnland.Cool – nun peinlich oder charmant ist. (...) Die Forumhalle ist jedenfalls cool“, schrieb die *Frankfurter Rundschau* zu Beginn der Buchmesse (Sternburg 2014). „Leicht irritierend, (...) lässig. Oder geil halt. Was gewiss mit dem Land in Europas Norden werden muss und soll“, beschrieb die *FAZ* den Slogan (Hierholzer 2014). In Zusammenhang mit der Diskussion über das Land wurde mit dem Slogan sowohl auf die Temperaturen, auf die Finnen im Allgemeinen und auf deren Lesefähigkeit hingewiesen. So schrieb die *NZZ*:

*Wo Brasilien mit dem Analphabetismus kämpft, kommt Finnland als Musterknabe des Lesens daher. Kann es bessere Voraussetzungen für einen Auftritt an der Frankfurter Buchmesse geben? «Cool» konnte Finnland die Sache angehen, obwohl man sie richtig herbeigesehnt hatte, seit Island für 2011 den Vorzug erhalten und mit einer lustvoll-listigen Selbstpräsentation alle Sympathien für sich gewonnen hatte. Cool, weil «cool» eben cool ist, cool aber auch, weil es der eigenen distanzierten Mentalität und der modernistischen Ästhetik entspricht, die das Land in Architektur und Design weltberühmt machte. (Breitenstein 2014)*

In der Berichterstattung wurden der Slogan und der weiße Pavillon eng miteinander verbunden. Die Verbindung mit dem Slogan und das Image von Finnland als kaltes nördliches Land mit Eis und Schnee verstärkten sich durch

die Besuche der Journalisten im Ehrengastpavillon auf dem Messegelände. Es hat den Anschein, als sei erst nach der Eröffnung des Messepavillons auch der Slogan verstanden worden. Jedoch nicht unbedingt so, wie von den Organisatoren vorgesehen: „Schon beim ersten Blick in den finnischen Pavillon, das Herz der Präsentation auf der Buchmesse, meint man allerdings, den Sinn des Gastland-Mottos anders fassen zu müssen. (...) Kühl, wenn nicht unterkühlt ist nämlich der erste Eindruck (...)“ (Hierholzer 2014). Der Pavillon wurde weiter mit der finnischen Natur und der Winterlandschaft verglichen. „Finnland ist Natur, unverfälscht und klar“, wurde in der *FAZ* zu dem Auftritt auf dem Messegelände geschrieben (Hierholzer 2014). Die *Berliner Zeitung* und die *Frankfurter Rundschau* berichteten von spiegelnden, weißen Bodenflächen und schneeweißen runden Raumverteilern, projizierten Eiskristallen und Mumins, die laut den Journalisten ebenfalls cool sind (Sternburg 2014; Bähr 2014a). „Wir begaben uns dann in den Pavillon des Gastlandes, das mit dem Spruch ‚Finnland.Cool.‘ warb. Besser hätte man die Halle nicht auf den Begriff bringen können. Sie war in blaues Licht getaucht wie ein Aquarium und – cool“, schrieb *Die Welt* (Matussek 2014).

Bemerkenswert war, dass der Slogan in der *FAZ* als Werbespruch für den Messeauftritt und für das Land verstanden wurde. Die Organisatoren haben ihn hingegen eher als eine thematische Richtlinie für den Auftritt beschrieben (vgl. Hannemann 2014a). Mit den literarischen Inhalten des Auftritts wurde der Slogan nur etwas gezwungen verbunden, obwohl die Organisatoren genau das versuchten:

*Überhaupt ist der diesjährige Ehrengast überall auf der Buchmesse präsent. 60 zumeist weibliche Autoren beleben das Geschehen, etwa 130 Neuübersetzungen finnischer Werke ins Deutsche werden auf der Bücherschau vorgestellt. Die meisten davon sind sicherlich cool, vielleicht sind aber auch ein paar kühle dabei,*

wurde in der *FAZ* über das Literaturprogramm und den Slogan geschrieben. (Hierholzer 2014).

Während der Slogan zum Teil gemischt verstanden und rezipiert wurde, wurde der Pavillon fast einstimmig positiv aufgenommen. Die Reaktionen der Presse zum Design des Pavillons wie auch zum Dauerprogramm in den weißen Zylindern waren positiv. Das Programm wurde als überraschend beschrieben. Weiter wurde hervorgehoben, dass Literatur und Bücher im Pavillon eine zentrale Position hätten. Das Design des Pavillons wurde auf positive Weise als genau das beschrieben, was man von Finnland erwartet (Hierholzer 2014; Bähr 2014a): „Die pure Natur, die natürliche Schönheit, die unberührte Landschaft,

das klare, Wahre, Unverfälschte: So wollen wir uns Finnland gerne vorstellen, und so stellte es sich in diesem Pavillon auch dar“, wurde in der *FAZ* berichtet (Hierholzer 2014).

Vom tatsächlichen Messeprogramm auf dem Messegelände wurden lediglich einige Programmpunkte in der Presse notiert. Dazu gehörten u. a. der tägliche Programmpunkt „Finnlandisierung für Anfänger“ von Roman Schatz, ein deutsch-finnisches Singalong mit bekannten Liedern wie dem Gewinnerlied des Eurovision Song Contest „Hard Rock Hallelujah“ am letzten Messetag, das Dauerprogramm in den Zylindern des Pavillons und ein Programmpunkt zum finnischen Nationalepos Kalevala. Was aber neben dem Sauna-Programm auf großes Interesse stieß, waren die Ausstellungen des Rahmenprogramms in der Stadt Frankfurt. Der Unterschied in der Berichterstattung über das Kunstprogramm im Vergleich zum Sauna-Programm war, dass das Sauna-Thema bereits im Vorfeld der Buchmesse die Aufmerksamkeit der Presse bekam und etwas war, was von Finnland erwartet wurde. Die Ausstellungen dagegen galten als etwas Neues.

Als Highlight des Kunstprogramms kann die Helene Schjerfbeck-Ausstellung gesehen werden. Die Reaktionen waren begeistert. „Es wurde Zeit: Die Frankfurter Schirn Kunsthalle stellt die finnische Malerin Helene Schjerfbeck vor“ (Stäude 2014b). „Wer sie noch nicht kennt – und das werden (trotz einer Schau 2007 in Hamburg) viele sein –, sollte diese in ihrem Leben als zurückgezogen-scheue, als Künstlerin starke Frau nun kennenlernen.“ (Stäude 2014b). Die Schjerfbeck-Ausstellung war auch für die finnischen Organisatoren ein Highlight, worüber bereits im Vorfeld der Buchmesse in den finnischen Medien berichtet wurde (Gustafsson 2014b; HS-Kulttuuri 2014). Die Ausstellung war ein Beispiel für Kulturtransfer, bei dem Vermittlerebene und die Rezeptionsebene aufeinander trafen. In den Prozessen des Kulturtransfers ist es wichtig, dass der Vermittler antizipieren kann, woran der Rezipient Bedarf hat und was in der Zielkultur überhaupt rezipiert werden kann. „Vor allem die Tatsache, dass Finnland in diesem Jahr Gastland der Buchmesse ist, bringt nun eine große Helene Schjerfbeck -Ausstellung in die Frankfurter Schirn“, schrieb die *Frankfurter Rundschau* weiter (Stäude 2014b).

Auch die Ausstellungen der jungen zeitgenössischen Fotografie und Kunst nahmen in der Berichterstattung einen zentralen Platz ein. Die Ausstellungen „The Loveliest Girl in the World“, „Potretti“ und „Matters of Time“ wurden sowohl in der *Frankfurter Rundschau* als auch in der *FAZ* aufgegriffen. Obwohl die Ausstellung „Matters of Time“ z. B. in der *FAZ* eine gespaltene Rezeption und sogar Kritik als zu typisch finnisch hervorrief, weckte sie doch das Interesse der

Presse: „Nebel, Alkohol, ein paar Takte Tango in der dunklen, endlos langen Nacht und eine grenzlose Einsamkeit: Das ist das finnische Gefühl, wie wir es aus den Filmen Aki Kaurismäkis kennen.“ (Schütte 2014b).

Die Ausstellungen des Rahmenprogramms wurden besonders in Bezug auf den Nutzen der Buchmesse für die Frankfurter hervorgehoben. (vgl. Staude 2014b; Schubert 2014; Schütte 2014b):

*Nie scheint der Ausstellungsparcours durch die Museen dem Betrachter dichter, origineller, überraschender als in jenen Tagen im Oktober, wenn wie stets zahlreiche große Häuser dem Ehrengast und mithin in diesem Jahr Finnland ihre Reverenz erweisen. Ob das Deutsche Architekturmuseum junge finnische Baumeister, die Schirn Kunsthalle mit Helene Schjerfbeck eine Jahrhundertmalerin oder der Kunstverein im Steinernen Haus junge Künstler vorstellt: einen besseren Einblick in die Kunst- und Kulturszene des skandinavischen Lands bekommt man allenfalls in einer Woche Helsinki. (Schütte 2014b)*

Eine Ausnahme in der Diskussion über Finnlands Auftritt war die Eröffnungsveranstaltung. Die lokale Betonung war in der Berichterstattung über die Eröffnungsveranstaltung nicht zu sehen, auch wenn in der *Frankfurter Rundschau* hervorgehoben wurde, dass in den Eröffnungsreden auch Gemeinsamkeiten zwischen Hessen und Finnland gesucht wurden: „Bevor die Buchmesse literarisch wird, meldet sich traditionell erst einmal Politik zu Wort. Gratulationen, Träume, Traumata – und die Verbindung zwischen Gastland Finnland, dem ‚Herrn der Ringe‘ und Hessen“ fasste die *Frankfurter Rundschau* zusammen (Behr 2014).

Der Fokus der Berichterstattung über die Eröffnung der Buchmesse wurde auf Finnland und auf die Politik gelegt. „Kultur und Weltpolitik“, betitelte die *TAZ* ihren Bericht (Fanizadeh 2014a). Die Presse hob von den Reden der Eröffnungsveranstaltung entweder die Themen am häufigsten hervor, die die finnische Gesellschaft oder die politische Lage Europas reflektiert haben. Pisa und Ausbildung sowie Russland und der von Sofi Oksanen in ihrer Rede vorgestellte Hintergrund der finnischen Sprache stießen auf Interesse. Die Berichterstattung zu den Eröffnungsreden beeinflusste in vielerlei Weise auch die spätere Berichterstattung über den Auftritt und über Finnland. Besonders war dies darin erkennbar, wie über die Autorin Sofi Oksanen geschrieben wurde, wie auch das folgende Zitat zeigt (vgl. Kap. 6.4.4):

*Sofi Oksanen jedenfalls ist der lebende Beweis dafür, dass das Finnenleben ziemlich schön sein muss. Und das, obwohl sie als Halb-Estin noch eine*

*zusätzliche Ration historischen Traumatisierungspotenzials mitbekommen hat. Nein, sie hat das Buchmessepublikum nicht mitgenommen auf eine Schreckenstour durch die Abgründe der europäischen Geschichte, sondern mit Witz und Liebe von der Geschichte ihres Volkes, seiner Sprache und seiner Literatur erzählt (...). (Fuhr 2014)*

Die öffentliche Diskussion zeigte, dass die Buchmesse und der Ehrengastauftritt eine starke regionale Bedeutung haben. Es wurde hervorgehoben, was die Buchmesse gerade für das lokale Publikum bedeuten kann. Dabei spielten die Kernthemen der Messe, Literatur und der Lizenzhandel, nur indirekt eine Rolle. Durch die überregionalen Zeitungen erfuhren natürlich auch andere Leser vom Programm des Ehrengastes. Obwohl in der Berichterstattung über die finnische Präsentation die Vielseitigkeit des Programms nicht vollständig zum Vorschein kam, wurde vom Auftritt ein positives Bild übermittelt. „Finnland überzeugt in Frankfurt“ schrieb die *NZZ* (Breitenstein 2014). Während es bei einigen früheren Ehrengästen das Problem gab, dass die öffentliche Diskussion eher andere Themen als den Auftritt oder die Literatur des Landes hervorhob, war dies bei Finnland nicht der Fall (vgl. Kölling 2013; s. Kap. 3.3.2).

### 6.3 Das Finnland-Image in der deutschen Presse im Messejahr

Ein Image entsteht aus verschiedenen Elementen, bewusst und unbewusst. Die persönliche Erfahrungswelt der Rezipienten und der sogenannte Erwartungshorizont, z. B. soziokulturelle Erfahrungen, Landeskunde oder Kontakt mit dem Land direkt oder indirekt, bilden zusammen mit den Informationen, die von außen kommen, ein Image. Dies zeigte sich bereits in der Diskussion im vorherigen Kapitel. Trotz der Versuche der Organisatoren, den Slogan mit der Literatur zu verbinden, wurde er mit dem Image des Landes verbunden. Mit dem Messeprogramm, dem Pavillon und dem Slogan wollten die Organisatoren ein gewisses, bereits in der Planungsphase des Projekts definiertes Image von dem Land vermitteln. Wenn die Gestaltung des Images eines Landes durch den Kulturtransfer betrachtet wird, muss man sowohl auf die bereits bestehenden Informationen als auch auf die neuen, von den Exporteuren vermittelten Informationen, fokussieren. In diesem Kapitel wird betrachtet, wie Finnland als Land im Zusammenhang mit dem Ehrengastauftritt in der Presse diskutiert wurde. Als erstes geht es um die Artikel der Kategorie ‚Finnland‘. Danach wird das Image des Landes im gesamten Korpus betrachtet.

### 6.3.1 Zum Hintergrund des Finnland-Images und zu den Themen der Finnland-Diskussion

Salla Sorvisto (2006) untersuchte in ihrer Lizientienarbeit *Alte und neue Stereotype. Zum Finnland-Bild in der deutschen Presse der Jahrtausendwende* das Finnland-Bild und die Stereotype, die über Finnland in Deutschland zu Beginn des Jahrtausends vorherrschten. Dazu zählten viele alte und immer noch feste Stereotype wie Schweigen, Holz/Papier, Nokia, Wald oder Melancholie. Am Anfang des Jahrtausends wurde Finnland laut Sorvisto (2006: 98–99) oft als Hightech- oder Nokia-Land bezeichnet. Die Pisa-Ergebnisse machten das finnische Ausbildungssystem und Finnland als Pisa-Land bekannt (Sorvisto 2006: 123). Neben den Pisa-Ergebnissen bezeichnete Sorvisto (2006: 92, 139) das Finnland-Image, das die Filme von Aki Kaurismäki vermitteln, als ein neueres Finnland-Stereotyp (Sorvisto 2006: 110, 139).

In den Interviews, die ich auf der Frankfurter Buchmesse beim Publikum durchführte, sagten 49 von den 52 Befragten, dass der jeweilige Ehrengast das Interesse für das Land auch im Allgemeinen weckt. Obwohl die geringe Anzahl an Antworten nicht verallgemeinert werden kann, geben die Antworten tendenziell Auskunft über die Rolle des Landes beim Ehrengastauftritt und über die Bedeutung des Auftritts für das Land. Als die Befragten gebeten wurden zu berichten, was sie über Finnland wüssten, hatten die meisten Antworten etwas mit der Natur, der Landschaft oder den Jahreszeiten, vor allem mit der Kälte und dem Schnee, zu tun. Auch die Sprache und die Sauna wurden oft genannt. Ein paar Mal wurde auch Kaurismäki, der schräge Humor und die zurückhaltende Art der Finnen erwähnt. (s. Anhang 7)

Man kann davon ausgehen, dass die in Sorvistos (2006) Untersuchung vorgestellten Themen und die Antworten der Befragten dem verbreiteten Vorwissen noch heute entsprechen. Wenn nun das Finnland-Image und das Interesse der Presse für finnlandbezogene Themen im Ehrengastjahr betrachtet werden, dient diese Information als Ausgangspunkt. Dadurch kann festgestellt werden, in welchem Maße im Rahmen des Ehrengastprojekts lediglich das bereits Bekannte weitervermittelt und rezipiert wurde, und welche neuen Diskursstränge und neuartigen Images zu sehen waren.

Insgesamt gehörten zu der Kategorie ‚Finnland‘ im Korpus dieser Untersuchung 26 Artikel mit einem finnlandbezogenen Hauptthema. Typisch für diese 26 Artikel war, dass sich viele auf einen spezifischen Sachbereich konzentrierten. Am meisten wurde jedoch allgemein über Finnland (7 Artikel) und über die Gesellschaft und Politik (5 Artikel) berichtet. Zu den spezifischen Themen gehörten der finnische Tango mit zwei Artikeln, Natur, Bibliothek und

Ausbildung, Essen, Weihnachtsmann, Sauna, der sogenannte Volkscharakter der Finnen, Fotografie, Nokia, Sprache und Design mit jeweils einem Artikel. Die finnlandbezogenen Hauptthemen sind in der Tabelle 9 aufgelistet.

**Tabelle 9.** Hauptthemen der Kategorie ‚Finnland‘

Hauptthemen	Anzahl
Allgemeine Finnland-Informationen	7
Geschichte/Gesellschaft/Politik	5
Tango	2
Natur	1
Bibliotheken/Ausbildung	1
Essen	1
Weihnachtsmann	1
Sauna	1
Finnen	1
Fotografie	1
Nokia	1
Sprache	1
Design	1
Sonstiges	2

Als Unterthemen in den Artikeln der Kategorie ‚Finnland‘ kamen allgemeine Finnland-Informationen (24), Finnland-Stereotypen (18), Politik und Gesellschaft (13), der Finnland.Cool.-Slogan (6) und Autoren im Programm (7) am häufigsten vor. Insgesamt waren finnlandbezogene Unterthemen im gesamten Korpus die meistdiskutierten Unterthemen. Allgemeine Finnland-Informationen kamen in allen Artikeln insgesamt 52 Mal als Unterthema vor und Informationen, die als Stereotype über Finnland gelten, insgesamt 46 Mal (s. Tabelle 7).

### 6.3.2 Zur Definition des Finnland-Images der deutschen Presse

Bereits die quantitativen Angaben im Kapitel 6.1 deuteten darauf hin, dass das Interesse der Presse sich neben den literarischen Themen und dem tatsächlichen Auftritt auch auf das Land richtete. Zunächst wurden Antworten gesucht auf Fragen wie: Was ist Finnland für ein Land? Was ist typisch für Finnland, typisch für die Finnen und die finnische Literatur und Kultur? Es wurden sehr informative Artikel mit vielen Fakten über das Land, über die Geschichte, über Wirtschaft und Politik geschrieben, aber auch sehr pauschale Berichte, die

hauptsächlich auf den alten Stereotype aufbauten, ohne genauere Hintergrundinformationen.

Fast unabhängig vom genauen Hauptthema des Artikels begannen die meisten Artikel mit einem Einstiegsthema. Es wurde mit einigen Sätzen erklärt, womit der deutsche Zeitungsleser Finnland verbinden kann, oft mit einem Hinweis darauf, was es nun Neues zu lernen gebe. Beliebte Einstiegsthemen waren bereits aus der Untersuchung von Sorvisto (2006) bekannt: der Filmemacher Aki Kaurismäki, die finnische Sauna, die Weite der Natur, die Lesekultur, die Kälte des Winters, die Sprache, Nokia und die Pisa-Resultate der Jahrtausendwende. In vielen Fällen war der Einstieg in die weitere Diskussion eine Zusammenfassung davon, was bereits von Finnland oder von der finnischen Literatur oder Kultur in Deutschland bekannt war.

Während des Ehrengastjahres wurde festgestellt, dass Finnland ein nordisches bzw. nordöstliches Land ist, manchmal auch skandinavisch, und Russland als Nachbarn hat (Hannemann 2014b; Bigalke 2014). Es wurde erklärt, dass das Land nur 5,5 Millionen Einwohner hat, die eher wortkarg sind, außerdem 100 000 Seen und Millionen von Saunas und eine weite Natur. Helsinki ist die Hauptstadt, jede Gemeinde hat eine Bibliothek, weswegen die Finnen gut lesen können und bei den Pisa-Ergebnissen vorne liegen (Vogel 2014; Staude 2014a; FAZ 2014a). Finnland sei laut der Presse ebenfalls ein schweigsames Land mit Alkoholproblemen, dem Filmemacher Aki Kaurismäki und der Band Leningrad Cowboys, ein Land der starken Frauen sowie einer finnland-schwedischen Minderheit. Daneben wurden Kaffee-Verbrauch, Schnaps wie „Salmiakikossu“, Elch und Weihnachtsmann genannt (vgl. Bähr 2014b; Rosen 2014a; Giesecking 2014). Immer wieder wurde auch auf den Slogan des Auftritts hingewiesen, um ihn, wie bereits im vorherigen Kapitel erläutert, mit dem Land oder den Leuten zu vergleichen.

„Die Deutschen haben ein bestimmtes Bild von Finnland, (...) dieses Bild hat vor allem mit Kaurismäki-Filmen zu tun“, antwortete der Autor Juha Itkonen in der *Frankfurter Rundschau* auf die Frage nach den typischen Finnland-Klischees in Deutschland (Staude 2014c). Diese Ansicht wurde sowohl durch Sorvistos (2006) Untersuchung als auch im Material dieser Untersuchung bestätigt. „Immer wieder fragten sich Menschen: „Wie kann das finnisch sein? Nach den Klischees, die in Deutschland über den nordeuropäischen Staat vorherrschen, sind die Finnen doch eher düster und schwermütig, tragen vorwiegend Schwarz, trinken viel Alkohol und lassen das Leben melancholisch an sich vorbeitreten“, berichtete die *Frankfurter Rundschau* in einem Interview nach einem Besuch im finnischen Marimekko-Laden in Frankfurt (Göpfert 2014b). Aus dem Finnland-Image der

Kaurismäki-Filme kennt man den Finnen als wortkargen Melancholiker und das Land als dunkel und grau. Kaurismäki selbst wurde als „Chef-Melancholiker des europäischen Autorenkinos“ bezeichnet (Göpfert 2014b). Der Filmemacher Aki Kaurismäki war in den Artikeln zusammen mit der Autorin Sofi Oksanen eine der sichtbarsten Persönlichkeiten. Er wurde als Person vorgestellt, aber er und seine Filme dienten der Presse auch als eine Art Oberbegriff und Vergleichsobjekt für gewisse Eigenschaften der Finnen.

Kaurismäki und seine Filme haben bisher das Finnland-Image im Ausland zu einem sehr großen Teil geprägt. Weil das Vorwissen und die Vorstellungen von Finnland in zahlreichen Fällen auf Kaurismäkis Filmen basierten, war es leicht, diesen als Einstieg oder als Vergleichspunkt auch für eine weitere Diskussion zu benutzen. Daher ist es auch kein Wunder, dass das eher melancholische und düstere Image weiterhin das Interesse der Presse geweckt hat. Die *FAZ* fasste die Finnland-Klischees in folgender Weise zusammen:

*Über kaum ein Land werden so viele Klischees verbreitet wie über Finnland (Sauna, Wald, Wodka, Wortkargheit) –deshalb funktionieren auch die Antiklischees so gut (Tango, Rallye, Nokia, Kaurismäki). In den vergangenen Jahren sind die Finnen aber Opfer ihrer Versuche geworden, die Antiklischees gegen die Klischees in Stellung zu bringen. Denn der finnische Tango ist nun selbst zum Klischee geworden, Nokia ist nicht mehr das, was es einmal war, und Kaurismäki ist mit Leningrad Cowboys auch schon Längst zur Folklore geworden. (von Altenbockum 2014)*

Die Bedeutung von Kaurismäkis Filmen für das Finnland-Image ist vor allem in den Fällen zu sehen, in denen das Thema und der Kontext eigentlich etwas völlig Anderes waren, aber trotzdem auf das von den Filmen bekannte Image hingewiesen wurde. „Wenn etwas Schreckliches passiert ist, erzählt Pulkkinen, kommen die Menschen zusammen, trinken, essen, schweigen. Wie in den Kaurismäki-Filmen“, beschrieb die Sonntagbeilage des *Tagesspiegel* die finnische Kaffee-Kultur in einem Interview mit der Autorin Riikka Pulkkinen (Kippenberger 2014a). Über den finnischen Tango schrieb *Der Tagesspiegel*, dass er oft in Kaurismäkis Filmen getanzt wird und der Filmmacher ihn als „Blues der Finnen“ bezeichnet hat (Kippenberger 2014b). Eine thematische Verbindung wird in der *FAZ* hergestellt, die über Tango in folgender Weise schreibt: „Der finnische Mann, heißt es, rede nicht viel. Um mit den Frauen in Kontakt zu kommen, gebe es den Tango, der auf jedem Dorffest getanzt wird“ (Bähr 2014b). „Nicht lächeln, schließlich ist dein Leben ruiniert“, betitelte die *FAZ* und „Tango im Moll“ *Der Tagesspiegel* die Artikel über finnischen Tango (Bähr 2014b; Kippenberger 2014b).

Die Tatsache, dass Finnland gerade durch Kaurismäkis Filme bekannt ist, wurde nochmals bestätigt, als die aus seinen Filmen bekannte Schauspielerin Kati Outinen kurz vor der Frankfurter Buchmesse auf der Titelseite der Sonntagsbeilage des *Tagesspiegels* mit Fokus auf das Ehrengast-Finnland stand. „Ich hasse die Dunkelheit des Winters“, lautete die Überschrift (Rosen 2014b). Outinen wurde auch zu Kaurismäkis Finnland befragt:

*In seinen Filmen geht es um kleine Leute, die ein karges bis trauriges Leben führen. Wie passt das zu Ihrem Vorzeige-Land: Wohlstand, praktisch keine Korruption, Haushaltsdisziplin, Leseweltmeister, vorbildliche Schulen und Universitäten...?*

*–Es ist das andere Finnland. Nicht die Gegend um Helsinki und Espoo, die für all diese guten Resultate verantwortlich ist, sondern der Rest. (Rosen 2014b)*

Kaurismäki als eine Art Vermittlerfigur hatte eine besondere Rolle, auch wenn das aus seinen Filmen bekannte Image genauer betrachtet wurde. Er und das düstere Finnland-Image seiner Filme wurden als Vergleichsobjekt verwendet, um ein anderes Finnland zu beschreiben. „Fernab von Kaurismäki“ hat die *Frankfurter Rundschau* ein Interview mit dem Autor Juha Itkonen betitelt (Staudé 2014c). Ein weiteres Beispiel dafür ist ein Zitat aus der *Süddeutschen Zeitung*, in dem u. a. eine Reise nach Helsinki und ein Treffen mit dem Autor Philip Teir beschrieben wurden:

*Das ist jetzt kein Klischee, das ist ein hart recherchierter Fakt, dass finnische Autoren ihre Probleme nur wegschweigen. (...) Man erntet Schweigen – aber nicht dieses altfinnische verkapselte Wald-Öhi-Kaurismäki-Schweigen, sondern mehr so ein modernes, sonniges, gutgelauntes Schweigen. (Kessler 2014)*

In einem Artikel zum Thema Reisen in Finnland berichtet die *FAZ*: „In Nordkarelien, so heißt es, schlage das wahre Herz Finnlands. Dabei sind die Menschen hier ganz anders als das Klischee: keine Schweiger, keine Melancholiker, keine Eremiten, sondern Genießer des Lebens in jeder Hinsicht“ (Lerchenmüller 2014).

Wo die Vermittlung des melancholischen Kaurismäki-Images oder des stereotypischen Finnland-Bildes von den Organisatoren zunächst bewusst vermieden wurde, wurde die Lese- und Ausbildungskultur bewusst vermarktet (vgl. Kap. 5). Wie bereits in Sorvistos (2006) Untersuchung zu sehen war, hat die deutsche Presse sich bereits länger für die Pisa-Resultate Finnlands interessiert.

Das Image von Finnland als Musterland der Ausbildung und des Lesens stammt von den Pisa-Ergebnissen zur Jahrtausendwende und herrschte auch im Ehrengastjahr vor. Auf dieses Thema hat natürlich auch die Buchmesse als Anlass und die bewusste Vermittlung der Organisatoren den Fokus gelenkt. Das Thema diente jedoch eher als Einstieg in die genauere Diskussion um die finnische Lesekultur oder um die Gesellschaft herum:

*Lesen können sie. Das wissen wir seit der Pisa-Studie. Nächstes Jahr wird Finnland auf der Frankfurter Buchmesse der Welt zeigen, dass das große Land mit wenigen 5,5 Millionen Einwohner mehr als praktische Möbel, Leningrad Cowboys, Rentiersteaks und Saunen zu bieten hat. Ein Vorgeschmack. (Vogel 2013)*

*Die Finnen, beim globalen Pisa-Bildungstest immer vorne, sind eifrige Leser. Im kommenden Jahr wollen die Skandinavier als Ehrengast der Frankfurter Buchmesse nun die Welt von ihrer Literatur überzeugen. (dpa 2013)*

Die Kulturlandschaft und die Lesekultur Finnlands waren in der öffentlichen Diskussion vielseitig präsent. Es wurde klar, dass Finnland für seine aktive Literatur- und Lesekultur bekannt ist. Dieses Image wurde zwar mit den Pisa-Resultaten von Anfang des Jahrtausends verbunden. Quantitativ gezählt, hat der Pisa-Erfolg Finnlands jedoch letztendlich wenig Aufmerksamkeit auf sich gezogen, wie auch die Angaben in Tabelle 7 zeigten. Die Gründe für den Erfolg wurden eher anderswo gesucht. Dabei richtete sich der Fokus auf die Bibliotheksnetzwerke und die Literatur unterstützenden Strukturen der Gesellschaft. Finnland wurde als Land der Autoren und Bibliotheken und einer hohen Lesefertigkeit bekannt. „Bibliotheken als Wohnzimmer“ wurde in der *Frankfurter Rundschau* geschrieben (Staude 2014a). In den Artikeln wurde eindeutig interpretiert, dass das Bibliothekssystem einer der wichtigsten Gründe für die guten Ausbildungsergebnisse ist (vgl. Budeus-Budde 2014; dpa 2014a; Gehrman 2014a). Finnland als ein kleines Leserland wurde auch mit Island, dem Gastland der Buchmesse 2011 verglichen: „Finnland ist nicht wie Island, aber eigentlich doch. (...) Pisa-Ergebnis, Alphabetisierungsgrad, Bibliotheksnutzung, Anzahl der publizierten Buchtitel und der notorischen Leser, überall einfach nur Irrsinnswerte“ (Kessler 2014). Die *Süddeutsche Zeitung* sprach von einem „Nordic Miracle“ (Kessler 2014).

Nach einem Besuch in der Bibliothek des Bezirks Kallio in Helsinki schrieb die *Frankfurter Rundschau*:

*In jeder Gemeinde findet sich mindestens eine Bücherei – Nutzung natürlich kostenlos. In den dünn besiedelten Gebieten des großen Landes mit seinen*

*fünfeinhalb Millionen Einwohner und fast 100 000 Seen und Inseln werden Tausende von Stützpunkten von mobilen Büchereien angefahren. (dpa 2014a)*

*Natürlich gibt es auch in Finnland überall im Land verteilt Bibliotheken (...). Aber die Finnen wollen garantieren, dass wirklich alle problemlos mit Literatur versorgt werden, selbst in den letzten Winkeln des Landes. Vielleicht schneiden die finnischen Kinder ja deshalb immer so gut bei Wissenstests ab, in denen sie sich mit Kindern anderen Ländern messen,*

bestätigte wiederum *Der Tagesspiegel* und beschrieb die Besuche der Schüler in den mobilen Bibliotheken in Finnland (Gehrmann 2014a).

Weiter wurde in der Diskussion hervorgehoben, dass Finnland nicht nur aktive Leser hat, sondern im Vergleich zur Einwohnerzahl auch eine Vielzahl von Autoren (dpa 2014a). „Wer hat schon ein Staatsoberhaupt und eine First Lady, die Bücher schreiben? Finnland natürlich, der Ehrengast der Frankfurter Buchmesse“, wurde in *FAZ* nach einem Treffen mit dem finnischen Präsidenten bewundernd festgestellt (Hannemann 2014b). Auf den gesellschaftlichen Stellenwert von Literatur und Autoren wird in der *Süddeutschen Zeitung* eingegangen. Die Diskussion über die Literatur, Lesefertigkeit und die Bibliotheken vermittelte ein positives und literaturfreundliches Image vom Land.

*Die Antwort liegt nicht nur beim Erbe des nördlichen Wohlfahrtsstaates mit seinen enormen Kultursubventionen. (...) Aber Stipendienfürsorge, Familienverflechtungen und Autorennenjobs als Journalist, Fernsehdiskutant oder einfach öffentliche Person tauchen bei nahezu jeder finnischen Autorenbegegnung wieder auf. (Kessler 2014)*

Wie bereits im vorherigen Kapitel festgestellt wurde, stieß das Sauna-Programm auf großes Interesse. Die Saunakultur gehörte zu den Themen, die als Teil der bewussten Vermittlungstätigkeiten der Organisatoren gesehen werden können. Neben dem Sauna-Programm in der Stadt Frankfurt wurden bei den Journalistenreisen in Finnland öffentliche Saunen präsentiert. Zudem haben sich die Journalisten auch von sich aus mit der Saunakultur auseinandergesetzt. Sauna ist eines der bekanntesten Dinge, die man mit Finnland verbindet, und die „finnische Sauna“ ist mittlerweile auch in Deutschland ein etablierter Begriff. „Auf zwei Finnen kommt statistisch eine Sauna“, wurde in der Sonntagsbeilage des *Tagesspiegels* mit dem Titel „Sauna in Finnland. Ein Land schwitzt“ berichtet (Rosen 2014c). In diesem Fall wurde nicht auf das Messeprogramm hingewiesen, sondern es wurden unterschiedliche Saunen in Finnland vorgestellt. Im Unterschied dazu, dass das Finnland-Image der Kaurismäki-

Filme eher abgebaut als verstärkt wurde, wurden durch das Sauna-Thema Stereotype wieder verstärkt. Ein weiterer Unterschied war, dass das Sauna-Image zum größten Teil durch das tatsächliche Messeprogramm zustande kam, trotz der Tatsache, dass die Organisatoren ursprünglich die Vermittlung des stereotypischen Images vermeiden wollten. „Finnen brauchen eine Sauna – auch auf der Messe“, titelte die *FAZ* (Balke 2014a).

Es zeigte sich, dass gerade die Journalistenreisen dazu geeignet waren, das Image des Landes zu hinterfragen. Aus den Artikeln ging hervor, dass die Lesekultur durch die Besuche der Journalisten in Finnland bekannt wurde. Damit war also das Bestreben der Organisatoren, dieses Image hervorzuheben, gelungen. Das Image, das durch die Reisen vermittelt wurde, war stark an die literarische Landschaft gebunden. Teilweise kam es durch Interviews mit finnischen Autoren zustande. Das Land und die finnische Kultur waren das Hauptthema in vielen Autoreninterviews. Bei den Interviews kam die persönliche Ebene des Kulturtransfers zum Vorschein. Der Interviewpartner hatte einen großen Einfluss auf die Art und Weise, wie das Land, dessen Image oder z. B. die Stereotype beschrieben wurden, wie bereits das obengenannte Kaurismäki-Zitat aus dem Interview mit dem Autor Juha Itkonen zeigte. Die Autoren wurden als Repräsentanten des Landes gesehen. Die persönlichen Begegnungen, Interviews, Treffen mit den Autoren, die gesammelten Erfahrungen und die von den Organisatoren bewusst vermittelten Themen hatten einen Einfluss auf die in den Medien diskutierten Inhalte und auf das Finnland-Image. Dadurch wurden Stereotypen zur Diskussion gestellt: Sie wurden sowohl abgebaut als auch verstärkt.

Der Autor Tuomas Kyrö kommentierte die angeblich wortkargen Finnen im *Tagesspiegel* in folgender Weise: „In unserem flächenmäßig großen Land leben weniger als 5,5 Millionen Einwohner. Der nächste Nachbar ist 76 km entfernt, dafür sind viele Elche und Bären in unserer Nähe. Wie sollen wir in so einer Umgebung den Smalltalk erlernen?“ (Gehrmann 2014b). In dem Interview wurden elf Fragen gestellt, wovon zehn mit dem Schweigen der Finnen zu tun hatten. Während Tuomas Kyrö und die Schauspielerin Kati Outinen das stereotype, schweigsame und ironische Finnland beschrieben, wurde Finnland vom Autor Philip Teir eher durch Helsinkis Hipster-Szene beschrieben (Kessler 2014). Das bereits genannte Interview mit der Autorin Riikka Pulkkinen in der Sonntagbeilage des *Tagesspiegel* konzentrierte sich wiederum auf das Kaffeetrinken, auf die Sitten und Gebräuche der Finnen und auf die Cafékultur Helsinkis. Ein weiteres Beispiel des persönlichen Einflusses sind die finnlandschwedischen Autoren. Ulla-Lena Lunberg hat für die deutsche Presse

ihr Zuhause und den Spielplatz ihres Romans, die Ålandinseln, vorgestellt. Dazu schrieb die TAZ:

*Ulla Lena Lundberg kann tagelang über die Geschichte der Insel Kökar erzählen (...) Die Schriftstellerin wurde auf dem grauen Eiland zwischen Helsinki und Stockholm geboren. (...) Auf den Ålands spricht man Schwedisch, die etwas mehr als 28000 Einwohner und die 6700 Inseln (...) gehören aber zum finnischen Staat. (Fanizadeh 2014b)*

In den Autoreninterviews und Erfahrungen der Journalisten wurde ein Finnland-Image aus der persönlichen Sicht der Autoren und Journalisten vermittelt. Der Ehrengast wurde in der Presse aber auch mit aktuellen politischen und gesellschaftlichen Themen verbunden. Die Buchmesse hat auch eine gesellschaftliche und politische Funktion, die oft gerade in der Diskussion um den Ehrengast erkennbar ist. War während Islands Auftritt die Finanzkrise des Landes das heiße politische Thema, wurden in Finnlands Fall zwei Themen hervorgehoben: der große Nachbar Russland und der Absturz von Nokia in Folge der wirtschaftlichen Stagnation. Das Land wurde auch als Russland-Experte bezeichnet (vgl. Hannemann 2014b). Während das durch den Pisa-Erfolg entstandene Image als Musterland der Ausbildung noch im Ehrengastjahr ziemlich unverändert blieb, hatte sich, von wenigen Ausnahmen abgesehen, das Image vom Nokia-Finnland zum größten Teil verflüchtigt. Nokia war eher eine Bezeichnung dafür, was Finnland nicht mehr ist. „Die alten, von der Euphorie im „Nokia-Land“ überdeckten Themen Finnlands sind wieder zurück. Die Furcht vor dem Erlahmen der Wirtschaft. Und vor Russland“, berichtete die FAZ (Hannemann 2014b). „Als „cooles“ Land wollte Finnland an [sic] der Frankfurter Buchmesse auftreten. Doch Lockerheit war gestern. Die Geschichte hat die Finnen eingeholt – und sie trägt wie immer den Namen Russland“, fasste die NZZ ihren Eindruck vom Ehrengast zusammen (Keel 2014a). Durch das Russland-Thema erschien es auch nötig, genauer zu erklären, wo Finnland geographisch liegt. „Geographie ist Schicksal“, stellte die NZZ in Bezug auf die geographische Lage Finnlands fest (Keel 2014b). „Russland und Finnland teilen eine 1300km lange Grenze“, wurde in der Süddeutschen Zeitung erklärt (Biglake 2014). Obwohl diese Zitate ein ganz anderes Finnland-Bild als jene vom vorbildlichen Leserland vermitteln, bildeten sie einen wichtigen Teil des Finnland-Images.

Alle oben vorgestellten Beispiele sind aus dem Korpus ausgewählt, weil sie für die Diskussion zum Thema Finnland besonders repräsentativ sind. Zusammenfassend kann man von der Diskussion über Finnland drei zentrale Themenschwerpunkte hervorheben. Es gab das bereits bekannte Finnland-Image, das

durch die Filme von Aki Kaurismäki, den Nokia-Rausch, die Sauna, aber auch durch die Pisa-Resultate geprägt war. Dieses Image wollte die Presse weiterhin präsentieren. Daneben gab es das Image, das durch die bewusste Vermittlung der Organisatoren und die Begegnungen in Finnland zustande kam, wonach Finnland als Literatur- und Leseland und als Land der „gut gelaunten Schweiger“ bekannt wurde. Durch den politischen Diskurs zur Zeit des Ehrengastauftritts wurde Finnland als Russland-Nachbar und Russland-Kenner betrachtet, aber auch in politisch-ökonomischer Sicht durch den Nokia-Niedergang, was zeigte, wie stark Nokia immer noch mit Finnland assoziiert wird.

Anhand der Beispiele kann festgestellt werden, dass die bereits aus Sorvistos Untersuchung bekannten Stereotype auch im Ehrengastjahr die Diskussion zum großen Teil beherrschten. An ihnen orientierte man sich, wenn ein leichter Einstieg in das Thema gewünscht war. Die analysierten Artikel zeigten, dass das bereits für die deutsche Leserschaft bekannte, oft stereotype Finnland-Image nach einer genaueren Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Thema auch abgebaut, erweitert oder verändert wurde. Als Auslöser für die ausführlichere Diskussion über Finnland dienten eine genauere Beschäftigung mit der finnischen Literatur, Besuche in Finnland sowie Interviews und Begegnungen mit den Autoren, aber auch Aussagen von der finnischen Seite, wie z. B. die Reden bei der Eröffnungsveranstaltung der Buchmesse. Durch die Besuche, die Interviews und die aktuelle Literatur kamen auch neue Themen zur Diskussion, wodurch der Ehrengastauftritt in der Vermittlung des Finnland-Images eine größere Bedeutung bekam. Das von der Presse gebildete Finnland-Image zeigte, dass das Ziel, ein neuartiges Finnland-Image zu bilden, für die Organisatoren des Ehrengastprojekts einerseits gelungen ist. Andererseits aber wurden gerade durch die bewusste Vermittlung Stereotype verstärkt.

Obwohl sich die Presse in vielen Fällen an das stereotype Finnland-Image anlehnte, wurde klar, dass auch ein Bedürfnis, etwas Neues über Finnland, über die Gesellschaft und die Kultur zu lernen, vorhanden war. Was gibt es außer „Holz, Handys und Death Metall“, wurde in der Süddeutschen Zeitung gefragt (Kessler 2014). Was für ein Land ist nun Finnland neben den bereits bekannten Klischees oder Stereotypen?

*Was es tatsächlich heißt, Finne zu sein, zu diesem kleinen Volk am Rand der westlichen Welt zu gehören, das kann man als Besucher nur erahnen. Vielleicht wissen es die Finnen selbst nicht genau. Es scheint so, als suchten sie ihren Platz in der Welt, wie schon seit 200 Jahren. So jung ist ihre Nation. Und unmittelbar verbunden mit dieser Suche ist die finnische Literatur. (Bigalke 2014)*

## 6.4 Finnische Literatur in der deutschen Presse

Die Frage, wie finnische Literatur in Deutschland aufgenommen wurde und welche Autoren und Bücher das Interesse der Medien weckten, gibt Auskunft darüber, wie gelungen die Auswahl der Autoren für die Buchmesse war, und zeugt vom Erfolg des Ehrengastprojekts unter dem Aspekt der Literaturvermittlung. Die öffentliche Rezeption in den Medien kann als ein Schnittpunkt zwischen Vermittlung und allgemeiner Rezeption gesehen werden, da die Diskussion sowohl eine informative Vermittlungsfunktion als auch eine bewertende Funktion in Form von Kritik hat. Von der Kritik werden auch gewisse Eigenschaften erwartet (s. Kap. 2.2.3). Die öffentliche Diskussion hängt ebenfalls mit der allgemeinen Öffentlichkeit der Literatur und den Autoren zusammen. Vor allem beim Marketing und Handel wird viel Wert auf die Rolle und die Sichtbarkeit des Autors in der Öffentlichkeit gelegt. Die Rolle der Autoren in der Öffentlichkeit kann auch hier nicht übergangen werden. Sichtbarkeit in den Medien ist oft erstrangig für den Erfolg der Autoren, vor allem wenn es um die Autoren geht, die zum weniger autonomen Teil des literarischen Feldes gehören (vgl. Kap. 2.1.3 und 2.1.4). Diese sogenannte Benennungsmacht der Medien beeinflusst die Positionen der Akteure im literarischen Feld und ihre Kapitalausstattung (vgl. Kap 2.1.4).

Im Folgenden wird die öffentliche Diskussion unter dem Gesichtspunkt der finnischen Literatur betrachtet. Es wird gefragt, was für ein Bild in der deutschen Presse über Finnland als Literaturland und über das literarische Feld Finnlands herrschte und welche Beachtung finnische Literatur und Autoren im Rahmen des Ehrengastjahres in der deutschen Presse bekamen. Gezielt wird darauf geachtet, wie finnische Literatur in den ausgewählten Artikeln diskutiert wurde, welche Themen, welche Autoren und welche Bücher hervorgehoben wurden und warum. Darüber hinaus wird dargelegt, ob und inwiefern die Schwerpunkte der Diskussion mit den strategischen Zielen der Organisatoren des Ehrengastprojekts zu verbinden sind. Haben gerade die Autoren in der Presse Beachtung bekommen, die auf der Buchmesse als Teil des Programms präsentiert wurden?

### 6.4.1 Die thematischen Schwerpunkte der Literatur-Diskussion

Der größte Teil der Artikel im Korpus dieser Arbeit hatte ein literaturbezogenes Hauptthema. In der Auswahl der Artikel fokussierten 72 Beiträge hauptsächlich auf die finnische Literatur, die Autoren, den finnischen Buchmarkt und die Lesekultur und gehörten damit zur Kategorie ‚Literatur‘. Der größte Teil der Artikel, insgesamt 29, fällt unter das Thema „Büchervorstellungen und Portraits“. Zu diesem Thema gehören Artikel, die z. B. einen oder mehrere

Autoren und Bücher vorstellten. Die Rezensionen bilden die zweitgrößte Gruppe mit 25 Artikeln. Interviews mit einem oder mehreren Autoren gab es im Korpus insgesamt neun. Unter ‚Allgemeines über Literatur und Lesekultur‘ wurden insgesamt vier Artikel gezählt. Literaturbezogene Unterthemen machten insgesamt ca. 32 Prozent aller Unterthemen des gesamten Korpus aus. Dabei wurde am häufigsten über Autoren, die als Teil des Messeprogramms vorgestellt wurden, und über zeitgenössische Belletristik geschrieben (s. Tabelle 7). Die literaturbezogenen Hauptthemen sind in der Tabelle 10 aufgelistet.

**Tabelle 10.** Hauptthemen der Kategorie ‚Literatur‘

Hauptthemen	Anzahl
Büchervorstellungen und Portraits	29
Rezensionen (Literatur)	26
Autoreninterviews	9
Allgemeines über Literatur und Lesekultur	4
Texte von Autoren	2
Deutsches Verlagswesen	1
Geschichte/Gesellschaft	1

Die Unterthemen der 72 Artikel, die zur Kategorie ‚Literatur‘ gehörten, waren vielfältig (s. Tabelle 7). Neben Literatur, Lesekultur und Autoren, sowohl auf der Buchmesse präsentierten (43) als auch nicht präsentierten (10), wurden die zeitgenössische Belletristik (30) finnische Gesellschaft, Politik, das Land und die Leute wie auch die Sitten und Gebräuche von sehr unterschiedlichen Sichtpunkten aus diskutiert. Besonderes Interesse wurde auf die Zweisprachigkeit des Landes gerichtet (23). Das Thema Zweisprachigkeit wurde auch bewusst von den Organisatoren vermittelt und bekam eine zentrale Position während des gesamten Ehrengastprojekts. Die finnlandschwedische Kultur war eines der Themen der Journalistenreisen nach Finnland. Eines der vorbereitenden Projekte vor dem Ehrengastjahr fokussierte auf den Export der finnlandschwedischen Literatur (s. Kap 5.3). Die Vermittlungsarbeit gelang, weil finnlandschwedische Autoren viel Aufmerksamkeit in der Presse bekamen.

Etwas unerwartet wurde gerade unter den Literaturartikeln auch viel über Helsinki und über Finnland als Reiseziel geschrieben. Die Erwartung war, dass solche Themen eher in den Artikeln der Kategorie ‚Finnland‘ vorkommen würden. Der Befund erklärt sich jedoch damit, dass die Autoreninterviews in vielen Fällen in Helsinki während der Journalistenreisen durchgeführt wurden. Die Präsenz Lapplands gerade unter ‚Literatur‘ erklärt sich durch die Journalistenreisen, aber auch durch die Themen der zeitgenössischen Literatur.

Die Themen der zeitgenössischen finnischen Literatur, besonders der Zweite Weltkrieg und dessen Folgen, erklären auch, warum z. B. Estland und die deutsch-finnischen Beziehungen gerade in den Artikeln der Kategorie ‚Literatur‘ Interesse geweckt haben (s. Tabelle 7). Häufig wurde in den Artikeln besonders hervorgehoben, dass gerade Autorinnen über bestimmte Themen wie den Krieg schreiben, weswegen Frauen bzw. Weiblichkeit von Autoren als Unterthema in der Tabelle 7 aufgelistet wurde. Das Hervorheben genau jener Autorinnen und Autoren, die über die Kriegsthematik schreiben, wies auch eine direkte Verbindung zur Vermittlungsarbeit der Organisatoren auf (vgl. Kap 5.3.2 und 5.4).

#### 6.4.2 Finnland als Literaturland und das „Finnische“ der finnischen Literatur

„Endlich treten die Finnen ans Licht“, stand auf der Titelseite der *FAZ* einen Tag vor dem Buchmessebeginn mit einem Bild von den Mumin-Figuren der Autorin Tove Jansson (*FAZ* 2014b). In der *Süddeutschen Zeitung* wurde konstatiert, dass „das Literaturland Finnland endlich die Gelegenheit (hat), sich auf seinem wichtigsten Exportmarkt Deutschland mit allen Facetten zu präsentieren“ (Maidt-Zinke 2014). „Das Problem der Finnen ist jedoch, dass nur wenige Autoren im Ausland so richtig bekannt sind“, stellte die *Frankfurter Rundschau* fest, nachdem die lebhaftere Lesekultur und die Bibliotheksnetzwerk vorgestellt wurden (dpa 2014a). Diese Zitate spiegeln sowohl die öffentliche Diskussion zur finnischen Literatur im Allgemeinen als auch die eher schwache Position der finnischen Literatur in Deutschland wider (vgl. Kap. 4).

Wenn das gesamte Korpus betrachtet wird, war Literatur erwartungsgemäß in allen Kategorien präsent. Wie bereits einige Beispiele im vorherigen Kapitel zeigten, wurden die literarischen Themen besonders mit der gesellschaftlichen Entwicklung und dem Finnland-Image verflochten. Das Image, das von dem Land in der öffentlichen Diskussion vorherrschte, bildete eine Basis für die Diskussion über die finnische Literatur und für die Rezeption der Literatur. Die literarischen Inhalte hatten wiederum einen Einfluss auf die Themen, die mit dem Land verbunden wurden. Durch das analysierte Material wurde klar, was von der finnischen Literatur und von der Branche in Deutschland bereits bekannt war und welche Vorstellungen oder Erwartungen in Deutschland vorherrschten.

In der Presse trafen die Erwartungen und Vorstellungen der Journalisten auf die bewusste Vermittlung der Organisatoren. Ein Gesamtbild vom literarischen Feld Finnlands wurde von der Presse sowohl aus den gesellschaftlichen Strukturen und deren Entwicklung, dem Finnland-Image und aus der geographischen Lage

des Landes als auch aus den aktuellen Themen der zeitgenössischen finnischen Literatur zusammengesetzt. Es wurden Vergleichsobjekte aus der Geschichte des Landes, aus der Filmbranche und manchmal auch aus den skandinavischen Ländern gesucht (s. Tab 7). Was jedoch in der öffentlichen Diskussion zu erkennen war, war eine gewisse Unwissenheit darüber, was aus Finnland literarisch zu erwarten war. In der Presse wurde die Frage gestellt, was Finnland überhaupt literarisch zu bieten hat, was für ein Literaturland Finnland ist und weiter, ob in der finnischen Literatur ebenfalls das typische skurril-melancholische Finnland-Image zu sehen ist, das von den Kaurismäki-Filmen bekannt ist: „Finnland, da denken alle gern an melancholische Trinker und an Kaurismäki. Im Herbst ist Finnland Gastland der Buchmesse – eine gute Gelegenheit, um zu sehen, wovon finnische Literatur sonst noch so handelt“ (Bartels 2014a).

Mit einem kurzen Blick in die Zeit vor dem Ehrengastjahr kann man bestätigen, dass finnische Literatur als Folge des Booms der skandinavischen Kriminalliteratur in den letzten Jahren etwas mehr Aufmerksamkeit in Deutschland bekommen hat (s. Kap. 4.3). Wegen des Krimi-Booms der letzten Jahre wurde auch in der Analyse von der Vermutung ausgegangen, dass Krimis das Interesse der Presse wecken würden. Die geographischen Hinweise wie „Im hohen Norden“, „Literatur aus Skandinavien“, oder „da Oben“ stellen eine Verbindung zu den anderen nordischen Ländern dar (vgl. u. a. Breitenstein 2014). Es gab Beispiele dafür, dass Finnland in Bezug auf die Krimiwelle mit den anderen nordischen Ländern verbunden wurde. So wurde z. B. in der *FAZ* kurz vor der Buchmesse geschrieben:

*Es muss kein Nachteil sein, dass Finnland von der Außenwelt noch zweihundertfünf Jahre nach der Abtrennung von Schweden in einem Atemzug mit dem Land des Drei-Kronen-Wappens genannt wird. Dem Buchhandel gilt der Norden als eine weite, von Island bis an die Russischen Grenze durch das Genre des Schwedenkrimis geeinte Nation. (Heinemann 2014)*

Weiter fragte die *FAZ*, was für ein Krimiland Finnland ist: „Schwedische Krimiautoren sind eine Weltmacht, finnische noch nicht einmal Regionalmacht. Nun bringen die Finnen zur Buchmesse einen Stapel Krimis mit. Was für einem Land begegnen wir da?“ (Heinemann 2014). In einem Artikel zitierte *Der Tagesspiegel* den finnischen Autor Petri Tamminen: „Wenn deutsche Leser finnische Bücher in die Hand nehmen, dann erwarten sie, dass diese irgendwie skurril, abseitig oder lustig sind, irgendwo zwischen der Filmsprache eines Aki

Kaurismäki und dem Sound von 22 Pistepirkko angesiedelt. Oder dass sie zumindest einen Krimi präsentiert bekommen“ (Bartels 2014a).

Obwohl das Bild der finnischen Literaturszene auch im Ehrengastjahr teilweise mit der skandinavischen Krimiwelle verbunden war, wurde bei einer etwas genaueren Betrachtung klar, dass Finnland neben Krimis literarisch mehr zu bieten hat (vgl. dpa 2014a; Budeus-Budde 2014; Kessler 2014). „Im Bewusstsein des deutschen Lesers gehört Finnland in Sachen Krimi allemal zu Skandinavien. Doch ist Finnland nicht so gewaltig als Krimiland bekannt wie Schweden“, schrieb die *Frankfurter Rundschau* in einem Interview mit dem Krimiautor Matti Rönkä (Staude 2014f). In der Analyse der Artikel wurde festgestellt, dass die skandinavische Krimiwelle lediglich als Vergleichsobjekt diente und letztendlich quantitativ keine große Bedeutung in der Diskussion hatte.

Erklärungen dafür, was die finnische Literatur heute ist, wurden in der Geschichte und Entwicklung des literarischen Feldes und der Literatur gesucht. Die finnische Literaturbranche wurde für die große Anzahl an Autoren und veröffentlichten Titeln bewundert. Es wurde gefragt, wie so ein kleines Land eine so reiche Literaturszene haben könne. Die gesellschaftliche Stellung der Literatur, die Anerkennung der Autoren in der Gesellschaft, die Lesefertigkeit und das Interesse der Finnen für die Literatur wurden hervorgehoben. Aleksis Kivi, der als Vater der finnischen Literatur bezeichnet wird, und die Betrachtung der historischen Entwicklung des Betriebs schafften ein Grundverständnis über das finnische literarische Feld. Kivis historisches Werk *Sieben Brüder* (2014) wurde für die Buchmesse neu übersetzt.

*Es scheint, als habe der Schneidersohn Aleksis Kivi (...) seinen Landesleuten damit ein bis heute gültiges Programm an die Hand gegeben. Es lautet: Lesen ist lebenswichtig für das Individuum und die Gesellschaft, aber es kann seinen Zweck nur erfüllen, (...) wenn es als sinnvoll erlebt wird und keine Frustration erzeugt. Insofern können Finnlands einfallsreiche und international bewunderte Maßnahmen zur Leseförderung, die im Vorfeld der Frankfurter Gastlandauftritts viel von sich reden machten, mehr oder weniger direkt auf die Sieben Brüder zurückgeführt werden. (Maidt-Zinke 2014)*

Die volksnahe Stimme von Aleksis Kivi wurde als Basis der finnischen Literatur gesehen, die noch in der heutigen Literaturbranche spürbar ist, „als hätte sich hier eine Tradition des Geschichtenerzählens erhalten, die bei Aleksis Kivis ungeheuer gesprächigen Helden ihren Anfang nahm“ (Maidt-Zinke 2014). Weiter wurde festgestellt, dass die Literatur und Autoren als Erbe Aleksis Kivis in der Gesellschaft für alle da sind und keinen elitären Stempel haben (vgl. Moster

2014). Dies war auch eine der Kernbotschaften der Organisatoren und wurde neben der Vielseitigkeit und Zweisprachigkeit der finnischen Literatur von den Organisatoren betont. Die Rolle Aleksis Kivis' zeigte sich gerade in den Artikeln, die das finnische literarische Feld und dessen Entwicklung erläuterten. Insgesamt wurde im Korpus in 13 Artikeln auf ihn hingewiesen (s. Anhang 4).

Fanizadeh (2014b) hob nach einem Gespräch mit dem Autor und Übersetzer Stefan Moster hervor, dass die finnische Literaturszene auch heute von einem besonderen „Näheverhältnis“, wie sich Moster ausdrückt, zwischen Autoren und Leserschaft gekennzeichnet ist. In ähnlicher Weise wurde das finnische literarische Feld auch in der *Süddeutschen Zeitung* beschrieben:

*Literatur, lautet die unausgesprochene, aber offenkundig wirksame Devise, darf nicht mit elitärem Gestus auftreten, sich nicht „abgehoben“ gerieren, sondern muss sich prinzipiell an alle wenden, nahe am Alltag bleiben und verständlich sein. Und so wird man in dem Panorama der finnischsprachigen Literaturszene, das sich in diesem Jahr in nie gekannter Breite vor uns entfaltet, überwiegend solide, realistische Erzählprosa finden, die zwar häufig brisante Themen in Angriff nimmt, sich jedoch stets auch zu ihrer Unterhaltungsabsicht bekennt. (Maidt-Zinke 2014)*

„Volksnah und verquer“, wurde ein Artikel der *Süddeutschen Zeitung* betitelt (Bigalke 2014). Dieses Beispiel zeigt auch die gewisse Eigenart, die durch die Kleinheit des Marktes entstanden ist. Nach einem Treffen mit Übersetzer Stefan Moster berichtete die *Süddeutsche Zeitung* weiter:

*Eine Literatur, die alle verstehen, die oft aus der Perspektive der kleinen Leute geschrieben ist. Finnische Autoren hätten – anders als in Deutschland – nicht die Aufgabe, etwas Besonderes zu formulieren oder einen besonderen Standpunkt einzunehmen. In Finnland sei es umgekehrt: Hier nehme der Autor eher den normalen Standpunkt ein, was alle anderen auch wahrnehmen. (Bigalke 2014)*

In Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Stellung der Autoren und der Literatur wurde hervorgehoben, dass die staatlichen Strukturen in Form von Kultursubventionen, Autorenresidenzen und Lese- und Übersetzungsförderung auch eine geeignete Plattform für die literarische Arbeit bieten, wie im folgenden Zitat reflektiert wird:

*(...) Und nichts gegen die wunderschöne Residenz des finnischen Schriftstellerverbandes mit ihren zwanzig festen Arbeitsplätzen für Autoren, aber in ihren lichten Räumen beschleicht einen doch die Frage, wie in*

*Finnland eine kleinere Bevölkerungszahl als im Ruhrgebiet eigentlich einen derart lebhaften Literaturbetrieb (...) hervorbringen kann. Die Antwort liegt natürlich nicht nur beim Erbe des nördlichen Wohlfahrtsstaates mit seinen enormen Kultursubventionen. (...) Aber Stipendienfürsorge, Familienverflechtung und Autorenn Nebenjobs als Journalist, Fernsehdiskutant oder einfach öffentliche Person tauchen bei jeder finnischen Autorenbegegnung wieder auf. (Kessler 2014)*

Einer der bestimmenden Faktoren in der Beschreibung der literarischen Landschaft war die Diskussion über Sprache und Nation. Es wurde festgestellt, dass die Literatur Finnlands manchmal eine sehr finnische Stimme hat, die sich anderen Kulturen nur schwer öffnet (vgl. Bartels 2014a). „Finnen war die Eigenständigkeit seit jeher wichtig: Ihre kleine Sprache gehört ihnen allein. Die nationale Literatur wirkt daher oft eigenbrötlerisch. Allerdings nur auf denjenigen, der keine Selbstironie versteht“, beschrieb die *Süddeutsche Zeitung* die literarische Landschaft Finnlands (Bigalke 2014). Die bereits erwähnte Eigenartigkeit der finnischen Literatur wurde eng mit der finnischen Sprache verknüpft. Jedoch war die Tatsache, dass das Land zweisprachig ist und die Literatur in beiden offiziellen Sprachen, Finnisch und Schwedisch, veröffentlicht wird, eines der meistdiskutierten Unterthemen in der Presse (vgl. Tabelle 8). In Anlehnung an die Artikel kann festgestellt werden, dass die Zweisprachigkeit offenbar erst während des Messejahres zur Kenntnis genommen wurde:

*Offiziell ist Finnland zweisprachig (...). Die finnische Literatur ist daher noch recht jung – der erste Roman auf Finnisch erschien erst um das Jahr 1850. Gegenüber der ehemaligen schwedischsprachigen Elite gibt es immer noch Vorurteile, wie Autor Westö sagt. Er selbst schreibt auf Schwedisch (...). Immer noch fast 100 Schriftsteller stellt diese Minderheit. (dpa 2014b)<sup>53</sup>*

Die *Süddeutsche Zeitung* sprach von zwei Traditionslinien einer speziellen Literaturszene und wunderte sich, dass die 300 000 Finnlandschweden jährlich 200 Bücher veröffentlichen (Maidt-Zinke 2014). Es wurde sogar von zwei unterschiedlichen Literaturszenen gesprochen (ebd.). Fast jedes Mal, wenn ein finnlandschwedischer Autor interviewt oder vorgestellt wurde, wurde auch erwähnt, dass es sich um einen auf Schwedisch schreibenden Autor handelt und was es bedeutet, in Finnland zu dieser Minorität zu gehören (vgl. Tab. 7). Als Unterthema in den Literatur-Artikeln kam die Zweisprachigkeit des Landes bzw.

---

<sup>53</sup> Aleksis Kivis *Sieben Brüder* wird oft für den ersten Roman Finnlands gehalten. Der Roman war jedoch das erste auf Finnisch veröffentlichte belletristische Werk. Frederika Wilhelmina Carstens ursprünglich anonym auf Finnlandschwedisch verfasstes Werk *Murgrönan* (1840) gilt als erster Roman Finnlands. (s. u. a. Laitinen 1997: 190; 199–207)

Finnlandsschwedisch insgesamt in 23 Artikel vor, in den anderen Artikeln insgesamt sieben Mal.

Von den literarischen Inhalten wurden Eigenschaften hervorgehoben, die zum Image von Finnland passten, wie die folgenden Beispiele zeigen. „Will man so eine Geschichte, so einen Roman wirklich lesen? Einen Roman, der aus Finnland kommt, dem Land der Depressiven, Trinker und Selbstmörder, wie es ein gängiges Vorurteil will (...)“, schrieb *Der Tagesspiegel* in der Rezension des Buches *Brändövågen 8 Brändö. Tel 35* (2014) von Henrik Tikkanen (Oelsner 2014). Ein weiteres Beispiel wurde sowohl in der *Berliner Zeitung* als auch in der *Frankfurter Rundschau* veröffentlicht: „Doch es gibt Rentiere in Finnland! Zumindest im hohen Norden, in Lappland, das bis zum noch gar nicht so lange vergangenen Einbruch von Nationalstaaterie und moderner Zivilisation von unabhängigen Nomaden bewohnt wurde, die mit ihren Herden frei herumzogen“. So fängt eine Rezension zu Mooses Mentulas Buch *Nordlicht – Südlicht* (2014) an (Vogel 2014). Weiter wird in der Rezension über eine der Hauptfiguren berichtet, dass „von der großen Lesekultur der Finnen“ bei ihr nicht viel angekommen sei (Vogel 2014). Unter dem Gesichtspunkt der komparatistischen Imagologie betrachtet, zeigen die Rezensionen, wie durch Literatur Images vermittelt werden. Zu Johanna Holmströms Buch *Asphaltengel* (2014) wurde geschrieben, dass das Buch „ein fremden- und frauenfeindliches Finnland“ der „nuller Jahre“ zeigt, was auch mit dem gesamtgesellschaftlichen politischen Diskurs im Messejahr zusammenhing (Staude 2014e). Auch die *Süddeutsche Zeitung* hob in einer Rezension die gesellschaftliche Atmosphäre von Holmströms Buch hervor (Fessmann 2014). Die Veränderungen in der gesellschaftspolitischen Atmosphäre und die als rechtspopulistisch bezeichnete Partei „Wahre Finnen“ waren sowohl in Deutschland als auch in Finnland in der öffentlichen Diskussion im Messejahr präsent. Das Finnland-Image, das Holmströms Buch und die Rezensionen vermittelten, unterscheidet sich von dem in der Diskussion im Allgemeinen präsentierten Finnland. Genauso wie die Kaurismäki-Filme kann auch die Literatur das Finnland-Image beeinflussen. Elemente, die sich mit dem Land und dessen Image verbanden, kamen häufig in der Literaturdiskussion vor (vgl. Tabelle 7).

Einige Autoren und Bücher wurden als international beschrieben, z. B. Philip Teirs Buch *Winterkrieg* (2014). „Moderne Beziehungsdramen wie Philipp Teirs *Winterkrieg* könnten auch in anderen Orten der westlichen Welt ähnlich gedacht und gespielt werden“, schrieb die *TAZ* (Fanizadeh 2014c). „Entgegen mancher Vorurteile ist Finnlands Literatur keineswegs verschlossen. (...) Es finden sich Großstadtroman bis zum Finnlandkrimi, der sich inzwischen auch in Deutschland etabliert hat“ (dpa 2014a). „Finnlandsschwedische Weltliteratur“,

betitelte *NZZ* einen Artikel über Kjell Westö und seinen Roman *Das Trugbild* (2014) (Gauss 2014). Solche Aussagen machen es leichter für kleinere Literaturen, oder Literaturen der Peripherien, wie Casanova (2004: 126f) sie nennt, international anerkannt zu werden. Mit Anerkennung in den autonomen Zentren des internationalen literarischen Feldes können Kritiker Literatur universalisieren (Casanova 2004: 128). Anerkennung z. B. im deutschen Literaturfeld kann zu internationaler Anerkennung führen.

Wie erwähnt, wurden einige Bücher dagegen als besonders finnisch eingeordnet. In der *Süddeutschen Zeitung* wurde festgestellt, dass man Finnland und Finnen verstehen sollte, um die Literatur zu verstehen. „Da kann man mal sehen, wie unterschiedlich die Menschen in Europa doch sind. Woran sie da oben so ihren Spaß haben“, schrieb die *Berliner Zeitung* in einer Rezension von Tuomas Kyrös *Kunkku* (2014) (Junhänel 2014). „Der eine erzählt dauernd Witze, die andere sagt auf 200 Seiten kein einziges Wort: Finnische Autoren und ihre Figuren kultivieren den Eigensinn. Und das Trauma des Zweiten Weltkriegs taucht auch dort auf, wo man es nicht vermuten würde“, wurde in der *Zeit-Literatur* über die literarische Landschaft Finnlands geschrieben (Düker 2014). „Halbwegs intakt, halbwegs global“, fasst Kessler (2014) die Literatur des finnischen „Lummerlands“ in der *Süddeutschen Zeitung* zusammen. Diese Zitate bringen die öffentliche Diskussion zum literarischen Feld Finnlands gut auf den Punkt.

In den Zitaten, die in diesem Kapitel vorgestellt wurden, ist die enge Verflechtung der literarischen und gesellschaftlichen Diskussion zu sehen. Die Beispiele zeigen, dass die Literatur einerseits durch das bereits bekannte Finnland-Image verstanden wurde, andererseits aber, dass das Image durch die Literatur zustande kam oder davon beeinflusst wurde. Zusammenfassend kann man als zentrale, die Literaturbranche bestimmende Faktoren die Zweisprachigkeit, die gesellschaftliche Anerkennung von Literatur und Lesen, die durch die Geschichte entstandene leichte Zugänglichkeit der Literatur, die kleine Sprache und den kleinen Markt sowie die Eigenartigkeit der Literatur nennen. In der Beschreibung der finnischen Literatur ließen sich unterschiedliche thematische Schwerpunkte definieren. Es wurde festgestellt, dass die zeitgenössische finnische Literatur durch ihre aktuellen Themen gerade dem deutschen Leser viel zu bieten hat. Die Vielzahl der Autoren, die über Kriegsthematik, besonders über die Zeit des Zweiten Weltkriegs, schreiben, hat ein großes Interesse in der Presse geweckt.

Auch in der Beschreibung des finnischen literarischen Feldes kann man einige sich wiederholende Elemente erkennen. In der Presse wurde erklärt, was für eine Plattform die finnische Gesellschaft für Literatur bietet, wie sie sich historisch

entwickelt hat und was für eine literarische Landschaft in dieser Umgebung entstanden ist. Die literarische Diskussion und Themen der aktuellen finnischen Literatur erläuterten die Geschichte und die Gegenwart des Landes. Wie das Land sich entwickelt hat, wurde mit Aleksis Kivis historischem Werk erklärt, die Zeitgeschichte durch die Romane von Katja Kettu und Kjell Westö, die Kräfteverhältnisse zwischen Ost und West durch Sofi Oksanens und Rosa Liksoms Werke, die Gegenwart mit Hilfe von Johanna Holmströms *Asphaltengel* (2014) und Philip Teirs *Winterkrieg* (2014) (Kessler 2014; Moster 2014). Das Bild von der finnischen Literaturbranche ging häufig mit dem Image des Landes einher. Finnland zeigte sich im Ehrengastjahr als Land der Autoren, die sich mit der Geschichte, der Geopolitik und der Gesellschaft auskennen. In der Beschreibung des literarischen Feldes waren auch einige der Themenbereiche zu sehen, die die Organisatoren in der Vermittlung betonten.

Die genauere Auseinandersetzung mit der finnischen Literatur zeigte ein positives Bild von der Branche, den literarischen Strukturen und der aktuellen finnischen Literatur. Die Diskussion zeigte zugleich, dass die Journalisten oder Autoren der Artikel oft Fachleute waren, da gute Kenntnisse vorhanden waren. In den Artikeln wurden auch Vermittlerfiguren mit Fachkenntnissen verwendet wie der Autor und Übersetzer Stefan Moster. Die öffentliche Diskussion zeigte, dass die Rezipienten Literatur in Verbindung mit dem gesellschaftlichen Umfeld lesen. Literatur wird also nicht im luftleeren Raum rezipiert. Im Spiegel der Buchmesse und der Auswahl der Autoren schienen auch die möglichen Positionen im Feld bereits im Schreibprozess berücksichtigt zu werden. Die Diskussion zeigte auch, dass die Annäherung an Literatur oft durch Kenntnisse über das Land geschieht. Auf Grund der vorgestellten Beispiele kann man feststellen, dass die Rahmen und die Umgebung, die das literarische Feld definieren und in denen die Bücher entstehen, in der Verständigung über Literatur eine wichtige Rolle spielen. Dies wurde bereits in den Autoreninterviews, in denen viel über das Land diskutiert wurde, festgestellt (vgl. Kap. 6.3.2).

#### 6.4.3 Zur Medienpräsenz der Autoren

„Finnland Cool: Der Ehrengast will 50 Autoren schicken“, hieß es in der *FAZ* direkt nach der ersten Pressekonferenz auf der Buchmesse 2013 (dpa 2013). „Finnland will auf der Buchmesse für seine Autoren werben“, schrieb die *Frankfurter Rundschau* etwas später (dpa 2014a). „Sofi Oksanen, Philip Teir, Kjell Westö: Das Gastland Finnland hat seine Literaturstars, aber auch eine unglaubliche Vielfalt. 140 Titel kommen eigens zur Frankfurter Buchmesse

heraus“, berichtete *Der Tagesspiegel* (Bartels 2014b). „Finnlands Gastlandauftritt auf der Frankfurter Buchmesse hat ein Gesicht: das von Sofi Oksanen“, stand auf der Titelseite der Literaturbeilage des *Tagesspiegels* am ersten Buchmessttag (Bartels 2014b).

Wie die Zitate oben zeigen, wurde in der Presse berichtet, dass Finnland auf der Buchmesse eine Vielfalt von Autoren und Büchern präsentiert. Um einen Überblick über die in der Publikumspresse diskutierten Autoren und dadurch über die Literatur zu bekommen und um die Zahlen mit der Anzahl der auf der Buchmesse präsentierten Autoren vergleichen zu können, wurde zunächst eine quantitative Analyse durchgeführt. Es wurde untersucht, wie viele Autoren im Korpus dieser Forschung erwähnt wurden, welche Autoren am häufigsten erwähnt wurden und wie sich das Medienecho aller Autoren im Verhältnis zur Gesamtheit der von den Organisatoren zur Buchmesse eingeladenen Autoren gestaltete. In der ersten Phase wurden lediglich Namen aufgezählt, um herausfinden zu können, wie viele Autoren überhaupt erwähnt wurden. Zweifachnennungen in einem Artikel wurden ausgelassen. Zusätzlich zu den 48 eingeladenen Autoren mit einer deutschen Übersetzung, präsentierten sich zwölf Autoren in Sonderprojekten auf der Buchmesse. Insgesamt nahmen also 60 Autoren am finnischen Ehrengastauftritt teil. In Deutschland wurden im Rahmen des Buchmesseauftritts 130 Übersetzungen finnischer Literatur veröffentlicht, darunter sind von einigen Autoren mehrere Werke, Neuübersetzungen und einige Wiederveröffentlichungen. Die Autoren, deren Werke veröffentlicht wurden, sind im Anhang 2 aufgelistet.

**Tabelle 11.** Anzahl der im Korpus genannten Autoren

Autoren	Anzahl
Eingeladene Autoren	35
Klassiker/Tote Autoren	21
Nicht eingeladene Autoren	24
Externe Projekte	3
Insgesamt	83

Im Korpus dieser Untersuchung wurden insgesamt 83 Autoren namentlich erwähnt. Diese Zahl deckt alle erwähnten Autorennamen, unabhängig davon, wie oft oder in welchem Kontext sie erwähnt wurden. Von den 60 Autoren, die als Teil des offiziellen Buchmesseprogramms zur Buchmesse eingeladen wurden, wurden 35 im Korpus erwähnt. Von den Autoren, die auf der Buchmesse als Teil eines externen Projekts wie *Schweiß und Poesie* oder *Kompositio* waren, wurden drei erwähnt, meistens Lyriker oder Comic-Künstler (vgl. Kap 5). Die Klassiker

der finnischen Literatur oder bereits verstorbene Schriftsteller bekamen insgesamt 21 Erwähnungen. Im Untersuchungsmaterial wurden ebenfalls 24 zeitgenössische Autoren genannt, die nicht Teil des offiziellen Buchmesseprogramms waren. (S. Anhang 5)

Wenn die genannten Autoren nach Gattung betrachtet werden, gehören die meisten Autoren, insgesamt 35, zum Bereich der zeitgenössischen Belletristik, darunter sieben Krimiautoren. Insgesamt vier Autoren von Kinder- und Jugendliteratur wurden erwähnt. Danach folgten Comics und Lyrik ebenfalls mit jeweils vier Nennungen. Aus dem Bereich Fantasy bzw. „Finnisch Weird“ wurden drei Autoren genannt. Sachbuchautoren hatten insgesamt vier Nennungen.

Obwohl die Anzahl der genannten Autoren im Korpus insgesamt relativ hoch war, konnte festgestellt werden, dass bis auf wenige einzelne Autoren das tatsächliche Medienecho ziemlich gering geblieben ist. Der Grund dafür war, dass die Autoren in vielen Fällen lediglich namentlich, ohne dass die tatsächlichen literarischen Inhalte eine Rolle spielten, erwähnt wurden, wie die folgenden Beispiele zeigen: „Manche Autoren wie Timo Parvela oder Ulf Stark<sup>54</sup> sind schon in Deutschland bekannt. Seit Vuorela oder Emmi Itäranta werden auf der Buchmesse in Frankfurt ihre neuen, gerade ins Deutsche übersetzten Titel präsentieren“, berichtete die *Süddeutsche Zeitung* über die finnische Kinder- und Jugendliteratur (Budeus-Budde 2014). Ein weiteres Beispiel kommt aus der *FAZ*: „Zu den bekanntesten Autoren gehören Tove Jansson, Sofi Oksanen, Arto Paasilinna und Salla Simukka“ (dpa 2013).

Von den zeitgenössischen Belletristen wurden insgesamt nur zehn Autoren in mehr als drei Artikeln behandelt. Das heißt, dass der Autor vorgestellt wurde, etwas über den Hintergrund erzählt und das aktuelle Werk besprochen oder eine Rezension zum aktuellen Werk veröffentlicht wurde. Alle anderen Autoren, die im Korpus vorkamen, wurden entweder nur in einem Artikel behandelt, lediglich erwähnt oder nur kurz vorgestellt.

Natürlich hatte der Umfang, in dem über die einzelnen Autoren berichtet wurde, auch mit der Funktion des jeweiligen Artikels zu tun. In den allgemeinen Artikeln, die über den finnischen Literaturbetrieb und die literarische Landschaft berichteten, wurden Autoren oft nur namentlich erwähnt oder kurz vorgestellt. In den Interviews wurden jeweils höchstens ein paar Autoren interviewt und genauer vorgestellt, was das Medienecho verstärkte. Das Thema war aber oft nur teilweise das tatsächliche literarische Werk. Eine große Anzahl von Artikeln

---

<sup>54</sup> Es gab auch einige Sachfehler in den Artikeln. Ulf Stark ist ein schwedischer Kinder- und Jugendbuchautor.

können als Autorenportraits bezeichnet werden. Sie fokussierten auf einen bis drei Autoren und stellten sowohl den jeweiligen Autor als auch die literarischen Werke vor. Beachtenswert ist, dass die Literaturbeilagen der großen Zeitungen wie *Zeit Literatur*, *Kultur Spiegel* oder die Literaturseiten der *Süddeutschen Zeitung* lediglich einige Artikel zur finnischen Literatur veröffentlichten.

#### *Autoren, die als Teil des Programms auf der Buchmesse auftraten*

Sofi Oksanen, Katja Kettu und Kjell Westö waren von den zeitgenössischen Autoren die zentralen und beliebtesten Figuren in der Berichterstattung. Insgesamt kam Oksanens Name in 38 Artikeln vor. Neben kleineren Hinweisen waren darunter 14 Portraits oder Büchervorstellungen, vier Rezensionen und zwei Interviews. Katja Kettu kam insgesamt in 18 Artikeln vor. Darunter waren acht Portraits oder Büchervorstellungen, eine Rezension und mehrere kleinere Hinweise. Kjell Westö kam ebenfalls in 18 Artikeln vor. Darunter waren fünf Portraits oder Büchervorstellungen, drei Rezensionen, ein Interview und viele kleinere Hinweise. Zu den meistgenannten Autoren gehörten auch Ulla-Leena Lundberg, die in zehn Artikeln vorkam (drei Portraits o. Ä., eine Rezension, sechs Hinweise). Rosa Liksom kam in neun Artikeln vor (vier Portraits o. Ä., fünf Hinweise), Tuomas Kyrö in acht (drei Portraits o. Ä., ein Interview, eine Rezension, vier Hinweise), Philip Teir in sieben Artikeln (vier Portraits o. Ä., ein Interview, zwei Hinweise), Juha Itkonen ebenfalls in sieben Artikeln (ein Portrait o. Ä., ein Interview, fünf Hinweise) und Johanna Holmström in sechs (zwei Rezensionen, zwei Hinweise, zwei Portraits o. Ä.).<sup>55</sup> Weitere Autoren, die Teil des Messeprogramms waren, kamen jeweils in weniger als fünf Artikeln vor, dafür einige in Form von Rezensionen, Interviews oder Portraits, wodurch das Medienecho trotzdem relativ groß war. (S. Anhang 5)

Es gab insgesamt 25 Artikel, die zum größten Teil nur auf Sofi Oksanen, Katja Kettu, Kjell Westö, Rosa Liksom und Philip Teir fokussierten. Diese Autoren wurden häufig zusammen in einem Artikel diskutiert, oft dann, wenn es um Interviews und Portraits ging. So wurden z. B. in der *Zeit Literatur* von den finnischen Autoren nur Sofi Oksanen, Kjell Westö, Rosa Liksom, Tuomas Kyrö und Katja Kettu vorgestellt (Mayer 2014; Düker 2014).

Autoren wie Johanna Holmström und Riikka Pulkkinen (ein Portrait, ein Interview, zwei Hinweise) kamen zahlenmäßig seltener im Korpus vor als die obengenannten Autoren. Sie wurden jedoch neben Oksanen und Kettu zum

---

<sup>55</sup> Beachtenswert ist, dass die deutschsprachigen Übersetzungen der meistdiskutierten Autoren alle in unterschiedlichen Verlagen veröffentlicht wurden. Darunter sind sowohl große Verlagsgruppen als auch mittelgroße und kleinere Verlage.

sogenannten „Fräuleinwunder“ der finnischen Literatur gerechnet. Dort, wo z. B. Oksanen, Kettu und Liksom oft alle zu einem Thema vorgestellt wurden, hatten diese Autoren keine thematische Verbindung untereinander. Die gesellschaftlichen Themen des neuesten Buches von Holmström weckten die Aufmerksamkeit der Presse. Pulkkinen dagegen wurde eher zu außerliterarischen Themen interviewt. Obwohl auch Itkonen und Holmström keine thematische Verbindung hatten, wurde durch einen Artikel der *FAZ* klar, dass sie der deutschen Presse bei einer Veranstaltung vorgestellt wurden (Balke 2014b). (S. Anhang 5)

Krimiautoren bekamen insgesamt ziemlich wenig Aufmerksamkeit in der Presse, obwohl sogar der Begriff ‚Finnlandkrimi‘ in der Diskussion auftauchte. Von den Krimiautoren, die auf der Buchmesse waren, war das Medienecho zu Leena Lehtolainen am größten. Sie wurde in vier Artikeln behandelt. Ebenfalls wenig Beachtung schenkte die Presse der Kinder- und Jugendliteratur, obwohl die Lesefähigkeit und die Lernmethoden für Kinder z. B. in Zusammenhang mit dem Bibliotheksnetzwerk viel diskutiert wurden. Jedoch wurden einige Autoren wie Timo Parvela und Salla Simukka im Korpus erwähnt.<sup>56</sup> Als „neue Entdeckungen“ dieser Gattung wurden u. a. die Fantasy-Autorin Emmi Itäranta und die Kinder- und Jugendbuchautorin Seita Vuorela genannt (Budeus-Budde 2014). Aus dem Bereich der etwas marginalen Gattungen Comics und Lyrik, die einen Schwerpunkt der Organisatoren bildeten, wurden ebenfalls einige Autoren und Künstler namentlich erwähnt. Die samische Lyrikerin Inger-Mari Aikio-Arianaick kam im Korpus zwei Mal vor. Von der Comic-Szene wurden Ville Tietäväinen und der Sammelband „Comic-Atlas“ hervorgehoben. Von den finnischen Sachbuchautoren wurden der kurz vor der Buchmesse gestorbene Peter von Bagh (drei Rezensionen), Tuula Karjalainen (ein Interview, eine Rezension) und Irja Wendisch (ein Hinweis) im Korpus genannt. (S. Anhang 5)

Interessant ist auch zu betrachten, welche der eingeladenen Autoren nicht in der Presse erwähnt wurden. Von den zur Buchmesse eingeladenen Autoren wurden 26 im untersuchten Material nicht genannt. Davon sind neun aus dem belletristischen Bereich, zwei sind Krimiautoren, drei Sachbuchautoren, drei aus dem Bereich Comics, zwei Kinder- und Jugendbuchautoren und ein Lyriker. Neun Autoren, die keine Medienpräsenz erfuhren, waren als Teil der Sonderprojekte auf der Buchmesse. Den meisten Belletristen, d. h. elf unter diesen Autoren, ist gemein, dass sie für die Buchmesse zum ersten Mal ins Deutsche übersetzt wurden. Von Antti Tuomainen, dem Krimiautor ohne Medienpräsenz im Korpus, wurde eine Übersetzung bereits vor dem

---

<sup>56</sup> Timo Parvelas Lesung war eine der meistbesuchten auf dem Messegelände.

Buchmessejahr veröffentlicht. Tuomainens *Der Heiler* kam 2012 heraus. Eine etwas überraschende Ausnahme war, dass der Kinderbuchautor Mauri Kunnas, der einer der meistübersetzten Autoren Finnlands ist, kein einziges Mal im Korpus vorkam. Das erklärt sich vielleicht damit, dass über Kinder- und Jugendliteratur insgesamt nur wenig geschrieben wurde, genauso wie über Sachbücher. Von den Lyrikern wurde eher auf diejenigen geblickt, die am kulturellen Rahmenprogramm „Schweiß und Poesie“ oder an den Journalistenreisen nach Finnland teilgenommen haben. In diesen Fällen lag aber der Fokus eher auf dem Land.

#### *Autoren, die nicht auf der Buchmesse waren*

Von den 24 zeitgenössischen Autoren, die nicht zur Buchmesse als Teil des Programms eingeladen waren, aber trotzdem in der Presse Aufmerksamkeit bekamen, wurde der Autor Arto Paasilinna in der Presse am häufigsten genannt. Paasilinna wurde trotz der Tatsache, dass er nicht zu den auf der Buchmesse präsentierten Autoren gehörte, fünfmal erwähnt, oft im Vergleich zu Kyrö. Zu den Werken der Krimi-Autoren Markku Ropponen und Marko Leino wurde jeweils ein Artikel veröffentlicht. Von den beiden erschien auch eine deutsche Übersetzung im Messejahr, was als Kriterium für die Auswahl der Autoren für die Buchmesse galt, sie waren aber trotzdem nicht Teil des Programms. Genannt wurden auch die Autorinnen Jenni Linturi und Heidi Kõngäs. Beide schreiben in ihren neuesten Werken über Kriegsthemen. Von Linturi gab es im Ehrengastjahr noch keine deutschen Übersetzung. Das Werk *Der fremde Mann* von Heidi Kõngäs wurde 2006 in deutscher Übersetzung veröffentlicht. Die Zahl der „nicht eingeladenen Autoren“, die in der Presse erschienen, erhöhte sich im Korpus dadurch ein wenig, dass in der Presse zwei Erzählbände, *Alles Frisch* (Stefan Moster (Hrsg.), 2014) und *Alles absolut bestens bei mir* (Helen Moster (Hrsg.), 2014), rezensiert wurden und deren insgesamt sieben Autoren auch namentlich erwähnt wurden, obwohl sie nicht als Teil des Programms auf der Buchmesse präsentiert wurden.

Wie bereits erwähnt, wurden in den Materialien 21 Autoren genannt, die als Klassiker oder junge Klassiker der finnischen Literatur gelten. Als Klassiker werden verstorbene Schriftsteller bezeichnet, die zu den einflussreichsten finnischen Autoren gehören. Dazu kann auch der kurz vor der Buchmesse verstorbene Sachbuchautor, Regisseur und Filmhistoriker Peter von Bagh gezählt werden. Von den Klassikern bekam Tove Jansson eindeutig das größte Medienecho. Sie wurde als Wegweiserin der zeitgenössischen Comic-Szene, als finnlandschwedische Autorin und im Rahmen ihres 100-Geburtstagsjahres vorgestellt und diskutiert. Jansson wurde im Korpus insgesamt 22 Mal erwähnt,

darunter waren zwei Portraits und zahlreiche kürzere Hinweise. Danach folgte Aleksis Kivi mit 13 Nennungen, meistens in Zusammenhang mit der Entwicklung des Literaturbetriebs, wie bereits im Kapitel 6.4.2 festgestellt wurde. Mit der historischen Entwicklung wurden auch Elias Lönnroth, J. L. Runeberg und J. V. Snellman verbunden, jedoch mit nur jeweils ein bis drei Erwähnungen. Einige Artikel hoben auch den finnischen Literaturnobelpreisträger, F. E. Sillanpää, hervor. Er kam insgesamt sieben Mal vor, darunter in einem Portrait und einer Rezension. Die Lyrikerin Edith Södergran bekam mit fünf anderen finnlandschwedischen Lyrikern des frühen 20. Jahrhunderts, Elmer Diktonius, Gunnar Björlin, Henry Parland und Rabbe Enckell, eine ausführliche Rezension und Vorstellung in der Literaturbeilage der *Süddeutschen Zeitung* (Bleutge 2014). Von den etwas neueren Klassikern hatte Henrik Tikkanen drei Erwähnungen, darunter eine Rezension, und Raija Siekkinen eine Rezension. Von fast allen diesen Autoren wurden ein oder mehrere Werke für die Buchmesse entweder zum ersten Mal übersetzt oder neu veröffentlicht. Alternativ wurde ein Werk über sie veröffentlicht. Als Anlass für die Veröffentlichung der Werke von Tove Jansson kann auch ihr 100. Geburtstagsjahr gelten.

#### 6.4.4 Zu den bestimmenden Faktoren des Medienechos

In der öffentlichen Rezeption ist zu sehen, dass viele Faktoren den Erfolg eines Autors und eines Buches bestimmen. Die Autoren wurden in der Presse neben ihrem literarischen Können und dem gegenwärtigen literarischen Thema entweder wegen ihrer Position in dem Feld, bewusster Vermittlungstätigkeiten oder außerliterarischer Eigenschaften notiert. Oft war der Habitus des Autors der wichtigste Anlass für das Medienecho. Literatur wurde kaum losgelöst vom Land, dem gesellschaftlichen Kontext und der persönlichen Umgebung des Autors diskutiert. Es stellt sich die Frage nach dem Verhältnis zwischen den außerliterarischen und innerliterarischen Elementen in der Literaturvermittlung und Literaturrezeption sowie nach ihrer jeweiligen Präsenz in der öffentlichen Diskussion. Werden vielleicht gerade beim Export eher die außerliterarischen Elemente sichtbar, führt der Länderfokus der Buchmesse zu einer wachsenden Rolle des Landes bei der Rezeption, was ist die Rolle der Autorenöffentlichkeit und um welche Art von Öffentlichkeit handelt es sich? Es wird betrachtet, warum bestimmte Autoren und Bücher in der öffentlichen Diskussion an Präsenz gewonnen haben. Es wird auf die Autoren geblickt, die im Material dieser Untersuchung das größte Medienecho bekamen (vgl. Kap. 6.4.3).

Das Medienecho der Autoren hat sowohl mit den Prozessen des Kulturtransfers als auch mit der Logik des literarischen Feldes zu tun. In der Medienpräsenz

spielten das aktuelle literarische Werk und sein Thema, die Aussagen und die Präsenz in der Öffentlichkeit, das Aussehen und z. B. der politische und gesellschaftliche Hintergrund der Autoren eine Rolle. Genauer gesagt also der Habitus, wie Bourdieu ihn in seiner Theorie beschreibt (s. Kap. 2.1). Ein sichtbares Element in der Berichterstattung, das auf die literarischen Themen fokussierte, war die bereits in Kap 6.3.1 genannte Verbindung zwischen der umliegenden Gesellschaft und dem Inhalt des aktuellen Werkes. Dies zeigte sich in zweierlei Hinsicht. Einerseits wurde die Umgebung beschrieben, in der die Bücher entstanden sind. Es wurde z. B. hervorgehoben, ob der Autor einen finnlandschwedischen Hintergrund hat, ob das Werk in der Stadt oder auf dem Land geschrieben wurde und inwiefern diese Elemente im Text sichtbar wurden. Andererseits wurden aus der Literatur Eigenschaften ausgesucht, die sich mit dem Finnland-Image verbinden lassen, wodurch auch die Autoren des jeweiligen Werkes als Repräsentanten der finnischen oder z. B. finnlandschwedischen Kultur betrachtet wurden. Am stärksten wurden die Themen und Autoren hervorgehoben, die einen Bezug zum aktuellen gesellschaftlichen und politischen Diskurs aufwiesen oder mit ihren Werken eine Verbindung zwischen Deutschland und Finnland herstellten.

Im Spiegel des Korpus kann festgestellt werden, dass der Habitus des Autors sowie das Land und sein Image in der literarischen Diskussion insgesamt eine große Rolle spielten. In der Diskussion, die um die Autoren mit dem breitesten Medienecho geführt wurde, konnten einige sich wiederholende Eigenschaften definiert werden. Den Autoren wurden durch ihren Habitus Rollen zugeteilt. Häufig wurden diese Autoren durch ähnliche Eigenschaften beschrieben. Wiederkehrende Elemente in der Diskussion waren, dass Autoren als Repräsentanten eines Themas des aktuellen gesellschaftlichen Diskurses, eines gewissen Finnland-Images oder einer gesellschaftlichen Gruppe betrachtet wurden. Dabei wurden die Themen der Werke durch den Habitus der Autoren reflektiert. In der Beschreibung des Habitus des Autors waren die Art und Weise, wie der jeweilige Autor sich in der Öffentlichkeit präsentiert, die Umgebung, in der der Autor lebt und arbeitet, das gesellschaftliche Engagement des Autors, das Thema des aktuellen Werkes und das Aussehen des Autors die wichtigsten Elemente.

Die Untersuchung des Korpus ergab, dass in Deutschland, abgesehen von den Krimis, vor der Buchmesse kaum etwas über die finnische Literatur bekannt war. Sofi Oksanen jedoch hat auch schon, bevor die eigentlichen Vermittlungsmaßnahmen im Rahmen des Ehrengastprojekts in Gang gesetzt wurden, die Aufmerksamkeit der Presse geweckt. Durch ihr Buch *Fegefeuer* (2010) hat sie sich auch in Deutschland einen Namen gemacht. Sofi Oksanen und ihre Werke

förderten im Messejahr Mediendiskussionen über die aktuelle, junge Literaturszene Finnlands. Im Zuge der Berichterstattung über Oksanen wurde klar, dass die historischen Themen in der gegenwärtigen finnischen Literatur das Reizvolle für das deutsche Publikum waren. Die Kriegsthematik und die Fragestellung, warum gerade jetzt darüber geschrieben wurde, fanden ein großes Interesse in der Presse. Insgesamt 26 der 72 Artikel, die ein literaturbezogenes Hauptthema aufwiesen, beschäftigten sich ausschließlich mit der Kriegsthematik und somit mit den meistgenannten Autoren. In der *Süddeutschen Zeitung* berichtete Tia Strandén von FILI, dem Hauptorganisator des finnischen Messeauftritts, dass ihr kein einziges Buch aufgefallen sei, das das heutige Finnland reflektiere (Bigalke 2014). Ihre Aussage verstärkte den Fokus, der auf die kleine Gruppe von Autoren, die über die Kriegsthematik schrieben, gerichtet wurde. Der Kommentar wich von der allgemeinen Linie der Organisatoren ab, die sonst in der Kommunikation die Vielseitigkeit der Literatur betonten.

Das sichtbarste Kriterium und der Ausgangspunkt für die Beschäftigung mit dem jeweiligen Autor waren für die meistbehandelten Autoren das literarische Thema. Unter den literarischen Themen wurden Politik und Geschichte, darunter besonders der Zweite Weltkrieg und seine Folgen sowie die Deutsch-Finnischen und die Finnisch-Russischen Beziehungen, diskutiert (vgl. Tab. 8). Darauf weist z. B. die Tatsache hin, dass die Autoren mit dem breitesten Medienecho wie Sofi Oksanen, Katja Kettu, Kjell Westö, Rosa Liksom und Philip Teir wegen des thematischen Zusammenhangs in der Presse fast ausnahmslos gemeinsam behandelt wurden. Das folgende Beispiel ist typisch dafür, wie diese Autoren oft miteinander verknüpft wurden:

*Auffällig viele der finnischen Autoren beschäftigen sich heute mit den Hinterlassenschaften der wechselnden Besatzungs- und Kollaborationsregime (Nazis und Bolschewiken, Zweiter Weltkrieg). Romane von Sofi Oksanen, Kjell Westö oder Katja Kettu handeln davon. (Fanizadeh 2014c)*

Die Kriegsthematik stellt eine Verbindung zwischen der Vermittlerkultur und der rezipierenden Kultur dar. „Finnland und Deutschland haben eine spezielle historische Beziehung“, hieß es zu Beginn eines Artikels in der *FAZ* (Spreckelsen 2014). „Die Romane von Katja Kettu, Sofi Oksanen oder Kjell Westö sprechen von einer Geschichte, die viel mit den totalitären Blöcken (Nazis, Sowjets) zu tun hat. Sie trauen sich dabei an lange Tabuisiertes, auch an die Liebe zwischen Besatzern und Besetzten“, wurde in der *TAZ* geschrieben (Fanizadeh 2014c). „Geliebter SS-Mann“, betitelte die *Berliner Zeitung* (Rohlf 2014). Das Hauptthema der finnischen Literatur seien Krieg und Geschichte, wurde in der *Zeit Literatur* zusammengefasst (Düker 2014).

Es wurde festgestellt, dass die finnische Literatur durch die Kriegsthematik gerade für deutsche Leser viel zu geben hat. „Als Gastgeschenk haben sie gerade den deutschen Lesern viel zu sagen“, fasste die *FAZ* die aktuellen Themen der finnischen Literatur zusammen (Spreckelsen 2014). „Diese Romane suchen ihresgleichen: Finnland ist Ehrengast auf der an diesem Mittwoch beginnenden Frankfurter Buchmesse. Seine Autoren haben ein besonderes Verhältnis zur Geschichte nicht nur ihres eigenen Landes“ (Spreckelsen 2014). Mit der Kriegsthematik und der dadurch vermittelten Kenntnis über die geschichtliche Verbindung Finnlands und Deutschlands wurde auch das Interesse des deutschen Publikums hervorgerufen. Solch ein gemeinsames Interesse fungiert als Antriebskraft für die Prozesse des Kulturtransfers.

Im Gegensatz zum in der Presse vorherrschenden Bild, dass die meisten finnischen Autoren sich mit der Kriegsthematik beschäftigen, stellte Bartels (2014b) im *Tagesspiegel* fest, dass „die, die sich mit Finnlands Geschichte beschäftigen, in der Minderheit“ sind. Die Kriegsthematik ist bezeichnend für die junge finnische Literatur. Jedoch gerade von der hier besprochenen Gruppe von Autoren haben sich Sofi Oksanen, Katja Kettu und Kjell Westö im eigentlichen Sinne mit dem Kriegsthema beschäftigt. Genau das wollte Bartels (2014b) hervorheben. In Rosa Liksons neuestem ins Deutsche übersetzten Werk *Abteil Nr. 6* (2014) geht es um die Zeit des Kalten Krieges und Russland in der sowjetischen Periode. Philip Teirs neuestes Buch heißt zwar *Winterkrieg* (2014), beschäftigt sich aber mit zeitgenössischen Themen. Auch in der *Berliner Zeitung* wurde berichtet, dass es in Teirs neuestem Buch trotz des Werktitels nicht um den eigentlichen Winterkrieg geht: „Doch Teirs so unterhaltsamer wie kluger Roman handelt nicht von Finnland und Russland, sondern von unglücklichen Menschen. Es geht um eine Akademikerfamilie in Helsinki“ (Hahn 2014). Trotz der unterschiedlichen Inhalte der Werke wurden alle diese Autoren durch die Kriegsthematik verknüpft.

Obwohl der Ausgangspunkt für das Medienecho der meistdiskutierten Autoren literarisch war, gesellten sich zu den literarischen Themen auch andere, eher außerliterarische Eigenschaften, die für die Presse interessant waren. Es wurde besonders betont, dass gerade junge Frauen sich mit der Kriegsthematik beschäftigten: „Flüsternde Eltern, tobende Töchter. Zwischen Widerstand und Kollaborationen: Finnische Schriftstellerinnen arbeiten die Folgen des Zweiten Weltkriegs auf“, schrieb *Die Zeit* (Bartels 2013). „Die neuen jungen wilden Autorinnen“ hieß es in der *TAZ* zur literarischen Landschaft Finnlands (Fanizadeh 2013). „Die drei von der Vergangenheitsfront“ beschrieb die *Berliner Zeitung* die Autorinnen Oksanen, Kettu und Liksom (Bartels 2014). Auffällig in der öffentlichen Diskussion war, dass gerade im Fall des meistbehandelten

Themas, des Krieges, letztlich die außerliterarischen Eigenschaften hervorgehoben wurden wie z. B. die Tatsache, dass es oft Frauen mit einem bestimmten Äußeren seien, die über das Thema schrieben.

Betrachtet man das Medienecho der Autoren, sieht man, dass den Autoren in der Öffentlichkeit Rollen zugeteilt wurden, in denen außerliterarische Eigenschaften, das Aussehen, die aktuellen literarischen Themen und das gesellschaftliche Engagement vermischt wurden. Anders gesagt, hat also der Habitus definiert, was für eine Rolle dem jeweiligen Autor in der Presse zugesprochen wurde.

*Die finnische Star-Autorin Sofi Oksanen tritt im Schauspielhaus Frankfurt auf (...) Auf singuläre Weise vereinigt sie in ihrer Person schriftstellerisches Können, politische Unverblümtheit und ein Gespür für die Schaffung einer coolen Marke – vor allem mit Hilfe eines monströsen künstlichen Dreadlock-Haarteils“,*

fasste die *Frankfurter Rundschau* zusammen (Staude 2014d).

Besonders bei den Autorinnen Sofi Oksanen, Rosa Liksom und Katja Kettu, die auch thematisch miteinander verknüpft wurden, fiel die Beschreibung des Habitus auf. „In Sofis Welt“, betitelte *Der Tagesspiegel* einen der ersten Artikel zu Beginn des Ehrengastjahres mit einem Bild von Sofi Oksanen. Sie wurde als „Cover Girl“, „Popstar“ und „eine einsame Ikone“ der finnischen Literatur beschrieben. Unter der Überschrift „Finnlands dunkle Königin. Rotzig, stolz und schön (...)“, war sie u. a. auf dem Titelblatt der *Zeit Literatur* abgebildet (2014). „Sofi Oksanen ist mit knallbunt verzierten Dreadlocks und stets schwarzem Outfit zwar jung und schräg. Aber auch die 37-Jährige hat sich der Geschichte verschrieben“, wurde u. a. in der *Berliner Zeitung* beschrieben (dpa 2014b).

Wenn die Rollen der Autoren in der Presse zusammen mit dem herrschenden gesamtgesellschaftlichen Diskurs betrachtet werden, ragt die Position Oksanens durch ihre politischen Aussagen immer deutlicher hervor. „Russland instrumentalisiert die Vergangenheit“, wurde ein Interview mit Oksanen in der *Welt* betitelt (Heimann 2014). Sofi Oksanen war eindeutig die Politikexpertin und Meinungsführerin der finnischen Literaturszene. Ihre Aussagen zur aktuellen Russland-Politik in der Zeit der Buchmesse wurden in allen Hauptmedien aufgegriffen. Auch der Autorin Rosa Liksom wurde ein Profil als Russland-Kennerin zugesprochen, jedoch wurde ihre etwas von Oksanen abweichende Meinung nicht so stark betont.

Ähnlich wie Oksanen wurden auch Rosa Liksom und Katja Kettu in der Presse präsentiert. „Rosa Liksom liebt es bunt. Das sieht man allein an ihrer Kleidung,

die sie an diesem tristen Helsinkier Novembertagssonntag trägt“, schrieb Bartels (2013) in einem Artikel, der sowohl in der *Zeit* als auch im *Tagesspiegel* veröffentlicht wurde. „Katja Kettu und Sofi Oksanen sind nicht nur die bestaussehenden Autorinnen Finnlands, ihre Romane über die Liebe in Zeiten des Zweiten Weltkriegs sind mindestens ebenso provokant und sensationell“ (Rohlf 2014). „Preisgekrönte und sehr sehenswerte Bestsellerautorinnen (die eine im lila akzentuierten Gothik-Look, die andere mit schwarzer Mähne und farbenfrohen Tattoos)“, schrieb die *Berliner Zeitung* weiter (Rohlf 2014).

Obwohl die Beschreibung des Habitus besonders stark bei den obengenannten Autorinnen vorkam, spielte er auch bei anderen Autoren eine Rolle, obgleich nicht ganz so stark. Als männlicher Vertreter der jungen finnischen Literaturszene wurde Philip Teir als „Gegenmodell zu Oksanen“ beschrieben (Bartels 2014b). In der Beschreibung seines Habitus nahm die Presse sein Aussehen und den finnlandschwedischen Hintergrund genauer in den Blick: „Teir (...) in seinem halbironischen Anzug mit Einstecktuch“, schrieb die *Süddeutsche Zeitung* (Kessler 2014).

Thematisch wurde auch Kjell Westö zusammen mit den Autoren, die den Krieg thematisieren, behandelt. Im Unterschied zu den obengenannten Autorinnen und Autoren wurde jedoch über Westös Habitus weniger berichtet. Der finnlandschwedische Hintergrund als Teil seines Habitus wurde auch in Kjell Westös Fall betont, jedoch wurde auf sein Aussehen oder gesellschaftliche Aktivitäten in der Presse kaum eingegangen. Ulla-Lena Lundberg wurde vor allem als finnlandschwedische Finlandia-Preisträgerin und als Kennerin der Åland-Inseln vorgestellt. Obwohl seltener, wurde auch Lundberg durch ihr Aussehen ein bestimmtes Profil zugesprochen: „Über dem blauen Pullover trägt sie eine offene Blümchenbluse, an den Füßen dunkle Nokiagummistiefel. Bewaffnet ist die passionierte Vogel- und Pflanzenkundlerin mit einem Fernglas der Marke Swarovski, das unübersehbar an ihrem Hals baumelt“ (Fanizadeh 2014b). Diese Beschreibungen können als Teil ihres Habitus gesehen werden. Lundberg wurde neben Teir auch als eine neue literarische Entdeckung bezeichnet.

Unter den am meisten diskutierten Autoren sticht Tuomas Kyrö hervor. Kyrö wurde interviewt, zusammen mit anderen Autoren in den allgemeinen Artikeln erwähnt, und zu seinem Buch wurde eine Rezension veröffentlicht. Wo die obengenannten Autoren entweder thematisch oder durch die Bestandteile ihres Habitus miteinander verknüpft wurden, kam Kyrö in der Presse entweder alleine oder in Zusammenhang mit dem bereits viel übersetzten Autor Arto Paasilinna vor. Er wurde als Autor durch den skurrilen Humor seiner Werke beschrieben.

Tuomas Kyrö und Arto Paasilinna waren die einzigen in der Presse aufgegriffenen Vertreter der etwas makabren, humoristischen Literatur, die oft mit der finnischen Literaturszene und den Kaurismäki-Filmen verbunden wird. Tuomas Kyrö wurde als Repräsentant des eher stereotypischen, skurrilen Finnlands gesehen, seine Bücher wurden als sehr finnisch rezipiert. Kyrö wurde aber auch seitens der Organisatoren diesem Profil angepasst, da er u. a. als „begnadete Satiriker – jenseits aller politischen Korrektheit (...)“ beschrieben wurde (Finnland.Cool. 2014c). Philip Teir wiederum wurde fast als Gegenteil zu Kyrö betrachtet, als Repräsentant der jungen, finnlandschwedischen Literaturszene und internationalen literarischen Themen.

In Juha Itkonens Fall richtete sich das Interesse der Presse vor allem auf seine Figuren und die Vergangenheitsbewältigung, die in seinem neuesten Werk *Ein flüchtiges Leuchten* (2014) eine Rolle spielen. Damit wurde auch in Zusammenhang mit Itkonen auf die Kriegsthematik hingewiesen. Bei Itkonen hat aber auch die Umgebung, in der das neueste übersetzte Buch geschrieben wurde, Aufmerksamkeit bekommen. Dabei wurde besonders hervorgehoben, dass Deutschland eine Rolle für die Entstehung des Werkes spielte: „Sie haben diesen Roman über eine finnische Familie zum Teil in München geschrieben? –Ja, es war vielleicht sogar mehr als die Hälfte des Buches. Die Zeit in München war wichtig für mich persönlich und gerade auch für dieses Buch“ (Stauder 2014c). Auch bei den anderen der meistbehandelten Autoren wurden die Szenen der Werke oder die Umgebung, in der sie entstanden sind, vorgestellt. Sofi Oksanen z. B. wurde in Tallin in einem Café, einem der Schauplätze ihres Romans, interviewt (Mayer 2014).

Es fiel auf, dass, obwohl die literarischen Inhalte als Ausgangspunkt für das Aufgreifen gewisser Themen und Autoren gesehen werden kann, die Rezeption der meistbehandelten Autoren nicht nur positiv war. Tuomas Kyrö, Sofi Oksanen und Rosa Liksom zum Beispiel wurden auch kritisiert: „Ebenso abwesend und anwesend zugleich erscheint die Geschichte (und sogar der Schauplatz Finnland) in Rosa Liksoms Roman Abteil Nr. 6, der Wenedickt Jerofejews berühmter Reise nach Petuschki zwar nicht durch literarische Qualität, aber noch dem Thema nach ähnelt“, schrieb die *Zeit Literatur* (Düker 2014). „Sollte man mehr wissen über das Schicksal Estlands im zweiten Weltkrieg? Ja, unbedingt. Sollte man dafür den neuen Roman der finnischen Star-Autorin Sofi Oksanen lesen? Nein, lieber nicht“, hieß es der Beilage *Kultur Spiegel* (Dürr 2014). In Tuomas Kyrös Fall ging es mehr um Verständigungsprobleme und kulturelle Unterschiede. „Denn, sorry liebes Gastland, für Landesunkundige ist dieser Roman nicht viel mehr als eine postpubertäre Schelmengeschichte, die sich am meisten selbst daran erfreut, auf politischen Unkorrektheiten zu surfen“, wurde über Kyrös

Buch *Kunkku* (2014) in der *Berliner Zeitung* geschrieben (Junghänel 2014). Teir hat zwar positiven Eindruck erweckt, sein Buch wurde in den allgemeinen Artikeln positiv als internationaler Erfolg rezipiert, aber im Korpus dieser Untersuchung gab es, im Unterschied zu den anderen Autoren, keine Rezension zu seinem Buch, darauf wurde lediglich in den Autorenportraits hingewiesen. Kettu und Westö wurden fast einstimmig positiv rezipiert, wie auch z. B. Johanna Holmström oder viele der anderen Autoren, die insgesamt weniger Beachtung in der Presse bekamen.

Die Rezensionen bildeten unter dem Gesichtspunkt des Medienechos der Autoren eine etwas andersartige Gruppe. Im theoretischen Teil dieser Arbeit wurde eine Diskussion erwähnt, nach der Literaturkritik innerhalb der letzten Jahrzehnten ihre Funktion als Vermittler teilweise verloren habe, weil Kritiker eher auf die bereits bekannten Werke und auf die prominenten Autoren fokussieren (s. Kap. 2.4). In diesem Fall gilt die Behauptung eher für die sonstige literarische Diskussion, nicht für die Rezensionen. Im Spiegel des untersuchten Korpus kann festgestellt werden, dass gerade in den Rezensionen eine Vielfalt zu sehen war und auch Autoren, die zum ersten Mal auf Deutsch veröffentlicht wurden, Aufmerksamkeit bekamen. Für viele Autoren, die lediglich in einem Artikel behandelt wurden, war der Artikel eine Rezension (s. Anhang 5). In den Rezensionen konnte man die Vielfalt der übersetzten Titel deutlicher erkennen als in den anderen Artikeln mit einem literaturbezogenen Hauptthema. Während die anderen Artikel auf die zeitgenössischen Autoren, die im Messeprogramm und in den Presseveranstaltungen präsent waren, fokussierten, konzentrierte man sich in den Rezensionen auch auf die ins Deutsche übersetzten Bücher von Autoren, die nicht Teil des Messeprogramms waren. Die Rolle der Kritik unter den Artikeln war jedoch weniger traditionell. Insgesamt waren im Korpus ziemlich wenig klassische Rezensionen (s. Kap. 2.2.3). Als klassische Rezensionen wurden Texte gezählt, deren Hauptthema und Anlass eindeutig der Inhalt eines Werkes war.

Zu folgenden Autoren und Werke wurden eine oder mehrere Rezensionen veröffentlicht:

Bagh, Peter von (*Kaurismäki über Kaurismäki*, 2014)

Holmström, Johanna (*Asphaltengel*, 2014)

Itäranta, Emmi (*Der Geschmack von Wasser*, 2014)

Jääskeläinen, Pasi Ilmari (*Lauras Verschwinden im Schnee*, 2014)

Kettu, Katja (*Wildauge*, 2014)

Kyrö, Tuomas (*Kunkku*, 2014)

- Liedtke, Klaus Jürgen (Hrsg.) (*Finnlandschwedische Literatur der Avantgarde*, 2014)
- Lundberg, Ulla-Lena (*Eis*, 2014)
- Mentula, Mooses (*Nordlicht – Südlicht*, 2014)
- Moster, Helene (Hrsg.) (*Alles Absolut bestens bei mir*, 2014)
- Moster, Stefan (Hrsg.) (*Alles frisch, Neue Erzählungen aus Finnland*, 2014)
- Oksanen, Sofi (*Als die Tauben verschwanden*, 2014)
- Rinne kangas, Rax (*Der Mond flieht*, 2014)
- Ropponen, Markku (*Faule Finnen fangen keine Fische*, 2013)
- Siekkinen, Raija (*Wie Liebe entsteht*, 2014)
- Sinisalo, Johanna (*Finnisches Feuer*, 2014)
- Tikkanen, Henrik (*Brändövågen 8 Brändö. Tel 35*, 2014)
- Westö, Kjell (*Das Trugbild*, 2014)

## (S. Anhang 5)

Wenn die Autorenportraits und Interviews oder die allgemeinen informativen Literaturvorstellungen betrachtet werden, war die Aufmerksamkeit, die der Literatur zuteil wurde, ziemlich einseitig. Die literarische Diskussion wurde personifiziert. Junge Autorinnen wurden hervorgehoben, Literaturstars wurden genannt und auf den Titelseiten präsentiert. Der Habitus der Autoren spielte in den Rezensionen eine kleinere Rolle als in den anderen Artikeln. Statt der Personenzentrierung, die in vielen Artikeln zu sehen war, lag der Fokus in den Rezensionen auf literarischen Inhalten und auf der tatsächlichen Bewertung der Werke.

Die Aufmerksamkeit der Autoren in der Presse hat im literarischen Feld vielerlei Bedeutung. Für die Verlage, die z. B. für das Marketing der Bücher und Autoren verantwortlich sind, ist die Presse einer der wichtigsten Marketingkanäle (vgl. Kap 2.2.2 und 2.3.3). Die Medienpräsenz der Autoren beeinflusst die Akkumulation des symbolischen Kapitals. Positive Rezensionen können z. B. zur Kaufentscheidung für bestimmte Bücher führen. Die Aufmerksamkeit ist jedoch nicht völlig problemlos. Im Medienecho der Sachbücher sah man auch die Problematik der Aufmerksamkeit. Die Analyse zeigte, dass die Sachliteratur und Sachbuchautoren, z. B. die Biographie der Kinderbuchautorin Tove Jansson und deren Autorin Tuula Karjalainen (2014) und das *Kaurismäki über Kaurismäki*-Buch von Peter von Bagh (2014), in der Presse unterschiedlich behandelt wurden. Tuula Karjalainen wurde interviewt, und das Buch wurde ebenfalls in Zusammenhang mit den Artikeln über Tove Janssons Literatur erwähnt. Das *Kaurismäki über Kaurismäki*-Buch von Peter von Bagh bekam drei Rezensionen. Der Fokus in diesen Fällen lag jedoch auf den Personen, von denen die Bücher

handelten, nicht auf den Autoren dieser Werke, wie es bei den Belletristen der Fall war. Mit dem Medienecho dieser Bücher bekamen statt der Autoren der Bücher also Aki Kaurismäki und Tove Jansson Aufmerksamkeit. Dies weist auf die unterschiedliche Rolle der Sachbuchautoren im literarischen Feld hin. Auch auf der organisatorischen Ebene des Ehrengastprojekts hat die Rolle der Sachbuchautoren Diskussion erweckt (s. Kap 5.3.2).

Das Medienecho der meistdiskutierten Autoren schien eine Summe vieler Faktoren zu sein, die zwar mit den literarischen Themen zu tun hatten, aber nicht unbedingt mit der tatsächlichen Rezeption der Bücher in literaturkritischem Sinne. So hatten die von den Organisatoren hervorgehobenen Autoren das größte Medienecho. Die öffentlichen Auftritte vor allem auf den Presseveranstaltungen vor der Buchmesse hatten einen Einfluss auf das Medienecho und die Sichtbarkeit des jeweiligen Autors in der öffentlichen Diskussion. Die Lesungen und Auftritte auf dem eigentlichen Messegelände beeinflussten die literarische Diskussion dagegen überraschend wenig. Damit kann man teilweise die Tatsache erklären, dass von den eingeladenen Autoren, die Teil des Programms auf dem Messegelände waren, ziemlich viele gar keine Treffer in den untersuchten Artikeln bekamen. Der Fokus lag also auf den Autoren, die der Presse bereits im Vorfeld der eigentlichen Buchmesse vorgestellt wurden. Von den Autoren, die nicht zur Buchmesse eingeladen waren, aber trotzdem in der Presse vorkamen, hatten fast ausnahmslos alle einen Titel in deutschsprachiger Übersetzung im Messejahr veröffentlicht. In den meisten Fällen wurden die Autoren mit einer Rezension bedacht, woraus sich schließen lässt, dass sie literarisch interessant waren. Obwohl die bewussten Vermittlungsmaßnahmen der Ehrengastorganisatoren zum Medienecho der meistgenannten Autoren beitrugen, hatten sie in einigen Fällen kaum Einfluss. Die bewusst von den Organisatoren vermittelten Themenbereiche, z. B. die Lehrbücher, Kinder- und Jugend-literatur oder das mit der Fantasy-Szene verknüpfte Thema „Finnisch Weird“, wurden in der deutschen Presse kaum wahrgenommen.

## 6.5 Zwischenfazit

Betrachtet man die öffentliche Diskussion, bietet die Buchmesse dem Ehrengast eine breite, obgleich zeitlich begrenzte Plattform, um sich in der deutschen Öffentlichkeit zu präsentieren. Die Rolle der Presse als Vermittler ist gerade im Falle des Ehrengastes zentral. Die öffentliche Diskussion reflektiert die Reaktionen der Rezipienten, worauf der Exporteur im besten Fall reagiert. Dort, wo die Buchmesse als Veranstaltung lediglich einen gewissen Teil des Publikums erreicht, verbreitet die Presse die Botschaft des Ehrengastes bei einem breiteren

Publikum. Bei einem so langfristigen Projekt, das sich aus einer Reihe von Veranstaltungen während des ganzen Jahres zusammensetzt, kann im besten Fall ein Dialog zwischen dem Exporteur und der rezipierenden Kultur entstehen. Gerade dabei hat die Presse als Vermittler zwischen dem Rezipienten und dem Exporteur eine zentrale Rolle. Unter dem Aspekt des Kulturtransfers kann die Bedeutung der Presse nicht unterschätzt werden. Jedoch ist in der Presse auch die Unberechenbarkeit des Transfers zu sehen, und die vermittelten Informationen stimmen nicht immer mit den Botschaften der Vermittler überein.

Das wichtigste Ziel der finnischen Organisatoren war, finnische Literatur bekannt zu machen, um dadurch den Verkauf der Literatur und der Übersetzungsrechte zu fördern. In den Botschaften der Organisatoren wurden die Vielseitigkeit der Literatur sowie die unterschiedlichen, auch marginalen, Gattungen betont. Weiter wurde in der Strategie eine Art Imageverbesserung angestrebt, wonach der Ausbildungssektor und die Lesekultur den Kern des Finnland-Images hätten bilden sollten. In der öffentlichen Diskussion in Deutschland wurde Finnland als ein „literarischer Ehrengast“ interpretiert und die Ausbildungsthematik weitgehend ausgeblendet.

Zusammengefasst bewegte sich die öffentliche Diskussion von typischen Finnland-Stereotypen über die politische Lage bis zu den Autoren und der literarischen Landschaft Finnlands. Wenn der ganze Korpus betrachtet wird, kann man einige ständig wiederkehrende thematische und strukturelle Merkmale erkennen. In der Berichterstattung lässt sich, obwohl nur grob, eine Struktur von allgemeinen Finnlandinformationen und Stereotypen zu spezifischen Themen erkennen. Auch eine zeitliche Entwicklung ist zu sehen. Je näher die Buchmesse rückte und je mehr über Finnland geschrieben wurde, desto spezifischer wurden die Informationen und Themen der Artikel. Insgesamt gab es aber nur wenig Veränderung in den von der Presse während des gesamten Jahres hervorgehobenen Themen.

Vergleicht man die öffentliche Diskussion mit den strategischen Zielen der Organisatoren, war der Mitteilungseffekt der Berichterstattung letztlich relativ oberflächlich. Im Hinblick auf den theoretischen Bezugsrahmen reflektiert die öffentliche Diskussion vor allem den Vermittlungsprozess des Kulturtransfers in ihrer Unberechenbarkeit. Obwohl die Themen des Ehrengastauftritts zum größten Teil bereits vor dem Messejahr festgelegt wurden, verschob sich der Fokus während des Jahres. Kulturtransfer basiert auf Wechselwirkung, in diesem Fall mit den finnischen und deutschen Akteuren, den Medien und dem Publikum. Damit konnte auch die Rezeption in Deutschland die Inhalte des Auftritts bereits während des Jahres beeinflussen. Kulturtransfer ist ein

dynamischer Prozess, der die Interaktion des Exporteurs und des Rezipienten beeinflussen kann. Diese Dynamik war auch bei Finnlands Auftritt zu sehen.

Die Presse fungierte als Vermittler in dem Transferprozess, jedoch nicht immer als Vermittler der geplanten Botschaft der Organisatoren, sondern des jeweiligen Themas, des Interviewpartners oder der Vorstellung des Journalisten. Daraus resultierte, dass die eigentliche, geplante Botschaft der Organisatoren weniger Platz in der Presse bekam. Unter den literarischen Themen wurde die Vorherrschaft von Sofi Oksanen auch von einigen weniger schmeichelhaften Rezensionen nicht angegriffen. Die Kriegsthematik der zeitgenössischen Literatur dominierte die Diskussion. Die Vielfalt der Literatur und die etwas marginaleren Gattungen haben, trotz der Vermittlungsmaßnahmen, ziemlich wenig Aufmerksamkeit bekommen. Die Betonung von Klassikern wie Tove Jansson und die *Mumins* oder Aleksis Kivi kann als Beleg dafür dienen, dass die Presse sich nicht völlig am Messeprogramm orientierte.

In der Analyse wurde deutlich, dass die Presse nur teilweise die Informationen vermittelte, die die Organisatoren betonten. Gemessen an den massiven Vermittlungstätigkeiten wurde z. B. der Ausbildungssektor in der Presse kaum diskutiert. Die Lesekultur Finnlands machte jedoch einen wesentlichen Teil des entstandenen Finnland-Images aus, was wiederum den Vermittlungstätigkeiten der Organisatoren entspricht. Die finnische Lesekultur zog sich als roter Faden des Auftritts durch die öffentliche Diskussion. Diese hatte aber kaum Einfluss auf das Interesse der deutschen Presse an dem etwas melancholischen, stereotypischen Finnland. Das typische Finnland-Image und die bereits bekannten Themen wie Saunen bekamen ein großes Medienecho, obwohl es der ursprüngliche Plan der Organisatoren war, auf solche Themen völlig zu verzichten. Wie die zitierten Artikelstellen zeigten, wurden in der Berichterstattung häufig stereotype Verallgemeinerungen wie z. B. „die Finnen denken“ oder „Für die Finnen ist“ verwendet. Die Diskrepanz zwischen dem, was die Organisatoren vermitteln wollen, und dem, was tatsächlich vermittelt wird, liegt auch an der Funktionslogik der Medien, wonach populäre Themen bzw. Autoren und Bücher hervorgehoben werden, um eine breitere Leserschaft zu erreichen. Auch die Medien konkurrieren miteinander um die Aufmerksamkeit der Leserschaft. Die Medien leiten sich auch selbst, wodurch in unterschiedlichen Quellen ähnliche Themen Aufmerksamkeit bekommen.

In der Beschreibung des Ehrengastauftritts, der finnischen Literaturbranche und Finnlands im Allgemeinen tauchten immer wieder unterschiedliche Akteure, die im Kulturtransfer auch als Vermittlerfiguren beschrieben werden können, auf. Dies führte dazu, dass in den Artikeln viele unterschiedliche Vorstellungen und

Themen zur Sprache kamen. Am häufigsten wurden Autoren interviewt, darauf folgten Politiker, die Organisatoren und einzelne Akteure wie z. B. die Schauspielerin Kati Outinen oder die Leiterin des Marimekko-Ladens in Frankfurt. Die personenzentrierte Diskussion zeigte sich auch darin, dass unter Sachliteratur lediglich die Bücher Aufmerksamkeit bekommen haben, die über bekannte Personen berichteten. Ein großer Teil der Artikel basierte auf den Erfahrungen der Journalisten in Finnland, auf dem Buchmessegelände oder bei den verschiedenen Veranstaltungen. Interviews spielten eine große Rolle für die Vermittlung des Finnland-Images. Die Interviewpartner stellten ihr Finnlandbild oder ihr Spezialgebiet und gesellschaftliches Wissen vor. Während beim Interview des Präsidenten die literarische Aktivität des Präsidentenpaares hervorgehoben wurde, wurde z. B. der Autor Tuomas Kyrö zu Finnland-Stereotypen befragt oder die Autorin Riikka Pulkkinen zu ihrer Heimatstadt Helsinki und den finnischen Sitten und Gebräuchen. Teilweise wurden Stereotype auch abgebaut, wodurch ein neues Image entstand, in welchem sich auch die Erwartungen der Organisatoren widerspiegelten. Finnland wurde neben dem stereotypischen Image auch als Land der Literatur, Autoren und Leser bekannt. Obwohl in der Berichterstattung teilweise Stereotypen aufgegriffen und nicht immer die Botschaften der Organisatoren weitervermittelt wurden, war die Berichterstattung nicht beliebig. Besonders in der Kategorie ‚Literatur‘ waren die Artikel häufig von prominenten Journalisten geschrieben. Unter den Autoren der Artikel gab es auch Experten der finnischen Literatur wie den Autor und Übersetzer Stefan Moster (s. Anhang 4). Dadurch war die Berichterstattung z. B. über die Geschichte der finnischen Literatur sachkundig.

In ihrer Funktion als Gatekeeper hat die Presse auch eine zentrale Rolle, wenn die Auswirkungen des Ehrengastprojekts betrachtet werden. Gerade für das Privatpublikum, das nicht unbedingt die Buchmesse besucht, vermittelt die Diskussion in den Medien Informationen von der Literatur des Ehrengastes, aber wie die Analyse bestätigte, auch breiter gefasst vom Land und der Kultur. Im besten Fall kann der Exporteur die Reaktionen der Rezipienten durch die Presse betrachten und dadurch den Verlauf des Exports verfolgen. Zum Beispiel wurden das Sauna-Programm und die Finnland-Programmpunkte auf dem Messegelände nach den positiven Reaktionen mehr beachtet. Die Rezeption des Auftritts wurde auch in der finnischen Presse verfolgt. Gerade solche Dialoge, in denen eine Rückkopplung der Informationen möglich wird, sind unabdingbar im Prozess des Kulturtransfers.

Aus der Perspektive der Theorie des literarischen Feldes kann die öffentliche Diskussion sowohl die innere als auch die äußere Struktur des Feldes beeinflussen. Die Beobachtungen von der Diskussion geben Auskunft sowohl

über die Buchmesse und ihre Rolle auf dem Feld, über den Ehrengastauftritt als auch über das literarische Feld Finnlands und die Positionen der Autoren im Feld. Da der deutsche Buchmarkt auf dem internationalen Feld oft als Tor fungiert, kann die deutsche öffentliche Diskussion auch darüber Auskunft geben, welche Werke international Erfolg haben können

Es stellte sich heraus, dass sich der Ehrengastauftritt in der öffentlichen Diskussion über die Grenzen des literarischen Feldes hinaus erstreckt. Ebenfalls wurde herausgefunden, dass Autoren gleichzeitig innerhalb und außerhalb des Feldes wirken können, je nach ihrer Position und Rolle im Feld. Sofi Oksanen zeigte mit ihren politischen Aussagen, wie auch die Autoren im Rahmen der Buchmesse außerhalb des literarischen Feldes wirken können.

Obwohl Autoren in vielen Fällen im Vordergrund der öffentlichen Diskussion standen, wurden sie nicht immer als literarische Akteure aufgefasst, sondern eher als Repräsentanten Finnlands, als Experten eines bestimmten gesellschaftlichen Bereichs oder einfach als interessante Persönlichkeiten, öffentliche Figuren. Es stellte sich heraus, dass der Habitus des Autors eine große Wirkung auf die Sichtbarkeit in den Medien hatte und gerade der Habitus umfangreich beschrieben wurde. Obwohl nach der Theorie Bourdieus die Akteure des literarischen Feldes ihre Position vor allem innerhalb des Feldes haben, bestätigte die Analyse, dass die Literatur im Falle der Autoren oft das war, wodurch die Position und die Rolle auch außerhalb des Feldes bestimmt wurden. Ein gutes Beispiel dafür sind die unterschiedlichen Rollen der Autoren neben der Autorenschaft wie Sofi Oksanens Rolle als politische Kennerin, Feministin und Russland-Kritikerin. Wenn gewisse Autoren und Themen in bestimmten Zusammenhängen hervorgehoben werden, kann die Presse auch die Struktur des literarischen Feldes beeinflussen. Die konzentrierte Aufmerksamkeit, die eine ziemlich kleine Gruppe von Autoren bekam, vermehrte das symbolische Kapital dieser Autoren. Die Aufmerksamkeit, die der finnischen Literatur insgesamt zuteilwurde, beeinflusste wiederum die Position der finnischen Literatur im deutschen und dadurch auch im internationalen literarischen Feld. Die Ergebnisse dieses Analyseteils werden im nächsten Kapitel verwendet, um die Grenzen, Kräfteverhältnisse und Positionierung der Akteure des literarischen Feldes zu reflektieren.

## 7 DIE EVALUATION UND AUSWIRKUNGEN DES EHRENGASTPROJEKTS

Die Frankfurter Buchmesse fasst die Idee des Ehrengastes in Bezug auf die Buchmesse selbst in folgender Weise zusammen: „Die zentralen Anliegen der Frankfurter Buchmesse sind es, die Verlagsbranche und Kulturinstitutionen des jeweiligen Landes international stärker zu vernetzen, seine Literatur international bekannt zu machen und die Anzahl von Übersetzungen aus dem Land zu steigern“ (FBM 2016d). Diese Schwerpunkte wurden auch in der finnischen Zielsetzung betont (s. Kap. 5; Anhang 1).

Im vorliegenden Kapitel werden die Evaluation und die unmittelbaren Auswirkungen des Ehrengastprojekts zusammen mit den Ergebnissen der bisherigen Analyse diskutiert. Es wird betrachtet, wie das Ehrengastprojekt evaluiert wurde und wie die deutsche Rezeption sich sowohl in der offiziellen Evaluation als auch in der finnischen öffentlichen Diskussion widerspiegelte. Weiter wird analysiert, was für eine Plattform die Messe für den Literatur- und Kulturexport des Ehrengastes bietet und was aus dem Auftritt gerade für den finnischen Literaturexport resultierte. Die Fragen, wessen Ziele erfüllt wurden und wem der Ehrengastauftritt letztendlich diene, wurden in der Evaluationsphase immer wieder gestellt (vgl. Saukkonen/Sivonen 2015). Die grundlegende Frage in diesem Kapitel ist, ob und inwiefern der Ehrengastauftritt als Konzept den Literaturexport und damit den Kulturtransfer unterstützt und inwieweit diese beiden im finnischen Projekt gewährleistet wurden. Weiter wird gefragt, was die Rolle der Buchmesse im internationalen literarischen Feld ist und inwieweit die Autonomie, die Bourdieu dem Feld zuspricht, in der Buchmesse und der Ehrengastinstitution erkennbar ist. Der Vergleich der Ergebnisse der unterschiedlichen Analyseschritte miteinander und mit der Zielsetzung des Projekts soll dazu dienen, die Rolle und Position der Frankfurter Buchmesse als internationalem Knotenpunkt des literarischen Feldes zu betrachten.

### 7.1 Die Evaluation und die unmittelbaren Ergebnisse des Projekts

Als Materialgrundlage dieses Kapitels dienen die Evaluationsberichte und die öffentliche Diskussion in den finnischen Medien. Das Ehrengastprojekt wurde nach der Buchmesse auf unterschiedlichen Ebenen evaluiert. Die Verwaltung, das Managementkonzept und die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren

wurden in einem externen, von Cupore im Auftrag von SKS durchgeführten Schlussbericht beurteilt (Saukkonen/Sivonen 2015). Der Bericht erläutert, wie die Beschlüsse, Verträge und die Aufgabenverteilung sich im Laufe des Projekts entwickelten, was in der Verwaltung und Zusammenarbeit gelungen war und wo Probleme entstanden. FILI (2015) veröffentlichte einen eigenen Schlussbericht vom Verlauf des Projekts aus Sicht des von FILI organisierten Literatur- und Kulturprogramms, und das Finnland-Institut in Deutschland wertete das Satellitenprogramm, seine Durchführung und Ergebnisse, aus (Backmann 2015a). Die drei Evaluationsberichte des Projekts wurden mit Hilfe gezielter Fragen gelesen und miteinander verglichen.

Neben den offiziellen Berichten bieten die finnische öffentliche Diskussion und die Auswertung des Projekts in der finnischen Presse Einblicke in die Einschätzung des Erfolgs des Projekts. Das Material im Bezug auf die öffentliche Diskussion in Finnland wurde aus *Helsingin Sanomat* und *YLE* (Finnischer Rundfunk) gesammelt und zusammengestellt. Einige Beiträge wurden auch aus anderen Quellen wie der Zeitschrift *Suomen Kuvalehti* oder z. B. den Zeitungen *Aamulehti* und *Ilkka* zusammengetragen. Mittels der Berichterstattung wird untersucht, welche Ergebnisse in der öffentlichen Diskussion wichtig waren und welche Botschaften aus Frankfurt nach Finnland vermittelt wurden. Die Evaluationsberichte und das Material aus den finnischen Medien sollen als Vergleichsobjekte für die Diskussion der deutschen Presse fungieren, aber auch den Verlauf und die Ergebnisse des Projekts aus der finnischen Sicht reflektieren.

### 7.1.1 Die Durchführung des Projekts und die Evaluation der Organisationsstruktur

In der Planung und Durchführung des Ehrengastauftritts hat der jeweilige Gast relativ freie Hand. Die Buchmesseorganisation fordert die Anlehnung an einige Richtlinien, aber der Fokus des Auftritts hängt von den angestrebten Zielen des Gastes ab. Wie in den vorigen Kapiteln beschrieben, waren sowohl Literaturexport als auch Kulturexport im breiteren Sinne in der Zielsetzung des finnischen Projekts zu sehen. Genauso wurden sie in der öffentlichen Rezeption in Deutschland reflektiert. In Deutschland wird in den Medien fast jährlich die Frage gestellt, wozu der Ehrengast eigentlich da sei und ob es beim Ehrengastauftritt tatsächlich um Literatur gehe (s. Kap. 3.3). Wie die Analyse in Kapitel 6 zeigte, hat sich die deutsche Presse auch in Finnlands Fall viel mit dem Land beschäftigt. Trotzdem zählte Finnland nach der Beurteilung der Presse zu den „literarischen Ehrengästen“ (vgl. Kap. 3 und Kap 6.3). In den Zeitungsartikeln wurde darauf hingewiesen, dass der jeweilige Ehrengast eine Balance zwischen dem Literaturexport und der Tatsache, dass der Auftritt rund

um das Land gestaltet wird, finden muss (s. Kap 6.2). Gerade die Wahrung des Gleichgewichts zwischen dem literarischen Programm, dem tatsächlichen Literaturexport und dem Kulturprogramm verursachte im Laufe des finnischen Projekts innerhalb der Projektorganisation die meisten Schwierigkeiten (vgl. Kap. 5).

In der Planungsphase des finnischen Ehrengastauftritts konnten die unterschiedlichen, im Projekt eingebundenen Akteure ihre Wünsche und Erwartungen sowie ihre Beteiligungsmöglichkeiten u. a. in Diskussionsveranstaltungen und in der Kooperationsgruppe äußern. Da die Projektorganisation sowohl den privaten Sektor, den öffentlichen Sektor als auch Akteure des dritten Sektors zusammenbrachte, gab es auch unterschiedliche Erwartungen an das Projekt. Diese Erwartungen wurden in der strategischen Zielsetzung reflektiert. Die Kooperationsgruppe war die Instanz, die die Erwartungen als gemeinsame strategische Ziele zusammenfasste (vgl. Kap. 5). Die Protokolle der Kooperationsgruppe und die Zusammenfassung der Diskussionsveranstaltungen sind von der Vorstellung des Ehrengastprojekts als gemeinsames Projekt der gesamten Kulturbranche, jedoch mit einem literarischen Schwerpunkt, ausgegangen (Protokoll 8/2011, 2/2012; FILI 2011).

Die operative Leitung und Verwirklichung der strategischen Ziele insgesamt lag in FILIs Verantwortungsbereich, womit FILIs Rolle in der Durchführung und Entscheidungsfindung zentral war. Der Schlussbericht von Cupore hebt, basierend auf dem durchgeführten Programm und seinen Ergebnissen, neben der Buchmesseorganisation das Finnland-Institut als wichtigsten Partner für den Hauptorganisator FILI hervor (Saukkonen/Sivonen 2015: 37; 40). Als weitere wichtige Partner nennen Saukkonen und Sivonen (2015: 14; 36) in dem Bericht u. a. die Aalto-Universität, die die äußere Erscheinung und den Pavillon entwarfen, und die Deutsch-Finnische Handelskammer, die zu Beginn des Projekts für die Unternehmenskooperation und die Beschaffung der Sponsoren verantwortlich war (vgl. Kap 5.1). Im Unterschied zum Schlussbericht von Cupore sah FILI in dem eigenen Evaluationsbericht das Finnland-Institut als einen Kooperationspartner unter vielen anderen Partnern, die in Deutschland ihren Sitz haben (FILI 2015: 8). Als einheimische Partner hob FILI den finnischen Verleger-Verband, die Verlage und die Literaturagenturen hervor. Als zentraler deutscher Partner wurde die Frankfurter Buchmesse genannt (FILI 2015: 8).

Die Kooperationsgruppe hatte in der Planung der Strategie festgelegt, dass der Literaturexport das erstrangige Ziel des Ehrengastprojekts sei. Weiter wurde in der Zielsetzung erwähnt, dass die Bekanntheit der finnischen Kultur im Projekt

sowohl durch die sogenannte „Story von Finnland“ als auch durch die Kooperation zwischen den Kulturakteuren aus beiden Ländern erhöht werden sollte (Protokoll 8/2011; 10/2011). Den Protokollen der Kooperationsgruppe zufolge waren sich die Beteiligten in der Planung einig (s. Kap 5). Wenn die Evaluationsberichte miteinander verglichen werden, wird klar, dass innerhalb des Projekts voneinander abweichende Meinungen über Aufgabenverteilung, Zielsetzung, Schwerpunkte und Durchführung des Projekts herrschten.

Das Finnland-Institut betonte im Evaluationsbericht des Satellitenprogramms, dass aus seiner Sicht FILI besonders für den Literaturexport und den Rechtehandel verantwortlich war (Backman 2015a: 10). In der eigenen Evaluation hob FILI das Literaturprogramm sowie den Lizenzhandel und seine Ziele als Kern des gesamten Projekts hervor (FILI 2015: 10). Der eigentliche Rechtehandel gehörte zum Tätigkeitsbereich der Verlage und Agenturen, FILI als operative Leiterin des gesamten Projekts leistete dabei Unterstützung. Die Vermittlung der sogenannten „Story von Finnland“, also die kulturelle Vernetzung und die Arbeit im Bereich des Länder-Images, die beide auch in der Zielsetzung genannt wurden, wurden zwischen FILI und vielen Kooperationspartnern verteilt. Auch das von FILI in Frankfurt organisierte Kulturprogramm mit den offiziellen Partnern der Buchmesse unterstützte dieses Ziel. Wie im Evaluationsbericht des Satellitenprogramms festgestellt, arbeiteten das Außenministerium und die Botschaft vor allem am Kulturexport unter dem Aspekt des Länder-Images. Das Finnland-Institut war im Bereich der kulturellen Zusammenarbeit tätig (Backman 2015a: 10).

Aufgrund der Unklarheiten in den Verantwortungsbereichen funktionierte die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren nicht immer reibungslos. Die Problematik führte dazu, dass der Lizenzhandel, das offizielle Literatur- und Kulturprogramm von FILI und das Satellitenprogramm des Finnland-Instituts trotz der Tatsache, dass in der Planung von Teilbereichen eines Gesamtprojekts die Rede war und zwischen FILI und dem Finnland-Institut eine Kooperationsurkunde unterschrieben wurde, letztendlich als ziemlich eigenständige Projekte durchgeführt wurden. Dem ursprünglichen Plan nach galt das Satellitenprogramm des Finnland-Instituts als kulturelles Rahmenprogramm des Ehrengastes (s. Kap 5.1). Das Satellitenprogramm und das von FILI organisierte Literatur- und Kulturprogramm unterschieden sich jedoch bereits in der Planungsphase voneinander.<sup>57</sup> Ein sichtbares Zeichen der Differenzierung war, dass das Finnland-Institut ab Herbst 2013 ein eigenes Logo und Design für

---

<sup>57</sup>Die Aufgabenverteilung und Verantwortungsbereiche zwischen FILI und dem Finnland-Institut, später auch der Botschaft, wurden in einer Kooperationsurkunde erläutert (s. Kap 5.1.1).

das Satellitenprogramm „Cool2014“ benutzte, obwohl die beiden Institutionen durch das Gesamtprojekt zwangsläufig thematisch verbunden waren (s. Backman 2015a: 7; FILI 2015: 8, 16; Saukkonen/Sivonen 2015: 36, 40–43).<sup>58</sup>

Das Finnland-Institut hob in der Evaluation des Satellitenprogramms hervor, dass das Satellitenprogramm die Wirkung des Ehrengastauftritts in den deutschsprachigen Ländern verstärken und die anderen Ziele des Projekt unterstützen wollte (Backman 2015a: 10). Daraus kann man schließen, dass das Finnland-Institut das Satellitenprogramm gern als Teil des Gesamtprogramms gesehen hätte. In FILIs Evaluation wird von einem „eigenen COOL2014-Programm“ des Finnland-Instituts gesprochen. Das Finnland-Institut hat jedoch mit dem Mandat des Ministeriums für Bildung und Kultur das offizielle Satellitenprogramm des Ehrengastes organisiert (Backman 2015a: 8). Die sichtbare Differenzierung verstärkt den Eindruck, dass es im Falle dieser beiden Programmbereiche letztendlich um zwei eigenständige Projekte ging, die jeweils eine eigene äußere Erscheinung, eigene Strategien und Ziele sowie eigene Finanzierung hatten. Auch die Tatsache, dass keine einheitliche Gesamtevaluierung vom Ehrengastprojekt gemacht wurde, deutet auf Differenzen zwischen den Programmbereichen hin. Im Schlussbericht von Cupore wird sogar auf eine Art von Revierkampf innerhalb des Projekts hingewiesen (Saukkonen/Sivonen 2015: 27).

Obwohl die schwierige Zusammenarbeit zwischen den beiden Einrichtungen nach der Evaluation eine Ausnahme innerhalb der Projektorganisation bildete, äußerten einige Partner in der Evaluationsphase ihre Unzufriedenheit mit dem Verlauf des Projekts (Saukkonen/Sivonen 2015: 27–29). Die Probleme spiegelten sich in der Arbeit der Botschaft und der anderen Team-Finland-Akteure im Projekt wider und übertrugen sich u. a. auf die über 90 deutschen Kooperationspartner des Finnland-Instituts, die nach dem eigenen Bericht des Instituts nicht immer wussten, für welches Projekt sie eigentlich ihr Programm machten (Backman 2015a: 67, 69, 72). Als Beispiel wurde in der Evaluation des Satellitenprogramms ein Kommentar eines deutschen Kooperationspartners hervorgehoben. Ihm zufolge war es enttäuschend, dass es trotz der Versuche nicht möglich war, finnische Literatur als Teil des Satellitenprogramms

---

<sup>58</sup> In der Kooperationsurkunde stand, dass sowohl das Finnland-Institut als auch die Botschaft alle visuellen Elemente in ihrem Programm und in der PR-Arbeit benutzen dürfen (Kooperationsurkunde 2012). Das Logo wurde jedoch später veröffentlicht als geplant, und bei der Veröffentlichung fehlten noch Elemente der äußeren Erscheinung (Backman 2015a: 25). Als das Designbild fertig war, hatte das Institut nach den Evaluationsberichten von Cupore und Finnland-Institut kein Recht auf das gesamte visuelle Layout. Für das Institut stand nur das Logo zur Verfügung (ebd.). (Backman 2015a: 25f; Saukkonen/Sivonen 2015: 41).

einzubinden (Backman 2015a: 70f; vgl. Saukkonen/Sivonen 2015: 38). Dies resultierte aus der ursprünglich in der Kooperationsurkunde deklarierten, ziemlich strengen Aufgabenverteilung zwischen FILI und dem Finnland-Institut, wonach das Literaturprogramm allein von FILI organisiert und kontrolliert werden sollte (s. Kap 5). Zudem wurde in den Interviews, die Cupore im Rahmen ihrer Evaluation durchführte, die zentrale, sogar dominierende Rolle von FILI in der Leitung des Projekts kritisiert, da einige finnische Kooperationspartner die Entscheidungsfindung und Durchführung des Projekts zu konzentriert fanden (Saukkonen/Sivonen 2015:38f; Gustafsson 2014c). Dies zeigte sich u. a. darin, dass die Kooperationsgruppe nach Auffassung der Beteiligten letztlich zur Instanz wurde, die lediglich über den Verlauf des Projekts informiert wurde, den Verlauf jedoch nicht beeinflussen konnte, weil die Entscheidungen von FILI getroffen wurden (vgl. Kap. 5).

Der Schlussbericht von Cupore stellt fest, dass die Synergievorteile wegen der Unklarheiten, die im Verlauf des Projekts zustande kamen, nicht vollständig ausgenutzt wurden (Saukkonen/Sivonen 2015: 43). Dabei wurde besonders auf die Probleme zwischen FILI und dem Finnland-Institut hingewiesen. Hätte die Kooperation besser funktioniert, hätte man dem Bericht zufolge den im Projekt insgesamt herrschenden Ressourcenmangel besser decken können (vgl. Saukkonen/Sivonen 2015: 44). Die Probleme in der Kooperation führten zu einem verschärften Auseinanderklaffen der Inhalte, die mit den strategischen Zielen verknüpft waren.

### 7.1.2 Die Divergenz der Inhalte des Auftritts

Bereits die Vorbereitung und Planungsphase des Projekts zeigte, dass das Exportvorhaben eine vielseitige Gesamtheit darstellte, in der das *nation branding*, die Kulturvermittlung und die kommerziellen Ziele des Literaturexports sich begegneten. Wenn das Ehrengastprojekt als Gesamtheit betrachtet wird, teilte der Auftritt sich grob in die von FILI organisierte Gesamtheit, also das offizielle Literatur- und Kulturprogramm auf dem Messegelände und in Frankfurt, in das Satellitenprogramm, das in den deutschsprachigen Ländern vom Finnland-Institut organisiert wurde, und in die literarische Business-Ebene auf. Diese Struktur bildete den Rahmen für die Durchführung und Verlauf des Projekts (vgl. Kap. 5.1.1).

Wenn der Verlauf genauer betrachtet wird, wird klar, dass die Teilbereiche unterschiedliche Funktionen im Projekt einnahmen und sich an unterschiedliche Zielgruppen richteten. Einige Unklarheiten schienen vor allem dort hervorzutreten, wo die Businesssebene des Buchmarkts, die verschiedenen

Programmpunkte und die Vermittlung des Finnland-Images zusammenkamen. Daraus lässt sich eine im Hinblick auf den Kulturtransfer wichtige Frage formulieren, nämlich wer als Zielgruppe des Projekts definiert wurde. War die Zielgruppe das deutsche oder das internationale Fachpublikum aus der Literaturbranche, das breite Publikum in Deutschland oder international, oder hatte das Projekt mehrere Zielgruppen und Zielregionen, die über die Programmpunkte und Zielvorstellungen der Akteure verteilt wurden?

Auf der Grundlage von Interviews wurde in dem von Cupore verfassten Schlussbericht festgestellt, dass die beteiligten Einrichtungen nicht immer wussten, ob es in dem Projekt in erster Linie um ein Marketingvorhaben für Finnland oder um ein Projekt, das den Buchmarkt fokussiert, ging (Saukkonen/Sivonen, 2015: 24f). Das Projekt wurde dem Schlussbericht zufolge sowohl als Projekt des Buchmarkts als auch als ein nationales Exportprojekt aufgefasst, abhängig davon, wer gefragt wurde und welche Ziele und Ergebnisse betont wurden (Saukkonen/Sivonen 2015:26).<sup>59</sup>

FILI und die Vertreter des Verlagswesens betonten die zentrale Stellung des Literaturexports und des Lizenzhandels im Projekt sowie die Funktion der Buchmesse als internationalen Handelsplatz der Branche (Protokoll 6/2011). Das Fachpublikum aus der Literaturbranche wurde als Zielgruppe hervorgehoben. Nach FILI handelte es sich um ein Projekt des Buchmarkts (Protokolle 10/2011; FILI 2015). Auch die Zielsetzung weist darauf hin, dass es in erster Linie um ein Projekt des Buchmarkts ging (FILI 2012a). Seitens der vielen Kooperationspartner aus der Kulturbranche wurde konstatiert, dass das deutsche Publikum auch die sogenannte „Story von Finnland“ wahrnehmen sollte, womit die Vermittlung eines neuartigen Länderimages verbunden war (Protokoll 8/2011; 11/2011). In der Evaluation wurde darauf hingewiesen, dass die beteiligten Institutionen und Organisationen davon ausgingen, dass das Projekt ein öffentlich-administratives, zum größten Teil staatlich finanziertes Projekt war, das nach der Strategie auch auf eine bessere Bekanntheit des Lands und der Kultur hätte zielen sollen (Saukkonen/Sivonen 2015: 26f).

Die Vertreter des Verlagswesens kritisierten im Schlussbericht von Cupore, dass die Verlage und der tatsächliche Literaturexport im Projekt letztendlich insgesamt eine zu kleine Rolle bekommen hätten und zu wenige

---

<sup>59</sup> Im Schlussbericht wird bezüglich der Frage, um wessen Projekt es ging, der sogenannte Inhaber des Projekts definiert (Saukkonen/Sivonen 2015: 25f). Die Definition ist aber nicht eindeutig, da weiter festgestellt wurde, dass das Projekt mehrere Inhaber haben kann, abhängig von der Perspektive und von welchem Teil oder Aufgabenbereich des Projekts die Rede ist, ob z. B. die ursprüngliche Idee, die Finanzierung oder die operative Leitung betont wird (ebd.).

Einflussmöglichkeiten hatten (ebd.). Sie befürchteten, dass die vielen Partner außerhalb der Literaturbranche den Fokus des Projekts ändern könnten – und das haben sie nach Meinung einiger Beteiligter auch getan (Saukkonen /Sivonen 2015: 38). Es wurde z. B. darauf hingewiesen, dass u. a. „professionelle Rezensionen“ in der deutschen Öffentlichkeit von der Berichterstattung zu anderen Themen überdeckt wurden (Saukkonen/Sivonen 2015: 45). Es stimmt, dass z. B. Rezensionen von den renommiertesten deutschen Literaturkritikern im Korpus dieser Untersuchung kaum vorkamen (vgl. Kap. 6.3; vgl. Anhang 4). Die Literatur und das finnische literarische Feld bewirkten jedoch insgesamt das größte Medienecho, wodurch vor allem das breite Publikum erreicht wurde.

Der finnische Rundfunk YLE hob bereits in der Planungsphase in einem Artikel hervor, dass einige Partner vor allem aus dem Verlagswesen in der Öffentlichkeit geäußert hatten, mit dem Informationsfluss und der Vorbereitung des Programms unzufrieden zu sein (Gustafsson 2014c). Weiter wurde in den finnischen Medien hervorgehoben, dass aus den Verlagen die Botschaft vermittelt wurde, dass nicht alle Literaturgattungen im Projekt gleich viel Raum bekommen hätten (Lyytinen/Petäjä 2014). In der Exportarbeit der Organisatoren wurde keine klare Einteilung zwischen den Gattungen gemacht, wenn die Rede von den 130 übersetzten Werken war. Wie aber auch die Analyse der öffentlichen Rezeption in Kapitel 6.4 zeigte, wurde oft davon ausgegangen, dass es sich zum größten Teil um belletristische Titel handelte.

Aus dem Schlussbericht und den Protokollen der Kooperationsgruppe ging hervor, dass gerade die Kooperationspartner, die im Bereich des kulturellen Programms tätig waren, auch von FILI darauf aufmerksam gemacht wurden, dass es im Projekt nicht um Imagearbeit für das Land gehen sollte, sondern in erster Linie um Literaturexport und Rechtehandel (Saukkonen/Sivonen 2015:38; Protokoll 6/2011). Aus den Protokollen (6/2011; 2/2012) geht hervor, dass die Buchmesse als Fachveranstaltung der internationalen Buchbranche betont werden sollte (Protokolle 6/2011; 2/2012). Das Satellitenprogramm und die Förderung des Länderimages wurden von einigen im Projekt beteiligten Instanzen eng miteinander verbunden. Da das Ehrengast-Konzept und einige vorherige Gastländer dahingehend kritisiert worden waren, dass Literatur bei den Auftritten zu oft zu einer klischeehaften Tourismuswerbung herabgesetzt worden sei, wollten die finnischen Organisatoren von Anfang an in ihrem Ehrengastprogramm schwerpunktmäßig Literatur präsentieren (vgl. Kap. 4.4; FILI 2012a). Die Buchmesseorganisation verpflichtet den Ehrengast, auch ein Rahmenprogramm zu organisieren, das das Kunst- und Kulturleben des Landes hervorhebt, was auch in der strategischen Zielsetzung des finnischen Auftritts zu sehen war. Innerhalb der Projektorganisation schien es voneinander

abweichende Meinungen darüber gegeben zu haben, was als passendes Kulturprogramm galt. Aus diesem Grunde verschärfte sich die Differenzierung zwischen den literarischen Programminhalten und dem Rechtehandel, dem Satellitenprogramm und dem sonstigen kulturellen Programm.<sup>60</sup>

### 7.1.3 Die unmittelbaren Ergebnisse und Auswirkungen des Auftritts

„Finnland.Cool. übertrifft alle Erwartungen“, konstatierte FILI als Hauptorganisator des Ehrengastauftritts nach der Buchmesse (Pressemitteilung 11/2014). Ähnliche Botschaften wurden auch seitens der Buchmesseorganisation vermittelt (Börsenblatt 2014). Diese Botschaft vom Verlauf und der Rezeption wurde auch in Finnland registriert. Die öffentliche Diskussion in Finnland fokussierte am meisten auf die literarischen Erfolgsfaktoren des Auftritts, auf die Reaktionen des deutschen Publikums und auf die unmittelbare Botschaft, die über den Verlauf des Auftritts seitens der Organisatoren nach Finnland übertragen wurde. Die einflussreichsten Medien wie die größte Tageszeitung *Helsingin Sanomat* oder der finnische Rundfunk *YLE* waren in der Beurteilung im Vergleich zu den Organisatoren etwas vorsichtiger, hoben aber in ihren Berichten ebenfalls die Erfolgsfaktoren und die positive Rezeption hervor (s. u. a. Gustafsson 2014a; Lukkarinen 2014; Petäjä 2014a). Die Presse reagierte landesweit. „Die finnischen Autoren haben ein exzeptionell breites Medienecho in Deutschland bekommen“<sup>61</sup>, hieß es einer Nachricht der STT-Nachrichtenagentur u. a. in der Zeitung *Ilkka* (STT 2014a). *Helsingin Sanomat* berichtete, dass das Bild von der finnischen Literatur in Deutschland nun vielseitiger sei als je zuvor (Lehmusvesi 2014a: b2). „Finnische Literatur in die Welt“<sup>62</sup>, wurde ein Beitrag in der Zeitung *Pohjalainen* betitelt (s. u. a. STT/Pohjalainen 2014). Sofi Oksanen und ihre Rede in der Eröffnungsveranstaltung der Buchmesse fanden in der finnischen Presse ein großes Interesse. Mehrere Zeitungen landesweit hoben aus ihrer Rede das Thema Finnlandisierung hervor (FNB 2014; Nikula 2014; STT/Turun Sanomat 2014). „Ideologie als Nebenprodukt des Buchexports“<sup>63</sup>, titelte die Zeitung *Savon Sanomat* (Kuosmanen 2014). Neben Oksanen wurde

---

<sup>60</sup> Ähnliche inhaltliche und kooperative Probleme sind auch in anderen finnischen Kulturexportprojekten vorgekommen (Cantell 1999: 226f). Das Projekt *Helsinki Kulturhauptstadt Europas* rang mit strukturellen Problemen, wobei sich die Akteure nicht über die Inhalte einigen konnten (ebd.).

<sup>61</sup> „Suomalaiset kirjailijat ovat saaneet poikkeuksellisen paljon näkyvyyttä saksalaisessa mediassa“ (STT 2014a).

<sup>62</sup> „Suomalainen kirjallisuus maailmalle“ (STT/Pohjalainen 2014).

<sup>63</sup> „Kirjaviennin kyljessä ideologiaa“ (Kuosmanen 2014).

der Messeerfolg von Katja Kettu und ihrer Übersetzerin Angela Plöger aufgegriffen (vgl. Lehtinen 2014; STT/Pohjalainen 2014; STT/Ilkka 2014a).

Die Diskussion in Finnland kann als eine unmittelbare Auswirkung des Ehrengastprojekts betrachtet werden. Wie in Kap 2.3 erklärt wurde, gehört die Rückkopplung der Informationen aus dem Zielland mit zum Transferprozess, wodurch im besten Fall ein Dialog zwischen den Ausgangs- und Zielregionen entsteht. Während des Auftritts wurde die finnische Leserschaft darauf aufmerksam gemacht, welche Akteure im Bereich Literatur- und Kulturexport in Frankfurt aber auch einheimisch tätig waren, und darauf, dass die einheimische Literatur auch im Ausland erfolgreich sein kann. Wo es innerhalb der Projektorganisation unklar war, um wessen Projekt es sich handelte, wurde in der öffentlichen Diskussion in Finnland fast eindeutig davon ausgegangen, dass der Ehrengastauftritt eine einmalige Chance gerade für den Literaturexport sei: „Von der Frankfurter Buchmesse wird ein Durchbruch der finnischen Literatur erwartet“, behauptete der finnische Rundfunk *YLE* vor dem Messeauftritt (Gustafsson 2014c). „Das Buch ist ein Exportprojekt“, wurde in einem Leitartikel der *Helsingin Sanomat* fast erstaunt festgestellt (HS 2013).

Betrachtet man die finnische öffentliche Diskussion, erkennt man eine Diskrepanz, die im Verlauf des Projekts entstand. *Helsingin Sanomat* vermerkte, dass trotz der erklärten Absicht der Organisatoren, dass es um Literaturexport gehe und die Finnland-Stereotype vermieden werden sollten, das Programm in Frankfurt doch auch auf einem stereotypen Finnland-Image und auf der Vermittlung allgemeiner Finnland-Kenntnisse basierte (Lehmusvesi 2014a: b2). Tiia Strandén von FILI bestätigte in derselben Zeitung, dass nach ihrem Eindruck das deutsche Publikum und die deutschen Journalisten auch Klischees haben wollten, worauf FILI als Organisator reagierte und das Messeprogramm auch um das stereotype Finnland-Image herum gestaltete (Lehmusvesi 2014a: b2). Dazu gehörte z. B. der tägliche „Finnlandisierung für Anfänger“-Programmpunkt, in dem Roman Schatz das Land und die Sprache auf Basis der typischen Finnland-Stereotype erklärte. „Klischees sprechen die Deutschen an“, schrieb *Helsingin Sanomat* in der Messewoche (Lehmusvesi 2014a: b2). „Die Finnen denken, dass man nicht mehr mit Saunen, Seen, Sisu oder Saufen verkaufen kann. Das stimmt aber nicht“, erzählte Roman Schatz in derselben Zeitung (ebd.).

Aus der öffentlichen Diskussion in Finnland und von den Botschaften der Organisatoren kann man schließen, dass sowohl die Organisatoren und die anderen Beteiligten als auch die öffentliche Meinung mit dem Ehrengastauftritt insgesamt zufrieden waren. „Finnische Verleger gingen aus Frankfurt lächelnd

nach Hause“, schrieb *Helsingin Sanomat* (Rajamäki 2014). „Es ist ein gutes Jahr, einen Titel in Deutschland zu veröffentlichen, weil man nun hier auf der Frankfurter Buchmesse die Möglichkeit bekommt, vor einem außergewöhnlichen Publikum zu sprechen“, stellte wiederum der Autor Juha Itkonen in derselben Zeitung fest (Petäjä 2014a: b1). Insgesamt herrschte in der Öffentlichkeit das Bild, dass die Ziele erreicht wurden und dass der Auftritt ein Erfolg war (vgl. Maamme-kirja 2014; Lukkarinen 2014; Rajamäki 2014).

Die Besucher-, Veranstaltungs- und Übersetzungszahlen geben Auskunft darüber, wie die Ziele des Ehrengastprojekts erreicht wurden und wo die Schwerpunkte in der Praxis lagen. Im Bereich des Literaturexports wurde eines der zentralen Ziele bereits vor dem tatsächlichen Auftritt erreicht. Von der ursprünglichen Zielsetzung wurde in der Öffentlichkeit berichtet, dass Finnland zur Buchmesse auf 120 ins Deutsche übersetzte Titel zielte. Für die Buchmesse erschienen 130 neue, ins Deutsche übersetzte Titel. Dabei half die Tatsache, dass die Buchmesse von dem Ehrengast ein Übersetzungsförderungsprogramm fordert, aber natürlich auch die aktive Zusammenarbeit von FILI und dem finnischen Verlagswesen mit den deutschen Verlagshäusern. Ein Nachteil war, dass die großen Übersetzungsmengen ins Deutsche teilweise zur Überlastung der Übersetzer führten.<sup>64</sup> Gleichzeitig bekamen Übersetzungen in andere Sprachen eher wenig Aufmerksamkeit. Die in Zusammenarbeit mit den deutschen Verlagen ausgesuchten und ins Deutsche übersetzten Titel bildeten die Basis des Literaturprogramms. Das Literaturprogramm und die Lesungen stellten den Messebesucher die bereits ins Deutsche übersetzten Titel in Lesungen und Katalogen vor. Gleichzeitig fungierten diese Bücher als eine Art von Visitenkarte für die internationale Verlagswelt.

Mit den 130 neuen Übersetzungen und über 7 700 Medienberichten wurden einige der für das Projekt gestellten Ziele sogar überschritten. Von den unmittelbaren Auswirkungen wurde die deutsche Mediensichtbarkeit als besonderer Erfolgsfaktor hervorgehoben. FILI begründete den Erfolg damit, dass die Botschaft von Finnland in dem Projekt einheitlich war und in gewünschter Weise übertragen wurde (vgl. Newsletter 11/2014). Auch die Anzahl der organisierten Programmpunkte und die Besucherzahlen waren zufriedenstellend. Auf dem Buchmessegelände hatte der finnische Pavillon nach den Angaben von FILI während der Fachbesuchertage etwa 1 000 Besucher pro Stunde, am Wochenende sogar doppelt so viele (FILI 2015: 12). Zusätzlich sorgten die fast 600 Finnland-bezogene Auftritte auf dem Messegelände und in der Stadt

---

<sup>64</sup> Z. B. wurde über das *Kaurismäki über Kaurismäki*-Buch von Peter von Bagh (2014) geschrieben, dass es entweder „schlecht lektoriert oder übersetzt“ war (Peitz 2014).

Frankfurt für Sichtbarkeit (Facts&Figures 2014). Das Land wurde dem Messepublikum im Pavillon sowohl durch die typischen Stereotype und Klischees als auch durch Literatur, Musik und Design vorgestellt. Das Programm in Frankfurt außerhalb des Messegeländes brachte dem lokalen Publikum den Ehrengast näher, sowohl mit dem kulturellen als auch dem literarischen Programm. Dies konnte auch durch die Presseanalyse bestätigt werden (s. Kap 6.2).

Das Satellitenprogramm des Finnland-Instituts hat in Deutschland in der überregionalen Presse kaum Beachtung bekommen. Es hat jedoch mit über 200 Programmpunkten den Ehrengastauftritt in Deutschland auch in den kleineren Städten sowie in der Schweiz und Österreich bekannt gemacht. Das Satellitenprogramm brachte die finnischen und deutschen Akteure aus dem Bereich Kultur und Wissenschaft zusammen. Dem Evaluationsbericht des Finnland-Instituts zufolge erreichte das Satellitenprogramm insgesamt sogar 350 000 Menschen (Backman 2015a: 6). Eines der Ziele war eine nachhaltige Zusammenarbeit der Kunst- und Kulturinstitutionen. Der Evaluation des Satellitenprogramms zufolge haben 77 Prozent der deutschen Kooperationspartner des Satellitenprogramms ausgesagt, dass es wahrscheinlich oder sehr wahrscheinlich ist, dass sie auf der Grundlage des Ehrengastjahres in Zukunft Programm mit Finnland-Bezug organisieren (Backman 2015a: 72). Weiterhin berichteten 70 Prozent, dass durch das Satellitenprogramm neue Kooperationsmöglichkeiten zwischen Finnland und dem deutschsprachigen Europa zustande kamen (ebd.).

Im Schlussbericht von Cupore wurde festgestellt, dass trotz der organisatorischen Probleme das von FILI organisierte Literaturprogramm und das Satellitenprogramm zusammen die größten Erfolge des Projekts ausmachten. Erreicht wurden eine erhöhte Mediensichtbarkeit, eine größere Bekanntheit des Landes im Bereich der kulturellen Zusammenarbeit und ein neuartiges Finnland-Image (Saukkonen/Sivonen 2015: 44f). Im Schlussbericht von Cupore wurde die zentrale Bedeutung des Satellitenprogramms für die Zielsetzung des Projekts, für die Präsenz der finnischen Kultur und für die Netzwerke der Akteure hervorgehoben (Saukkonen/Sivonen 2015: 40). Aus den Evaluationsberichten wird klar, dass die Rolle des Satellitenprogramms für die lokale Sichtbarkeit der finnischen Kultur im deutschsprachigen Europa und vor allem für eine nachhaltige Zusammenarbeit zwischen den finnischen und deutschen, österreichischen bzw. schweizerischen Akteuren erstrangig war (Backman 2015a: 72f; Saukkonen/Sivonen 2015: 40). Die deutschen Kooperationspartner des Satellitenprogramms zeigten laut dem Bericht des Finnland-Instituts besonderes Interesse an der finnischen Lesekultur und Ausbildung (Backman 2015a: 20).

Im Evaluationsbericht von FILI wird betont, dass auch das deutsche Verlagswesen mit dem Auftritt zufrieden war. Die Kooperation begann in einer frühen Phase mit den Verlagsveranstaltungen in Finnland und die Ergebnisse der Kooperation wurden in den 130 Übersetzungen sichtbar. Die finnischen Autoren hatten genug Lesungen und die meisten auch genug Medienpräsenz (FILI 2015: 18f). FILI (ebd.) hob jedoch hervor, dass die Anzahl der Rezensionen in den größten Zeitungen auch nach Meinung der deutschen Verleger etwas zu gering blieb. Die Hälfte der für FILIs Schlussbericht befragten deutschen Verleger hätte sich auch bessere Verkaufszahlen für ihre Bücher im Messejahr gewünscht.<sup>65</sup> Trotzdem wollten die deutschen Verleger laut dem Bericht von FILI auch in Zukunft den Buchmarkt Finnlands verfolgen und möglicherweise neue Titel veröffentlichen (FILI 2015: 18f).

Trotz der Uneinheitlichkeit auf der organisatorischen Ebene und der problematischen Kooperation zwischen einigen teilnehmenden Einrichtungen gehen alle Evaluationsberichte davon aus, dass der Auftritt im Großen und Ganzen gelungen war. Sowohl das offizielle Literatur- und Kulturprogramm von FILI und das Satellitenprogramm des Finnland-Instituts u. a. mit der Unterstützung der finnischen Botschaft als auch die Arbeit des Verlagswesens spielten zentrale Rollen bei der Erstellung und Erfüllung der strategischen Ziele. Die Frankfurter Buchmesse bietet dem Ehrengast Sichtbarkeit unter den Fachleuten aus der Literaturbranche, aber auch die Möglichkeit, dem breiten Publikum die Literatur und das Land in vielfältiger Form zu präsentieren. Es kann bestätigt werden, dass Finnlands Ehrengastauftritt letztlich sowohl das deutsche Fachpublikum als auch das lokale, breite Publikum erreichte, was auch in der Medienrezeption zu sehen war (vgl. Kap. 6). Es liegt in der Natur des Ehrengastes als Publikums- und Medienmagnet der Buchmesse, dass wenigstens diese beiden Zielgruppen berücksichtigt werden. Die Betonung des Fachpublikums, das in den Protokollen der Kooperationsgruppe hervorgehoben wurde, war in der Evaluation und in den Auswirkungen jedoch kaum zu sehen.

---

<sup>65</sup> Im Bericht von FILI (2015) werden keine genauen Angaben über die befragten Verlage gegeben. Es wird jedoch gesagt, dass circa die Hälfte der Verlage, die im Ehrengastjahr finnische Literatur veröffentlicht hatte, die Fragen beantworteten, das heißt etwa 30 Verlage.

## 7.2 Der Ehrengastauftritt als Plattform für den Literaturexport

Es wurde bereits deutlich, dass es beim Ehrengastauftritt neben Literatur auch um Kulturvermittlung im breiteren Sinne geht. Literatur und Bücher sind jedoch der Anlass für die *Buchmesse*. Auf der Grundlage der bisherigen Diskussion wird in diesem Teil der Analyse betrachtet, was für eine Plattform die Buchmesse und der Ehrengaststatus für den eigentlichen Literaturexport des Ehrengastes bieten und was aus dem Ehrengastauftritt für den finnischen Literaturexport folgte. Ein besonderer Fokus liegt auf der Rolle des Landes im Ehrengastauftritt und dadurch im Literaturexport. Die Basis der Diskussion dieses Abschnittes bilden die Experteninterviews, die sowohl mit den finnischen Agenturen und Verlagen als auch mit FILI durchgeführt wurden (s. Kap. 1.3). Daneben dienen auch die Zahlen des Buchmarkts und einige Artikel aus der finnischen Presse zur Unterstützung der Analyse. Als erstrangige Quelle für die Betrachtung der Übersetzungsmengen diente die Übersetzungsdatenbank von SKS (Finnische Literaturgesellschaft). In der Datenbank finden sich Informationen über die Übersetzungen der finnischen Literatur seit 1839. Die Übersetzungsdatenbank und die weiteren Quellen werden an der jeweiligen Stelle erwähnt.<sup>66</sup>

Einen ersten Einblick in die Ergebnisse des Ehrengastprojekts aus finnischer Sicht boten bereits die Schlussberichte. Diese behandelten jedoch eher die konkreten, unmittelbaren Auswirkungen des tatsächlichen Auftritts. Die Stimmen der Verlage und Agenturen, die im Literaturexport tätig sind, waren in den Berichten kaum zu hören, und die Auswirkungen des Projekts und des Ehrengaststatus für den tatsächlichen Literaturexport blieben in den Berichten eher im Hintergrund. Deshalb wurden für die vorliegende Untersuchung Vertreter der Verlage und Agenturen interviewt.

Die Interviews wurden per E-Mail durchgeführt. Zu Beginn der ersten Nachricht wurden die Befragten über die Untersuchung unterrichtet, womit sie in das Thema eingeführt wurden. Einige der Befragten waren bereits mit der Untersuchung und dem Thema vertraut, weil sie vor der Buchmesse im Rahmen eines Artikels Fragen zur Buchmesse beantwortet hatten (Körkkö 2014). Aus den Antworten wurden die für die Fragestellung dieser Arbeit zentralen Aussagen ausgewählt und miteinander verglichen (vgl. Flink 2006: 218–220).

---

<sup>66</sup> Es stellte sich heraus, dass die Angaben der Datenbank von SKS und die Angaben des Deutschen Börsenvereins ein wenig voneinander abweichen. Daher werden an einigen Stellen die Statistiken beider Quellen angegeben.

### 7.2.1 Finnischer Literaturexport und der Länderfokus der Buchmesse

Der Ausgangspunkt eines Ehrengastauftritts ist in erster Linie, die Literatur eines Gastlandes zu präsentieren. Der finnische Auftritt brachte die Frage mit sich, ob im Rahmen des Auftritts die Literatur vom Land exportiert wurde oder das Land von der Literatur. Weiter wurde die Frage gestellt, ob der Länderfokus der Buchmesse zu einer wachsenden Rolle des Landes beim Literaturexport führte. Die Verlage und Agenturen betonen, dass die Voraussetzungen für einen Literaturexport inhaltlich hochwertige, für den genauen Zielmarkt passende Texte und eine hochwertige Übersetzung sind (Körkkö 2014: 32). Angesichts der öffentlichen Diskussion in Deutschland und der Evaluationen des finnischen Projekts könnte trotzdem die Frage gestellt werden, ob vielleicht gerade beim Export unbekannterer Werke, den weniger autonomen Literaturfeldern, eher die außerliterarischen Elemente sichtbar werden, die durch die Prozesse des Kulturtransfers erklärt werden können (vgl. Kap. 6.3).

Die Analyse der öffentlichen Diskussion zeigte, dass die Diskussion über die literarischen Themen eng mit dem Land verbunden war. Die Literatur wurde zunächst auf die Landkarte gebracht. Das Image des Landes bildete zum Teil die Basis für die öffentliche Rezeption der finnischen Literatur. Aus den literarischen Inhalten wurden Elemente ausgesucht, die zum Finnland-Image passen oder umgekehrt Eigenschaften, die möglicherweise etwas Anderes repräsentieren als gerade das typische Image des Landes (s. Kap. 6.4).

Eine deutsche Verlegerin stellte während der Buchmesse in der Zeitung *Helsingin Sanomat* fest, dass gerade länderbezogene Klischees das erste Interesse wecken können, wodurch sich möglicherweise weitere Diskussionen auch im Bereich Literatur ergeben könnten (Lehmusvesi 2014a: 2b). Nach der Buchmesse sagte Anna-Riikka Carlsson, die Cheflektorin des Verlags WSOY, in einem Interview mit dem finnischen Rundfunk, dass die Tatsache, dass finnische Literatur auf der Buchmesse einheitlich als „Finnisch“ vorgestellt wurde, wichtig war. Ebenfalls hob sie hervor, dass ihrer Meinung nach Kulturexport im weiteren Sinne auch Literaturexport unterstützt (Kultakuume 2014).

Anders als Carlsson sahen die meisten im Rahmen dieser Untersuchung interviewten finnischen Verlage und Agenturen die Tatsache, dass das Buch oder der Autor aus Finnland kommt, nicht als Exportkriterium an. Das Land und sein Image spielen in der Arbeit der Verleger und der Agenten sowie im Exportprozess der Literatur normalerweise kaum eine Rolle: „Wir verkaufen in erster Linie hochwertige Literatur, die nun zufällig finnisch ist. Selbstverständlich sind die ausländischen Verlage daran interessiert, was das Finnische in den Büchern ausmacht, die besten Geschichten sind aber natürlich

universal“, wurde von einem interviewten Agenten festgestellt. Vielmehr berichteten die Verlage und Agenturen, dass das „Finnische“ sich als Problem im Exportprozess erweisen kann. „Die Verleger sehen finnische Literatur eher weniger als potenziell kommerzielle Kassenschlager“, kommentierte ein Agent in den Antworten. Der Agent bestätigte weiter, dass sowohl die Sprache als auch das Land als fern empfunden werden. Die Geschäftsführerin einer der interviewten Verlage machte darauf aufmerksam, dass die Sprache im Exportprozess auch daher ein Problemfaktor ist, weil es weniger Übersetzer gibt und der Weg zum Leser daher länger ist. Wenn die Übersetzungsstatistiken der finnischen Literatur aus dem Jahr 2015 betrachtet werden, zeigt sich, dass Übersetzungen in gewisse Sprachen, z. B. ins Türkische oder Portugiesische, oft durch eine Interlingua entstanden sind, was als Beweis des langen Wegs zum Leser gesehen werden kann. Ins Deutsche wird dagegen fast ausnahmslos direkt übersetzt (SKS 2016).

Einer der interviewten Verlage stellte fest, dass es vom Buch oder Autor abhängig ist, ob das Land im Export auftaucht. Ein Agent bestätigte, dass es manchmal gerade die Exotik des kleinen Landes und der Sprache ist, was ausländische Verlage suchten. In der Antwort wurde weiter hervorgehoben, dass, auch wenn es nicht um Länderimage im Sinne von Tourismusförderung gehe, es wichtig sei, dass der ausländische Verlag das Buch profilieren könne. Oft geschieht die Profilierung, wie auch die Diskussion in der deutschen Presse zeigte, durch das Land. „Falls ein finnischer Autor ein Buch völlig ohne Finnland-Bezug schreibt (...), interessieren sich nur sehr wenige oder keine ausländischen Verlage für das Buch (außer es handelt sich um einen Finlandia-Preisträger, und er verkauft 100 000 Exemplare)“, berichtete der Agent. Weiter stellte dieselbe Agentur fest, dass, obwohl der passende Text die Voraussetzung für ein Interesse hätte, das Buch sich als „zu finnisch“ oder „nicht finnisch genug“ erweisen kann.

Obwohl der Ausgangspunkt der Interviews im Rahmen dieser Untersuchung der Ehrengastauftritt war, wurde nur selten in den Antworten direkt auf den Auftritt hingewiesen. Die Antwort eines Agenten machte jedoch klar, dass Finnland als Ehrengast im Exportprozess eine neue Bedeutung bekommen hat. Mit dem Ehrengasttitel wurde das Ausgangsland im Export betont, was nicht immer von Vorteil war. „Im Ehrengastjahr war es in Deutschland wichtig, dass es um ein finnisches Buch ging. Manchmal spielten nicht mal die Qualität oder die Gesamtproduktion des Autors eine Rolle (was auch abträglich war)“, beschwerte sich der Agent über den Export im Ehrengastjahr. Das Land gilt jedoch als kein langfristiges Marketingkriterium, und das Ehrengastjahr wurde bereits vor dem Messeauftritt als Ausnahme gesehen (vgl. Körkkö 2014: 35). Entgegen den Erfahrungen, die der Agent im Ehrengastjahr machte, wurde von einem Verlag positiv bemerkt, dass das Finnland-Image neuerdings (d. h. nach der Buchmesse)

weniger im Export zu sehen sei: „Das Buch wird nicht mehr als besonders ‚finnisch‘ vermarktet, sondern als ein gutes Buch“. Der Ehrengastauftritt bietet dem Literaturexport des Gastlandes zwangsläufig einen länderbezogenen Rahmen. Das bedeutet, dass die größere Bekanntheit, die Finnland und der finnischen Literatur im Ehrengastjahr zuteilwurde, möglicherweise dazu beigetragen hat, dass nach dem Auftritt nicht mehr betont werden muss, dass auch aus Finnland exportwürdige Literatur kommt. Das bedeutet, dass der Auftritt auch dazu beigetragen hat, finnische Literatur insgesamt leichter zu profilieren, womit auch die Rolle des Landes im Literaturexport weniger groß erscheint.

Den Antworten der Verlage und Agenturen lässt sich insgesamt entnehmen, dass das Länderimage etwas ist, was man im Exportprozess eher herunterspielt. Das Interview mit Leena Majander, die ab dem 1. Juni 2016 bis zum 31. Januar 2017 als Leiterin von FILI tätig war, bestätigte die Antworten der Agenturen und Verlage. Auch Majander hob hervor, dass Finnland manchmal zu exotisch erscheint und die Sprache schwer zugänglich wirkt, obwohl sie auch feststellte, dass aus Sicht des Marketings gerade das Finnische ein Erfolgsfaktor sein kann. In Anbetracht der öffentlichen Diskussion und der Beispiele aus den Interviews kann festgestellt werden, dass das Land und sein Image wenigstens einen indirekten Einfluss auf den Exportprozess haben. Die Tatsache, dass der Rezipient im Exportprozess, also normalerweise zunächst der ausländische Verlag, ein Image oder eine Vorstellung vom Ausgangsland hat, kann auch die Literatur zugänglicher machen. Dies wirkt sich u. a. durch die Medien weiter auf den Endverbraucher, also den Leser, aus. Es kann aber im Lizenzhandel auch negativ wirken, wenn das Image, wie von einigen Interviewpartnern befürchtet, mit einer schwierigen Sprache und einer unbekanntem Literatur verbunden wird. In solchen Situationen wächst die Rolle des Marketings und hochwertiger Probeübersetzungen (vgl. Körkkö 2014: 30f).

Die bisherigen Ergebnisse weisen darauf hin, dass das Ausgangsland oder andere außerliterarische Eigenschaften eine umso kleinere Rolle spielen, je bekannter die Literatur des Landes oder der jeweiliger Autor ist. Und je kleiner die Rolle der außerliterarischen Eigenschaften, desto autonomer ist die Literatur insgesamt. Wenn jedoch sowohl das Land als auch die Literatur eher unbekannt sind, kann es ein Türöffner sein, wenn ein Land seine Literatur bekannt macht. Diese indirekte Bedeutung des Landes im Export spielte auch in den Interviews eine Rolle. Leena Majander, die ehemalige Leiterin von FILI, hob als besonderen Erfolgsmotor des finnischen Literaturexports die Kinder- und Jugendliteratur hervor. Aus der Antwort ging hervor, dass die internationale Würdigung des finnischen Schulsystems zum Export von Kinder- und Jugendliteratur beitrug,

was natürlich eng mit dem Finnland-Image verbunden ist. Auch eine der interviewten Agenturen hob hervor, dass die Pisa-Resultate einen Einfluss auf die Nachfrage der Kinder- und Jugendliteratur hatten. Gerade solche Images können als Marketingfaktor für Literatur fungieren, auch wenn sie nicht direkt verwendet würden.

Im Spiegel der Antworten und der Diskussion in den vorherigen Kapiteln kann man zusammenfassend feststellen, dass der Länderfokus als Rahmen für den Literaturexport etwas kontrovers ist. Unter dem Aspekt des Kulturtransfers betrachtet, bietet der Ehrengastauftritt die Möglichkeit, das Land aus vielen Perspektiven zu präsentieren und dadurch die Literatur leichter zugänglich zu machen. Wenn man eine Vorstellung vom Ausgangsland hat, kann man auch das Produkt besser etablieren. Bei der Vermarktung des Schweden-Krimis, der bereits ein fester Begriff in der Branche ist, wird oft das düstere und melancholische Image Skandinaviens unterstrichen. Zur Entwicklung dieses Skandinavien-Images trugen zunächst die Krimis bei, so wie die Filme von Aki Kaurismäki das in Deutschland vorherrschende Finnland-Image mitgeprägt haben (vgl. Kap. 6.3).

Die Befürchtung der interviewten Verleger und Agenten, dass das Land im Export ein Hindernis sein könnte, zeigt, dass es erst wenige große, universale literarische Erfolge aus Finnland gegeben hat, bei denen das Ausgangsland keine Rolle gespielt hätte. Damit kann der Länderfokus zwar als Türöffner fungieren, aber es bedarf einer längerfristigen Arbeit, damit das Image sich auf den tatsächlichen Literaturexport positiv auswirkt. Die Zielsetzung und die Botschaft der Exporteure müssen klar sein, damit die Vorstellung des Landes den Export tatsächlich unterstützt. Dabei helfen einzelne Erfolgsgeschichten wie die von Sofi Oksanen, deren Karriere auch das Interesse an anderen Autoren weckt. „Erfolg interessiert immer, und das Beispiel der erfolgreichen finnischen Autoren vergrößert das Interesse für andere Bücher aus Finnland“, stellte Leena Majander in dem Interview fest.

### 7.2.2 Auswirkungen des Ehrengastauftritts und die Aussichten des finnischen Literaturexports

Die vielfältige und vielstimmige Literatur wurde in den Experteninterviews als Stärke des finnischen Literaturexports bezeichnet. „Finnische Erfolgsgeschichten beschränken sich typischerweise nicht auf eine Gattung wie Krimis; die Vielfältigkeit der Gattungen und die Spitzenköpfe innerhalb dieser Gattungen“, bilden jedoch Leena Majander zufolge die Stärken des finnischen Literaturexports. Laut den finnischen Verlagen und Agenturen sind starke

Frauenstimmen im Export gefragt. In den Veranstaltungen im Rahmen der Buchmesse und in der öffentlichen Diskussion in Deutschland wurden sie ebenfalls hervorgehoben (vgl. Kap. 5 und Kap. 6). Weiter erwähnten die interviewten Verlage und Agenturen die hochliterarische und vielseitige Belletristik und des Weiteren die Krimis als Teil der nordischen Krimiwelt.

Als besonderen Exporterfolg nannte Leena Majander in dem Interview die Kinder- und Jugendliteratur. Als weitere Stärken erwähnten einige der befragten Verlage und Agenturen das Thema „Finnish Weird“, die nordische Exotik und eine gewisse naturnahe Stimme der Literatur. Als wichtige Unterstützer des Exports sahen die Befragten u. a. die offene Gesellschaft mit hohem Bildungsgrad und fachkundigen Arbeitskräften. Kinder- und Jugendliteratur und das Thema „Finnish Weird“ wurden in der Vermittlungsarbeit der Organisatoren des Ehrengastprojekts betont. Bemerkenswert ist, dass sie in der deutschen Presse jedoch sehr wenig Beachtung fanden. Es wurden lediglich einige wenige Autoren und Bücher namentlich erwähnt. Die nordische Exotik zeigte sich auch in der Presse, wurde aber kaum mit der Literatur verbunden. Was Majander als naturnahe Stimme der finnischen Literatur bezeichnete, scheint dagegen an das in der deutschen Presse viel diskutierte Erbe von Aleksis Kivi anzuknüpfen.

Bei der Planung des finnischen Ehrengastprojekts wurde die Frankfurter Buchmesse als Türöffner für den internationalen Buchmarkt gesehen. Der Ehrengastauftritt und der Literaturexport im Rahmen des Auftritts sind jedoch auch eng mit dem deutschen Buchmarkt verbunden. Gerade das große Medienecho in Deutschland und die 130 ins Deutsche übersetzten Titel wurden als größte Erfolge des finnischen Projekts gesehen (s. Kap. 7.1.3). Obwohl die Anzahl der Übersetzungen ins Deutsche recht groß und das Medienecho breit und zum größten Teil positiv waren, machen diese allein keinen erfolgreichen Export aus. Das bedeutet, dass die Zahlen der Übersetzungen im nächsten Jahr auch wieder sinken können. Im Prozess der Lizenzverhandlungen ist die Frankfurter Buchmesse vor allem ein internationaler Treffpunkt der Fachleute. Die Rolle der Buchmesse im Verhandlungsprozess ist für das Netzwerken erstrangig. Bekannt ist, dass der jeweilige Ehrengast die Verlagswelt dazu inspiriert, wenigstens zu kontrollieren, ob sie etwas aus dem Ehrengastland bereits im Angebot hat, oder ob interessante, passende Titel gefunden werden könnten. Der Ehrengastauftritt an sich bedeutet aber nicht automatisch einen internationalen Erfolg für die Literatur und Autoren.

Die Erwartungen der finnischen Literaturakteure an die Buchmesse waren hoch. Es wurde jedoch bereits vor dem Messejahr festgestellt, dass die Buchmesse lediglich eine Etappe in einem längerfristigen Prozess ist (vgl. Körkkö 2014: 39).

Vor der Buchmesse wurde das Ehrengastprojekt als das wichtigste kurzfristige Ziel genannt. Die Verlage und Agenturen hatten gegenwärtig extra Wert auf die deutschen Kontakte gelegt und ihre Bücher und Autoren gezielt für den deutschen Markt vermarktet (Körkkö 2014: 39). Die Rolle des deutschen Buchmarkts als Türöffner wurde von den Verlagen und Agenturen bestätigt, obwohl gleichzeitig die Wichtigkeit einer langfristigen Planung und eines dauerhaften Zuwachses der Übersetzungszahlen international betont wurde (ebd.). Der Ehrengast-Titel wurde bereits vor dem tatsächlichen Messeauftritt als Diskussionsauslöser benutzt, um das Interesse für finnische Literatur im Ausland breiter zu wecken. Die Rolle des deutschen Buchmarkts als Sprungbrett für den internationalen Buchmarkt wurde dabei wichtig (vgl. Körkkö 2014: 34f).

Im Anschluss an die Buchmesse äußerte die Autorin Sofi Oksanen in der Zeitschrift *Suomen Kuvalehti*, dass Finnland nicht verstanden hätte, worum es auf der Buchmesse eigentlich ging: „Die Ehrengastautoren kommen von Frankfurt aus nicht weiter, obwohl die Buchmesse eigentlich nur ein Tor ist“, stellte die Autorin fest (Oksanen 2014). Nach Oksanen wurde in der finnischen Presse ein falsches Bild vom Erfolg des Ehrengastprojekts vermittelt, weil von Finnland die Möglichkeiten, die dieser Auftritt dem Literaturexport zu bieten hatte, ihrer Meinung nach nicht genutzt wurden. Oksanen (2014) betonte die Wichtigkeit der internationalen Kooperation nach der Buchmesse und die Bedeutung der Buchmesse als Türöffner. „Lauter Fiktion“ betitelte dieselbe Zeitschrift einige Wochen später die Botschaft, dass die Ergebnisse des Literaturexports und des Ehrengastauftritts unzuverlässig seien (Sorjanen 2014). Nach Sorjanen (2014) wurde in der finnischen Öffentlichkeit ein zu rosiges Bild vom Erfolg des Literaturexports vermittelt, ohne die genauen Verkaufszahlen zu kennen oder Zukunftspläne zu haben. Auch die internen Probleme des Ehrengastprojekts wurden nach Sorjanen (ebd.) in Finnland verschwiegen. Die Kritik richtete sich vor allem auf das Bild, das in der öffentlichen Diskussion vermittelt wurde, und auf die Methoden, mit denen der Literaturexport und die Ergebnisse des Ehrengastauftritts gemessen und in der Öffentlichkeit berichtet wurden.<sup>67</sup> Die Autorin Sofi Oksanen stellte weiter die Frage, ob das gesamte Projekt nur organisiert wurde, um das einheimische literarische Feld aufzurütteln und „schöne Nachrichten in den einheimischen Zeitungen veröffentlichen zu können“ (Oksanen zit. nach Sorjanen 2014).

---

<sup>67</sup> Gleichzeitig mit der Planung und Durchführung des Ehrengastauftritts wurde im Auftrag von FILI der Marktwert der finnischen Literatur mit einer jährlichen Studie in den Jahren 2011–2015 gemessen (s. Silvonen 2016). Die Kritik in der Zeitschrift *Suomen Kuvalehti* (Sorjanen 2014) richtete sich darauf, dass in der Studie lediglich in Finnland registrierte Verlage und Agenturen berücksichtigt wurden. Dieser Aspekt wurde in der sonstigen öffentlichen Diskussion nicht berücksichtigt.

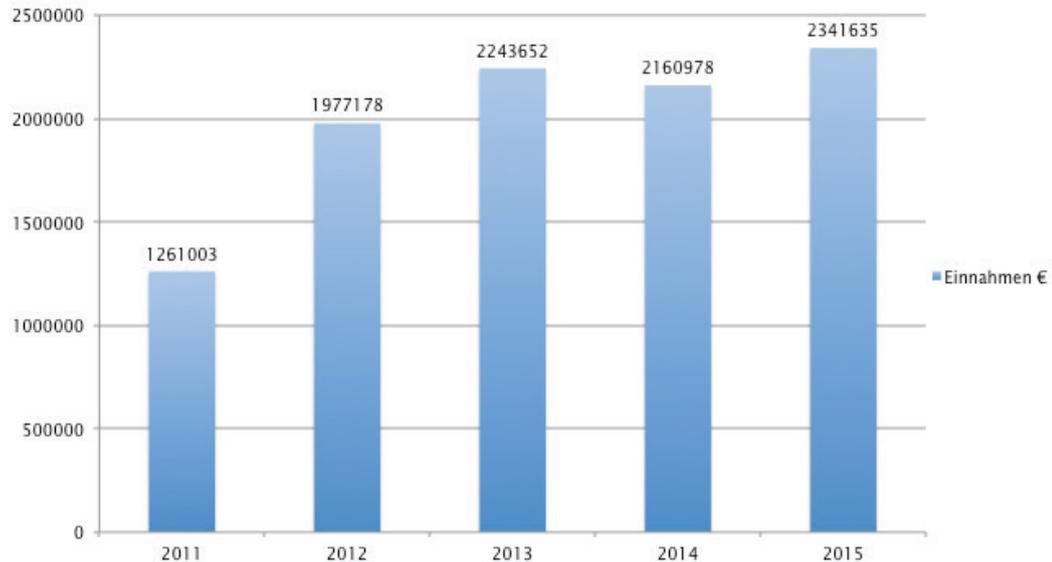
Im Gegensatz zu Oksanens Kommentar waren sich die interviewten Verlage und Agenturen im Allgemeinen darüber einig, dass aus dem Ehrengastauftritt für die finnische Literatur neue internationale Möglichkeiten entstanden sind. „Der Auftritt hat neue Türen geöffnet, und viele sind auch offen geblieben. Finnische Literatur ist auf der Landkarte der Literatur besser zu sehen“ stellte ein interviewter Lektor und Vertreter der Foreign-Rights-Abteilung fest. „Finnen werden besser gehört und ernst genommen“, teilte wiederum die Geschäftsführerin eines anderen Verlags mit. „Finland.Cool. war ein gut organisiertes Ereignis, welches das Profil der finnischen Literatur und das Interesse dafür in den ausländischen Märkten stärkte“, fasste ein Agent zusammen. Ein anderer Agent stellte jedoch heraus, dass das Interesse lediglich vorübergehend zu sehen war: „Als Folge des Ehrengastprojekts stand die finnische Literatur vorübergehend im Mittelpunkt, aber meines Erachtens sind keine dauerhaften Auswirkungen zu sehen“. Leena Majander von FILI bestätigte nach der Buchmesse die Meinung der meisten Interviewpartner: Das Interesse an finnischer Literatur ist international gestiegen. „Dies hat dazu geführt, dass die finnische Literatur dauerhaft verfolgt wird, wodurch auch neue Verlagsverträge entstanden sind“ (Majander 2016). Majander betonte weiter, dass neue Kooperationsmöglichkeiten auch dadurch entstehen können, dass man zur „Familie der früheren Ehrengäste“ gehört.<sup>68</sup> Der Titel und der erfolgreiche Auftritt fungieren also auch nach dem Auftritt als Status im Export.

Als wichtige Auswirkung des Auftritts stellte der Lektor eines Verlags die Auswirkungen des Projekts innerhalb des finnischen literarischen Feldes heraus. Einige Interviewte machten die Erfahrung, dass Akteure als Folge des Auftritts stärker an das eigene Produkt glaubten. „Das Projekt erhöhte das Verständnis, dass Finnland nicht unbedingt am Ende der Welt liegt, von wo aus es unmöglich wäre, in den Weltmarkt einzubrechen“, fasste der Lektor die Gefühle aus dem Verlagswesen zusammen. Leena Majander war gleicher Meinung. Sie glaubte, das Interesse für den Export und die Aktivität im Exportbereich in Finnland sei nachhaltig gestiegen. „Auch das Selbstgefühl ist gestiegen: Finnische Literatur ist ein selbstverständlicher Teil der Weltliteratur“ (Majander 2016). Die Auswirkungen des Projekts auf dem finnischen literarischen Feld sind auch in gestiegenen Bruttoeinnahmen des Exports zu sehen. Die in der Studie über den Marktwert der finnischen Literatur dargestellten Zahlen sind in Abbildung 6 zu sehen. Das Diagramm zeigt lediglich die Zahlen, die die in Finnland registrierten und tätigen Verlage und Agenturen zur Verfügung gestellt haben. Obwohl die

---

<sup>68</sup> Island ist dafür ein gutes Beispiel. Immer wieder wird der gelungene Auftritt im Rahmen der Buchmesse diskutiert. Andere Ehrengäste, z. B. die Niederlande und Flandern 2016, haben den isländischen Auftritt als Musterbeispiel verwendet (s. Rechenbach 2014).

Angaben der ausländischen Agenturen, die finnische Autoren repräsentieren, nicht in der Tabelle zu sehen sind, kann man eine Steigerung in den Bruttoeinnahmen erkennen.



**Abbildung 6.** Die Bruttoeinnahmen aus dem Literaturexport 2011–2015  
(Silvonen 2016: 3)

Wenn die Anzahl der Übersetzungen betrachtet wird, zeigt sich der Ehrengastauftritt, wie erwartet, als Spitze in den deutschen Übersetzungsstatistiken. Im Jahr nach der Buchmesse fiel die Anzahl der Übersetzungen ins Deutsche auch in Finnlands Fall wieder etwas ab, was aber auch typisch für das Ehrengastphänomen ist. Nach der Buchmesse im Jahr 2015 betrug die Zahl der Übersetzungen ins Deutsche nach den Statistiken des Deutschen Börsenvereins und der Deutschen Nationalbibliothek 33 Erstauflagen, davon 16 belletristische Titel. Damit lag Finnland in den Übersetzungsstatistiken von Erstauflagen auf dem deutschen Buchmarkt auf Platz 14, was einen Anstieg im Vergleich zu der Zeit vor der Buchmesse bedeutete (Börsenverein 2016: 97).<sup>69</sup>

Nach den Statistiken der finnischen Literaturgesellschaft belief sich die Zahl der Übersetzungen in 2015 jedoch nur auf 23 Titel, darunter zwei Sachbücher (SKS 2016). Der Unterschied in den Statistiken erklärt sich u. a. dadurch, dass die

<sup>69</sup> Ausnahmsweise war die indonesische Literatur nicht in den Übersetzungsstatistiken des Jahres 2015 zu sehen. Als Grund dafür wurde vom Börsenverein u. a. die Tatsache genannt, dass die Literatur in mehreren Sprachen geschrieben wird (Börsenverein 2016: 97f). Jedoch wurden im Falle Finnlands sowohl schwedischsprachige als auch finnischsprachige Bücher statistisch unter Finnland bzw. unter Finnisch erfasst.

finnischen Statistiken manchmal erst nachträglich ergänzt werden und einige Sachbücher oder etwa Ratgeber o. ä. Literatur nicht enthalten. Im Folgenden wird jedoch von den finnischen Statistiken ausgegangen. Bei den Übersetzungen ins Englische kann man einen kleinen Anstieg ausmachen. Demnach wurden im Jahr 2013 21 Titel veröffentlicht, 2014 bereits 24 und im Jahr 2015 betrug die Anzahl der neuen Titel 32 (SKS 2016). Die Übersetzungszahlen in andere Sprachen zeigen wenige Veränderungen, obwohl berücksichtigt werden muss, dass in den Statistiken lediglich die übersetzten Bücher zu sehen sind, nicht die verkauften Lizenzen, die erst später in den Übersetzungsstatistiken sichtbar werden. Zum Beispiel wurden im Jahr 2014 17 Bücher ins Chinesische übersetzt, und im Jahr 2015 nur zwei, obwohl es in den Interviews hieß, dass die Nachfrage gestiegen sei (SKS 2016). In der folgenden Tabelle ist die Anzahl der Übersetzungen nach Zielsprachen in 2014–2015 aufgelistet. Die Zahlen dieser Tabelle wurden aus den finnischen Statistiken zusammengestellt (SKS 2016). Wie in Tabelle 12 zu sehen ist, sieht man die Wirkung des Ehrengastauftritts vor allem in den Übersetzungen in die englische Sprache, aber auch ins Holländische, ins Französische, ins Dänische und ins Polnische.

**Tabelle 12.** Übersetzungen 2014–2015

Zielsprache	2014	2015
Englisch	24	32
Spanisch	16	10
Holländisch	4	9
Italienisch	11	11
Chinesisch	17	2
Lettisch	10	10
Norwegisch	10	10
Polnisch	7	11
Französisch	14	23
Schwedisch	6	15
Deutsch	111	23
Dänisch	12	21
Tschechisch	14	12
Ungarisch	17	11
Russisch	11	13
Estnisch	21	14

(FILI 2016)

Die meistübersetzten zeitgenössischen finnischen Belletristen (inklusive Kinder- und Jugendbuchautoren) waren im Jahr 2015 Salla Simukka (36 Sprachen),

Timo Parvela (9), Arto Paasilinna (8), Emmi Itäranta (7), Minna Lindgren (7), das Pseudonym J.K. Johansson (6), Tiina Nopola (6), Tommi Kinnunen (5), Leena Lehtolainen (5) und Sofi Oksanen (5). Mit jeweils vier Übersetzungen folgten Rosa Liksom, Katja Kettu, Kati Hiekkapelto, Tommi Musturi und Mauri Kunnas (SKS 2016). Viele dieser Autoren traten im offiziellen Programm auf der Buchmesse auf oder nahmen an den Pressereisen teil (s. Anhang 5). Die interviewten Verlage und Agenturen wurden gefragt, welche Auswirkungen ihrer Meinung nach der Ehrengastauftritt für einzelne Autoren oder für den Export im Allgemeinen hatte. Die Nachfrage im Ausland richtet sich nach dem Auftritt besonders auf starke Frauenstimmen und Kinder- und Jugendliteratur. Das stellten sowohl zwei Agenten als auch ein Verlag fest. Genauer wurden Krimis, Fantasy und einzelne Autoren wie die Finlandia-Preisträgerin Laura Lindstedt<sup>70</sup> und der Autor Aki Ollikainen, der auf der Man Booker International Prize Longlist landete, erwähnt.<sup>71</sup> Diese Antworten hoben Faktoren hervor, die auch sonst als Stärken der finnischen Literatur betrachtet werden. Auch das weist darauf hin, dass durch den Export die eigenen Stärken wahrgenommen wurden.

Die Zahlen des Lizenzgeschäfts sind etwas schwieriger erhältlich. Auf der Grundlage der vorhandenen Zahlen von finnischen Agenturen und Verlagen wurden im Jahr 2014 insgesamt 704 Lizenzen verkauft, was deutlich mehr ist als in den Jahren zuvor. Dabei lag der Anteil der nach Deutschland verkauften Lizenzen nach den deutschen Statistiken bei 81 (Statista 2016). Im Jahr 2014 betrug Deutschlands Anteil am Gesamtexport 16 Prozent, der Anteil von USA/Großbritannien lag bei 13 Prozent und der Anteil von China lag bei 10 Prozent. Der Anteil Polens hatte deutlich zugenommen, von 0 Prozent in den Jahren 2011 und 2012 auf 7 Prozent in 2014 (Silvonen 2015: 7)<sup>72</sup>. Von allen verkauften Lizenzen des Jahres 2014 betrug der Anteil von Kinder- und Jugendliteratur 54 Prozent, Belletristik 35 Prozent, Sachliteratur 8 Prozent und Anderes 3 Prozent (Silvonen 2016: 5).

Im Jahr 2015 sank die Zahl der verkauften Lizenzen wieder etwas und betrug 495 (Silvonen 2016: 5). Die Lizenzen teilten sich nach den Gattungen folgendermaßen auf: Belletristik 49 Prozent, Sachbücher 31 Prozent, Kinder- und

---

<sup>70</sup> Nach Angaben ihrer Agentur bis September 2016 in 12 Sprachen verkauft.

<sup>71</sup> Nach der Buchmesse wurden u. a. die englischen Übersetzungen von Sofi Oksanen und Philip Teir in den großen englischsprachigen Literaturzeitschriften *The New York Review of Books* und *World Literature Today* vorgestellt. Dies wurde auch in den finnischen Nachrichten notiert (Petäjä 2015). (Gessen 2015; Martiny 2015).

<sup>72</sup> Die Zahlen wurden für die in Auftrag von FILI und SKS durchgeführte Studie zum Marktwert der finnischen Literatur gesammelt. Die Zahlen enthalten lediglich Angaben der in Finnland tätigen Agenturen und Verlage, d. h. dass die Zahlen lediglich richtungsgebend sind. U. a. Sofi Oksanen hat eine ausländische Agentur.

Jugendliteratur 14 Prozent und Anderes 6 Prozent (Silvonen 2016: 6). Wie die Zahlen zeigen, ist der größte Unterschied im Vergleich zum vorherigen Jahr in den Lizenzen der Kinder- und Jugendliteratur zu sehen. Deutschland war mit 16 Prozent der verkauften Titel auch im Jahr 2015 der wichtigste Zielmarkt (Silvonen 2016: 7). Als zweitwichtigster Markt galt der englischsprachige Markt (USA/Großbritannien) mit 15 Prozent, gefolgt von Frankreich mit 10 Prozent und China mit 7 Prozent (Silvonen 2016: 7).

Nach dem Ehrengastauftritt wurde verkündet, dass es das eigentlich angestrebte Ziel des Auftritts war, den Weg auf den für Übersetzungen schwierigen englischsprachigen Buchmarkt zu ebnen, was nach den Berichten von FILI auch gelungen sei (FILI 2015; Strandén 2015). In den Interviews zeigte sich, dass der Einfluss des Ehrengastauftritts auf den Export am deutlichsten auf dem englischsprachigen und deutschen Buchmarkt zu sehen ist. FILI bestätigt im Evaluationsbericht, dass die Rolle des deutschen Markts als Türöffner funktioniert hat und vor allem auf dem englischsprachigen, aber z. B. auch auf dem chinesischen Markt die Nachfrage gestiegen ist (FILI 2015: 19). Leena Majander berichtete auch, dass die finnischen Verleger nach der Buchmesse sagten, dass der Fokus vor dem Messeauftritt auf Deutschland gerichtet war. Während der Frankfurter Buchmesse 2014 und danach hatte die Nachfrage in Deutschland aber etwas nachgelassen, und der Fokus wurde auf andere internationale Märkte, vor allem auf den englischsprachigen Markt, gerichtet. Der deutsche Buchmarkt gilt nach FILI als „Aufrechterhaltungsland“ der im Messejahr entstandenen Kontakte (Majander 2016). Gezielt wird für den deutschen Markt, wie im Ehrengastjahr der Fall, gerade nicht exportiert.

In den Antworten der Verlage und Agenturen gab es jedoch unterschiedliche Meinungen darüber, inwiefern die Öffnung des englischsprachigen oder anderer ausländischer Märkte mit dem Ehrengastauftritt zu verbinden ist. Zum Beispiel hat der englische Markt sich in den letzten Jahren allgemein für Übersetzungsliteratur geöffnet. Von einer Agentur wurde bestätigt, dass der englischsprachige Buchmarkt sich geöffnet hat. Als Grund dafür wurden aber eher die nordischen Erfolgsgeschichten wie Krimis und Knausgård sowie die hohen Verkaufszahlen von Sofi Oksanen und Salla Simukka<sup>73</sup> gesehen. Der Erfolg auf dem englischsprachigen Markt wurde dennoch gerade und sogar ausschließlich dem vorübergehenden Frankfurt-Phänomen zugerechnet:

*Während des Ehrengastjahres hat sich der englischsprachige Markt für viele finnische Autoren deswegen geöffnet, weil das amerikanische Amazon*

---

<sup>73</sup> Nach Angaben ihrer Agentur wurde Salla Simukka bis September 2016 in 52 Sprachen verkauft.

*Crossing Werke des jeweiligen Ehrengastes veröffentlicht. Auch in Deutschland war das Interesse während des Ehrengastjahres aktiv. Nach dem Jahr ist das Interesse wieder, wie es vorher war.*

Leena Majander fasste zusammen, dass finnische Kinder- und Jugendliteratur in Asien Fuß gefasst habe und das gesamte Ehrengastprojekt in den anderen nordischen Ländern eng verfolgt wurde. Auch sie gab aber zu, dass nicht eindeutig auszumachen ist, inwiefern der Ehrengastauftritt zum Export und zur Nachfrage der finnischen Literatur im Ausland beigetragen hat. Klar ist, dass der Auftritt der Literatur des Landes große Sichtbarkeit bietet, aber, wie gesagt, in einem zeitlich begrenzten Rahmen.

### 7.3 Die Frankfurter Buchmesse, der Ehrengaststatus und das Feld

In den vorigen Kapiteln wurde der finnische Ehrengastauftritt sowohl aus der externen wie auch der internen Perspektive der Projektorganisation betrachtet. Der Auftritt und der mit ihm verknüpfte Literatur- und Kulturexport spiegelt die unterschiedlichen Aspekte des gesamten Kulturtransferprozesses wider und reflektiert dabei die Auswirkungen des Transfers im literarischen Feld. Das Ehrengastprojekt überschreitet sowohl nationale Grenzen als auch Grenzen des literarischen Feldes.

Wie werden diese Grenzen definiert, wenn es sich um ein internationales Ereignis handelt, für das Entscheidungen in vielen Fällen von politischen und ökonomischen Instanzen getroffen werden, aber Literatur und ihre Vermittlung im Mittelpunkt stehen? Die Grenzproblematik wurde in der Differenzierung der Inhalte sichtbar. Daraus resultierte, dass FILIs Rolle als Leiterin des Ehrengastprojekts einerseits und als Organisation zur Förderung des Exports finnischer Literatur andererseits etwas unklar wirkte. Aus der nachträglichen Diskussion ergibt sich, dass das Verlagswesen einerseits und die Akteure des kulturellen, und auch politischen, Feldes andererseits sich nicht vollständig mit dem Gesamtprojekt identifizieren konnten. Es stellte sich auch heraus, dass die eigentliche Präsentation des Ehrengastes und der Literaturexport nur indirekt miteinander verbunden waren. Die typischen Handlungsweisen, die im literarischen Feld herrschen, vermischten sich im Ehrengastprojekt mit den Aufgaben der anderen Kulturakteure und mit den Bestrebungen der politischen Instanzen. Es stellte sich heraus, dass der Auftritt des Ehrengastes in Frankfurt eher etwas für das deutsche Publikum, das breite Publikum mit inbegriffen, war. Darauf deutete auch die Diskussion in der deutschen Presse hin. Die

internationalen Bestrebungen des Literaturexports waren in diesem Teil des Projekts nur indirekt zu sehen. Dies hat zu einer Differenzierung geführt, wodurch eventuell gewisse Synergievorteile verloren gingen (s. Kap. 7.1.1).

In den Ergebnissen des finnischen Projekts ist die Rolle der Frankfurter Buchmesse im internationalen literarischen Feld zu sehen. Das literarische Feld ist ein Machtfeld, dessen Struktur, vereinfacht ausgedrückt, auf einem Kampf um zentrale Positionen basiert. Die Buchmesse ist eine etablierte Institution, die auf dem internationalen literarischen Feld Macht und eine zentrale Position hat. Der Ehrengasttitel wird von den Ländern angestrebt. Durch die Wahl eines Landes zum Ehrengast kann die Buchmesse wiederum auf das symbolische Kapital und dadurch auf die Position des Gastlandes im literarischen Feld einwirken.

Das literarische Programm und die Vorstellung der Autoren im Rahmen des Ehrengastauftritts basierten auf neuen deutschen Übersetzungen. Da nur die Autoren zur Buchmesse eingeladen wurden, die bereits vor dem Messeauftritt auf Deutsch veröffentlicht wurden, und eine neue deutsche Übersetzung im Messejahr vorausgesetzt wurde, konnten die deutschen Verlage zum großen Teil entscheiden, welche Bücher und Autoren aus Finnland international präsentiert wurden (vgl. Kap. 5.2). Das deutsche Verlagswesen hat durch die Buchmesse (zumindest in Bezug auf Finnland) auch für den Export eine Gatekeeper-Rolle in weitere Länder und Sprachräume eingenommen. Damit ist die Position der Buchmesse in dem Feld zwangsläufig mit der Position Deutschlands bzw. der deutschen Sprachregion im internationalen literarischen Feld verbunden. Deshalb spielt auch die deutsche öffentliche Rezeption eine Rolle für den Literaturexport des Gastlandes.

Die Strategie des Projekts zielte darauf ab, dass nach der Buchmesse in Deutschland jährlich etwa 70 Titeln veröffentlicht werden sollten, etwa doppelt so viele wie vor dem Ehrengastjahr (FILI 2012a). Obwohl Deutschland als wichtiger Absatzmarkt für den Literaturexport angesehen wurde und die Buchmesse als das wichtigste kurzfristige Ziel, stellten Verleger und Agenturen bereits vor dem Messeauftritt fest, dass der deutsche Markt nur ein Markt neben anderen sei und die Zielsetzungen des Literaturexports längerfristig geplant werden müssen (vgl. Körkkö 2014). Auch die Interviews nach der Buchmesse wiesen darauf hin, dass die Ziele der Verlage und Agenturen nicht vollständig mit der ursprünglichen Zielsetzung des sonstigen Ehrengastprojekts übereinstimmten. Laut den interviewten Verlegern und Agenturen war der Einfluss des Auftritts auf die internationale Arbeit im Bereich Literaturexport gering.

Casanova (2004: 168) meint, dass als Folge der Globalisierung des literarischen Feldes die Dominanz der traditionellen europäischen Literaturzentren wie Paris

in den letzten Jahren im Vergleich zum anglo-amerikanischen Feld nachgelassen hat. Jedoch hat die kleinere Anzahl an übersetzter Literatur auf dem englischsprachigen Buchmarkt eine beherrschende Position des englischsprachigen Feldes im weltliterarischen Raum verhindert. In den Interviews in dieser Untersuchung wurde bestätigt, dass der anglo-amerikanische Markt sich immer mehr für Übersetzungen geöffnet hat. Das bedeutet, dass er auch damit international mehr Macht bekommen hat. Casanova (2004: 171f) behauptet, dass die steigende Dominanz dieses Feldes die Differenzierung der beiden Pole des literarischen Feldes verstärkt, wodurch die Macht der Ökonomie über das literarische Feld wächst. In Bezug auf den Messebetrieb muss die ökonomische Funktion und die Rolle des Ehrengastauftritts z. B. als Medien- und Publikumsmagnet berücksichtigt werden. Die globale Medienkonzentration hat ihrerseits zu einer stärkeren Differenzierung der beiden Pole des Feldes beigetragen, was sogar zu einem Verlust an Autonomie des gesamten literarischen Feldes, zumindest von Europa und des Nordatlantiks, führen kann. Ein Beispiel dafür ist das Phänomen der Weltbestseller oder die von Casanova (2004: 171) genannte „world fiction“ also Bücher, deren eindeutiges Ziel der internationale Markt ist.

Als Schnittstelle des ökonomischen und des literarischen Feldes sind auf der Buchmesse auch der Doppelcharakter des literarischen Produkts und die beiden Pole der Produktion konkret zu sehen. Eine Gegenüberstellung zwischen den literarischen Gattungen und eine Uneinigkeit darüber, wie Literatur überhaupt, und genauer, wie Literatur als Exportgegenstand verstanden werden sollte, waren auch im finnischen Projekt zu sehen. Im Ehrengastprojekt trafen die unterschiedlichen gesellschaftlichen Felder aufeinander. Wie bereits festgestellt, ist die Buchmesse kein rein literarisches Ereignis. Auf der Buchmesse präsentiert der Ehrengast sich als Land. Damit wird neben dem Literatur- und Kulturexport auch eine politische Funktion sichtbar. Im Falle Finnlands wurde dies u. a. durch die Imagearbeit, aber auch durch die Finanzierung und die Anwesenheit des Staatspräsidenten und der Ministerien sichtbar. Die Begegnung der Felder im finnischen Ehrengastauftritt führte dazu, dass FILIs Rolle sich änderte, z. B. wenn es um die Leitung des Ehrengastprojekts im Vergleich zum Literaturexport im Allgemeinen ging, da die Ziele des Ehrengastprojekts nicht nur literarisch waren. Im Ehrengastprojekt kann die Zusammenführung der unterschiedlichen Felder als Grund für die inneren Differenzierungen des Projekts gesehen werden.

Am Beispiel von Finnland kann festgestellt werden, dass der Länderfokus für Finnland als Türöffner fungiert hat. Einerseits wird das Land durch den Auftritt insgesamt bekannter, andererseits kann man den Ehrengasttitel sowohl im Vorfeld als auch nachträglich im Literaturexport verwenden. Wie sowohl in den

Interviews als auch in den Berichten von FILI erwähnt, wurde die Buchmesse lediglich als eine Zwischenetappe aufgefasst. Wie diese Etappe genutzt wurde und wird, hängt von den einzelnen Akteuren im Bereich des Exports ab. Um den Literaturexport weiterhin zu entwickeln, sollte laut FILI die gesamte Exportkette vom ersten Kontakt bis zum ausländischen Verlagsvertrag gesichert werden (Majander 2016).

Die Ausbildung der Übersetzer spielt in der Entwicklungsarbeit eine enorme Rolle. Leena Majander (2016) betonte, dass es momentan zu wenig Übersetzer gibt, die in die großen Sprachen übersetzen. Die Aussichten des finnischen Literaturexports sind eng mit der Entwicklung des Kulturexports im Allgemeinen verbunden. Damit fordert Majander als Leiterin von FILI mehr Akteure und bessere Ressourcen für die Entwicklung der Branche und des Knowhows. „Literaturexport sollte ein laufender Prozess innerhalb der Verlagstätigkeit sein und ein Teil der Exportarbeit der kreativen Industrien“, fasste Majander (2016) zusammen. Dazu gehörten sowohl die Unterstützung der ausländischen Universitäten im Finnischunterricht als auch eine stabile Ökonomie innerhalb der Branche. Als zentrales Ziel des finnischen Literaturexports sah Majander die Vermehrung der Lizenzeinkommen für die einheimischen Verlage und Agenturen aus dem Ausland, so dass der Export auch mit kleineren staatlichen Unterstützungsstrukturen oder sogar ohne sie, also nur mit professionellen Arbeitskräften, funktionieren könnte.<sup>74</sup> (Majander 2016)

Die Bekanntheit des Landes kann neue Türen öffnen und dadurch den Export beeinflussen. Das Medienecho und die Sichtbarkeit des Landes können längerfristig auch die Sprache interessanter und zugänglicher machen. Gleichzeitig verstärkt aber der länderbezogene Ehrengastauftritt die Vermutung, dass Literatur in vielen Fällen doch territorial begrenzt ein- und verkauft wird, was für einige Akteure auf dem globalen Markt ein Hindernis sein kann. Die territoriale Zuordnung von Literatur, die im Ehrengastkonzept und in Finnlands Auftritt zu sehen war, steht in einem gewissen Gegensatz zur globalen Entwicklung des Literaturfeldes. Literatur ist nicht mehr so eng mit Nationalstaaten verbunden. Um internationale Bewegungen der Literatur längerfristig zu stärken, braucht man erfolgreiche Autoren, universale Geschichten und Übersetzer, die Türen und Tore öffnen.

---

<sup>74</sup> Die Professionalisierung des Kulturexports war auch eines der staatlichen Entwicklungsziele des Kulturexports (vgl. Kap. 4.1). Die Professionalisierung bedeutet in der Praxis zugleich die Kommerzialisierung der Exportkette.

## 8 SCHLUSSFOLGERUNGEN UND AUSSICHTEN

In der vorliegenden Untersuchung wurde ein vielseitiges Thema aufgegriffen, dessen Kern die Bewegung von Literatur und Kultur über Länder- und Sprachgrenzen hinaus war. Der Ehrengastauftritt von Finnland auf der Frankfurter Buchmesse 2014 bildete einen interdisziplinären Untersuchungsgegenstand, anhand dessen die mit dem Literatur- und Kulturexport verbundenen Phänomene betrachtet werden konnten. Die Beschäftigung mit dem Thema fing zeitgleich mit der konkreten Planung des Auftritts an, wodurch der genaue Untersuchungsgegenstand, das Material und die Untersuchungsmethoden erst während der Forschungsarbeit ihre Form fanden. Das Hauptanliegen dieser Arbeit lag zusammengefasst darin zu untersuchen, was für eine Plattform die Frankfurter Buchmesse dem Ehrengast bietet, ob die Ziele und Erwartungen der Organisatoren im Export und der Umsetzung des Projekts sowie in der Rezeption realisiert wurden und wie der Ehrengastauftritt den Literatur- und Kulturexport fördert.

Der jeweilige Ehrengast ist der Medienmagnet der jährlichen Buchmesse. In den letzten Jahren wurde aber die Frage gestellt, ob es bei dem Auftritt tatsächlich um Literatur geht bzw. ob die Ehrengäste eher auf die Vermarktung des Landes z. B. im Bereich Tourismus zielen. Für die Ehrengäste, denen es gelungen ist, einen literarischen Fokus zu bilden, war die Rezeption stets positiv. Vor diesem Hintergrund wollte Finnland den Auftritt stark um literarische Themen herum aufbauen. In dieser Untersuchung wurde verfolgt, wie Finnland den Auftritt gestaltete, wie finnische Literatur und Kultur in dem Projekt exportiert wurden, welche unmittelbaren Auswirkungen das Projekt hatte sowie ob und wie die Themen, die die Organisatoren exportieren wollten, in der öffentlichen Diskussion rezipiert wurden. Genauer wurde betrachtet, ob tatsächlich das vermittelt wurde, was in der Zielsetzung angestrebt wurde, warum gewisse Themen, Bücher oder Autoren das Interesse der öffentlichen Diskussion weckten und welche Themen, die nicht bewusst vermittelt wurden, trotzdem Medienpräsenz erlangten. Durch Finnlands Ehrengastprojekt wurden die Frankfurter Buchmesse und der Ehrengaststatus aus einem neuen Blickwinkel untersucht, indem die Theorie des literarischen Feldes den Rahmen bildete und die internationale Bewegung der Literatur und Kultur durch den Kulturtransfer betrachtet wurde.

## 8.1 Ergebnisse

Die in dieser Arbeit durchgeführte empirische Untersuchung lässt sich in vier Hauptteile gliedern: den Verlauf des Projekts, die öffentliche Rezeption in der deutschen Presse, die unmittelbaren Auswirkungen sowie die Buchmesse und den Ehrengaststatus im Verhältnis zur Theorie des literarischen Feldes. Als Ausgangspunkt der Analyse dienten die in der Strategie des finnischen Ehrengastauftritts vorgestellten Ziele.

Bei der Betrachtung des Verlaufs und der Rezeption wurde Finnlands Ehrengastprojekt den Prozessen des Kulturtransfers zugeordnet. Es wurde gefragt, was tatsächlich exportiert wird, wenn Kultur oder Literatur exportiert werden. Zunächst wurde betrachtet, welche Themen, Bücher und Autoren zur Vermittlung ausgesucht wurden, nach welchen Kriterien sie ausgesucht wurden und welche Zielregion oder Zielgruppen für die Vermittlung wichtig waren. War das primäre Ziel des Exports der deutsche Buchmarkt oder der Weltmarkt? Um die zentralen Botschaften der Organisatoren zusammenfassen zu können, wurden die Strategie, die Auswahl der Autoren, Logo, Design und Slogan sowie der Inhalt der Pressekonferenzen, Newsletter und Pressemitteilungen beleuchtet.

Laut der Strategie des Ehrengastprojekts wollten die Organisatoren unter der Leitung von FILI mit dem Auftritt den Verkauf der Übersetzungsrechte dauerhaft verbessern, die Vernetzung der Kunst- und Kulturinstitutionen intensivieren und das Land bekannt machen. Diese an das Projekt gestellten Erwartungen, die zu Beginn des Projekts noch ziemlich einheitlich als gemeinsame Ziele zusammengefasst wurden, entfernten sich während der Durchführung voneinander. Zunächst betonte FILI als Hauptorganisator den literarischen Fokus. Einige andere Akteure betonten dagegen die Wichtigkeit des weiter gefassten kulturellen Programms. In den für das deutsche Publikum organisierten Pressekonferenzen wurden jedoch seitens des Hauptorganistors auch typische Finnland-Klischees wie die Ewigkeitsthemen Sauna und Schweigen hervorgehoben. Auch beim Programm auf der Buchmesse ging es sowohl um das Land als auch um die Literatur. Dadurch wirkte die Botschaft der finnischen Vermittler zeitweilig etwas undeutlich oder auch uneinheitlich.

Bei der Analyse der öffentlichen Diskussion wurde zunächst auf die Rezeption des gesamten Auftritts geachtet. Es wurde gefragt, wie in der deutschen Presse über den finnischen Auftritt berichtet wurde und ob die strategischen Ziele in der öffentlichen Rezeption zu sehen waren. Dabei wurde reflektiert, welche Erwartungen an den Auftritt gestellt wurden, welche Programmpunkte vor der

Buchmesse hervorgehoben wurden und wie der tatsächliche Auftritt auf dem Messegelände entgegengenommen wurde.

Die Reaktionen der Presse auf den Auftritt waren überwiegend positiv. Es stellte sich aber heraus, dass trotz der Tatsache, dass die finnischen Vermittler in erster Linie das stereotype Finnland-Image im Programm vermeiden wollten, gerade Finnland-Stereotype aus dem Messeprogramm in der Presse hervorgehoben wurden. Programmpunkte mit einem Sauna-Thema bekamen ein großes Medienecho. Sie wurden bereits vor dem Messeauftritt in der Presse aufgegriffen, was aber dazu führte, dass gerade diese Programmpunkte in den Pressekonferenzen hervorgehoben wurden. Neben dem Sauna-Programm haben die Kunstausstellungen in Frankfurt, der Slogan und der Pavillon das Interesse der Presse geweckt. Der Slogan „Finnland.Cool.“ sollte einen Rahmen für den gesamten Auftritt bilden. Die Organisatoren betonten dabei die Vielseitigkeit des Slogans und versuchten, ihn mit literarischen Themen, die *cool* sind, zu verbinden. In der Presse wurde er aber fast ausnahmslos mit dem weißen Pavillon und der Kälte des Winters erklärt.

Egal, ob vom Ehrengastpavillon oder von der Literatur die Rede war, wurde auf das Land und sein Image hingewiesen. Es wurde berichtet, was für ein Land Finnland ist, was bereits bekannt ist und was durch den Auftritt gelernt werden konnte. Finnen wurden als Melancholiker und Schweiger beschrieben, wie aus den Kaurismäki-Filmen bekannt. Kaurismäki fungierte aber auch als Maßstab, wenn Stereotype abgebaut wurden. Es wurde festgestellt, dass das Land eigentlich nicht so ist, wie seine Filme suggerieren. Das Finnland-Image des Filmemachers Aki Kaurismäki heizte oft Debatten an ebenso wie die Pisa-Resultate, die aber etwas weniger Aufmerksamkeit bekamen. Obwohl viele bereits bekannte Stereotype zum Einsatz kamen, um das Land zu beschreiben, wurde Finnland letztlich vielseitig diskutiert. Das Finnland-Image in der Presse reflektierte auch die Themen, die die Organisatoren ursprünglich vermitteln wollten. Finnland wurde besonders als Land junger Autoren und Kultursubventionen bekannt. Literarisch zeigte Finnland sich als Land junger Autoren, die sich mit geo- und gesellschaftspolitischen und historischen Themen beschäftigen.

Bei meiner Analyse der Literaturdiskussion ging es um die Frage, welche Autoren und Bücher in der Presse beachtet wurden und warum. Weiter wurde betrachtet, welche sonstigen Themen durch literarische Themen hervorgehoben wurden. Die Literaturdiskussion spiegelte teilweise die Autoren- und Bücherauswahl der Organisatoren für die Buchmesse wider. Sie war jedoch vom Mitteilungseffekt her einseitiger als die Auswahl. Die Diskussion in der deutschen Presse zeigte,

dass das große Medienecho auf einige wenige Autoren verteilt wurde. Die Diskussion zur zeitgenössischen Literatur konzentrierte sich fast einhellig auf fünf Autorinnen und Autoren, die in irgendeiner Form über das Thema Krieg und über die deutsch-finnischen Beziehungen schreiben. Es wurde gefragt, warum gerade junge Frauen über diese Themen schreiben und mehrere Autoren gerade jetzt die Kriegsthematik aufgriffen. Als weitere Besonderheit der finnischen Literatur wurden die Zweisprachigkeit und die aktive schwedischsprachige Literaturszene erwähnt.

Die von der Presse hervorgehobenen Autoren nahmen allerdings auch im Messeprogramm und in den Pressekonferenzen viel Raum ein. Dazu gehörten von den zeitgenössischen Autoren u. a. Sofi Oksanen und Katja Kettu, deren für die Buchmesse übersetzten Bücher den Krieg thematisieren. Ulla-Lena Lundberg, Philip Teir und Kjell Westö vertraten die finnlandschwedische Literatur. Von den Klassikern der finnischen Literatur erzielten Tove Jansson und Aleksis Kivi eindeutig am meisten Aufmerksamkeit.

Die Literaturdiskussion zeigte, dass es in der Rezeption wichtig ist, Anknüpfungspunkte einerseits zwischen den literarischen Inhalten und dem Ausgangsland zu finden, andererseits zwischen dem Inhalt und dem eigenen kulturellen Hintergrund im Empfängerland. Die Diskussion in der Presse zeigte, dass, wenn der Rezipient das Thema oder das Buch irgendwie einordnen kann, die Rezeption erleichtert wird. Dasselbe traf laut den Interviews mit den finnischen Verlegern und Agenturen auch auf die Lizenzverhandlungen zu. Es galt als wichtig, dass auch der ausländische Verlag das Buch einordnen kann. Auch Autoren wurden profiliert. Im Falle der meistdiskutierten Autorinnen wurden das literarische Thema, aber auch das Aussehen, die Präsenz in der Öffentlichkeit und die Teilnahme an gesellschaftlichen Diskussionen berücksichtigt. Anders ausgedrückt, war der Habitus des Autors oft entscheidend für die Medienpräsenz.

Bei den Ehrengästen wird jährlich die Diskussion geführt, ob es in dem Auftritt um Literatur oder um *nation branding* geht. Dies zeigte sich auch im Korpus dieser Untersuchung. Die literarische Landschaft wurde in der deutschen Presse durch die Geschichte des Landes erklärt. Und umgekehrt wurden aus den literarischen Inhalten zum typischen Finnland-Image passende Eigenschaften ausgesucht. Dadurch wurden Stereotype sowohl verstärkt als auch abgebaut. Das Land wurde durch die Stellung des Lesens und der Autoren in der Gesellschaft definiert. Trotz der Tatsache, dass die Botschaft der Vermittlerebene etwas uneinheitlich war, ist es den finnischen Organisatoren gelungen, den

literarischen Hauptfokus in der Vermittlung im Großen und Ganzen aufrechtzuerhalten.

Die öffentliche Diskussion zeigte, welche Rolle einzelne Themen im Kulturtransfer einnehmen können. Der Vermittler kann die Themen selektieren und die Vermittlung beeinflussen, aber was tatsächlich rezipiert wird, liegt nicht mehr in der Hand des Vermittlers. Durch den Verlauf des Projekts und der deutschen Rezeption stellte sich heraus, dass für die Rezeption die persönliche Ebene der Vermittlung oft zentraler war als die institutionelle Vermittlungsebene. Persönliche Begegnungen, Interviews und Erfahrungen der Journalisten prägten die öffentliche Diskussion. Die Journalisten schrieben über Finnland auch vor dem Hintergrund eigener Erfahrungen im Land. Dadurch wurden auch andere Themen hervorgehoben als jene, die die Projektorganisation vermitteln wollte. Gewisse Themen wurden auch einfach anders verstanden, als von den Organisatoren beabsichtigt. Die Themen, die die Organisatoren in der Vermittlung betonen wollten, machten lediglich einen Teil der Rezeption aus. Die Berichterstattung war insgesamt personenzentriert. Es wurden gewisse Persönlichkeiten als Repräsentanten eines Themas hervorgehoben. Die finnischen Autoren und der Filmemacher Aki Kaurismäki beherrschten sowohl die literarische Diskussion als auch die Diskussion zu Finnland als Nation.

Eine der zentralen Fragen dieser Untersuchung war, wie Literatur und Kultur im Rahmen des Ehrengastauftrittes exportiert wurden. Die in dieser Arbeit vorgestellte Zusammenfassung der Evaluationsberichte des Projekts zeigte, dass innerhalb der Projektorganisation trotz des gemeinsamen Vorhabens gewisse Diskrepanzen, besonders zwischen den literarischen Programmpunkten und den als kulturelles Programm geltenden Programmpunkten, wie dem Satellitenprogramm, entstanden. Dazu hat z. B. die Tatsache beigetragen, dass in die Projektorganisation viele unterschiedliche Akteure eingebunden waren, die die strategische Zielsetzung jeweils im Rahmen des eigenen Tätigkeitfeldes betrachteten. Die Konfrontation des privaten und des öffentlichen Sektors und deren unterschiedliche Erwartungen waren ebenso ausschlaggebend wie die Konfrontation des literarischen Feldes mit den anderen gesellschaftlichen Feldern. Innerhalb der Projektorganisation wurde die Frage gestellt, wessen Projekt der Ehrengastauftritt eigentlich war.

Aus der Untersuchung ergab sich, dass im Ehrengastprojekt von seiner Konzeption bis zur Evaluierung gewisse Diskrepanzen herrschten. Deutschland als Zielregion prägte den finnischen Auftritt in vielerlei Hinsicht. Die Strategie und der Auftritt wurden im Hinblick auf das deutsche Publikum geplant. Zum Ehrengastauftritt gehört grundsätzlich ein Übersetzungs-förderungsprogramm,

also Seminare und Ausbildungsprogramme, im Falle Finnlands für Übersetzer, die Finnisch als Ausgangssprache haben. Die Förderung hat längerfristige Bedeutung. In der Regel resultieren daraus aber zum großen Teil die auf der Buchmesse vorgestellten deutschen Übersetzungen. Die Auswahl der finnischen Autoren für die Buchmesse vollzog sich auf der Grundlage der deutschsprachigen Übersetzungen, die im Messejahr veröffentlicht wurden. Im Rahmen des finnischen Ehrengastauftrittes wurden auf der Buchmesse nur Autoren mit einer aktuellen deutschen Übersetzung präsentiert. Autoren, die vor dem Messejahr in Deutschland veröffentlicht hatten, wurden nicht als Teil des Messeprogramms vorgestellt. Dies war nicht nur ein Problem des finnischen Auftrittes, sondern auch ein struktureller Widerspruch im Ehrengastkonzept, denn dadurch entscheiden deutsche Verlage, welche Bücher präsentiert werden.

Die Buchmesse ist aber international. Für den Rechte- und Lizenzhandel, d. h. für die Verlage und Agenturen, war die internationale Verlagswelt das Ziel auf der Buchmesse. Es stellte sich heraus, dass der tatsächliche Auftritt und die Businesssebene des Buchmarkts lediglich indirekt miteinander verbunden waren. Der Auftritt und das Programm des Ehrengastes galten eher als Marketingmittel für das breite Publikum und die Medien in Deutschland. Es sollte auch nicht außer Acht bleiben, dass es für die Buchmesse selbst wichtig ist, dass der Ehrengast ein möglichst breites Publikum erreicht. Für den tatsächlichen Literaturexport und den Rechte- und Lizenzhandel war das Ergebnis des Auftritts etwas widersprüchlich. Einerseits bildeten die für die Buchmesse ins Deutsche übersetzten 130 Titel eine Spitze in den Übersetzungsstatistiken und hatten im Ehrengastjahr in Deutschland auch eine deutliche Medienpräsenz. Andererseits spielte der Hauptorganisator FILI den Erfolg auf dem deutschen Buchmarkt nach der Buchmesse etwas herunter und hob den englischen Markt als Ziel des Exports sowohl in den Interviews dieser Untersuchung als auch in der Presse hervor (vgl. Kap. 7.3). Für die Rechteverhandlungen war die Buchmesse lediglich eine Etappe, woraus möglicherweise ein internationaler Kauf von Übersetzungsrechten folgte. Der Ehrengastauftritt und der Fokus auf Deutschlands Buchmarkt stellte die Literaturvermittlung in einen nationalen Rahmen, der der globalen Entwicklung des Feldes nicht mehr ganz entspricht.

Es kann festgestellt werden, dass als Folge der Buchmesse der deutsche Buchmarkt nicht mehr das primäre Hauptziel des finnischen Literaturexports bildet. Die Übersetzungsstatistiken zeigten einen Anstieg bei den auf Englisch veröffentlichten Titeln. Ob jedoch die erhöhte Nachfrage auf dem englischsprachigen Buchmarkt tatsächlich eine Folge des Ehrengastauftrittes war oder eher mit der Öffnung des Markts für Übersetzungsliteratur im Allgemeinen zu tun hatte, konnte nicht ermittelt werden. Für einen längerfristigen Zuwachs im

Export reicht der Messeauftritt allein nicht aus. Mit langfristiger Planung dient er als Sprungbrett für die internationale Bekanntheit der finnischen Literatur.

In Zusammenhang mit der Evaluation des Ehrengastprojekts wurde die Frage gestellt, ob oder inwiefern sich die Position Finnlands auf dem internationalen literarischen Feld geändert hat. Auch wenn die Auswirkungen des Auftritts auf die Zahlen des Rechtehandels im Rahmen dieser Arbeit nur mit Vorbehalt angegeben werden konnten, kann schon festgestellt werden, dass der Auftritt einen Einfluss auf den finnischen Lizenzhandel hatte. Dies zeigte sich einerseits in den Erfahrungen der finnischen Verleger und Agenten in den internationalen Handlungssituationen und in den Statistiken des Buchmarkts, andererseits in den Tätigkeiten auf dem finnischen literarischen Feld. Es stellte sich heraus, dass der Ehrengast-Titel auch nach dem Auftritt einen Status bietet, der in Exportsituationen als Marketingmittel fungiert. Die Sichtbarkeit, die Finnland als Ehrengast sowohl in der Öffentlichkeit als auch innerhalb des Betriebs zuteil wurde, hat dazu geführt, dass Finnland als Literaturland und in den internationalen Verhandlungen besser wahrgenommen wird als zuvor.

Die Transferprozesse beeinflussen auch das literarische Feld des Ausgangslandes, vor allem, wenn die Internationalisierung des Feldes und die Positionierung der Akteure innerhalb des Feldes im Fokus stehen. Die deutsche Rezeption und das dadurch entstandene Feedback über den Export hatten auf der Vermittlungsebene in Finnland einen Einfluss. Nach Ansicht der interviewten Sachverständigen haben der Auftritt und die im Rahmen des Auftritts erfahrenen Erfolge dazu beigetragen, dass die Exportmöglichkeiten der finnischen Literatur in Finnland selbst besser wahrgenommen werden (s. Kap. 7.2.2). Gerade das Problem, dass die eigenen Stärken in Finnland nicht gesehen werden, wurde bereits im Entwicklungsprojekt des Kulturexports der Regierungszeit 2007–2011 festgestellt. Mit dem Auftritt wurden damit auch einige weitergefasste Ziele des finnischen Kulturexports erfüllt.

Die Frage, inwiefern die Länder- oder Sprachgrenzen das literarische Feld gestalten bzw. inwiefern das Ausgangsland im Export wahrgenommen wird, erwies sich als zentral sowohl bei der Analyse der Rezeption als auch in den mit dem finnischen Verlagswesen durchgeführten Interviews. Die Rezeption der finnischen Literatur in der deutschen Presse zeigte, dass das Ausgangsland in der Rezeption weiterhin eine zentrale Rolle spielte. Die Vermittler der finnischen Literatur, also die finnischen Verlage und Agenturen sowie FILLI, sahen dagegen den Inhalt des Buches als das wichtigste Kriterium für den Export an. Das Hervorheben von Finnland als Ausgangsland wurde sogar als störend

empfunden. Trotzdem lehnte man sich im Literaturexport bewusst und unbewusst an das Image des Landes u. a. als Musterland der Ausbildung an.

Finnland ist als Literaturland ziemlich jung. Die Tatsache, dass die Literatur durch das Land profiliert wird, deutet darauf hin, dass Finnland als Literaturland bisher keine zentrale Position im internationalen Feld hatte und die finnische Literatur nicht als autonom wahrgenommen wurde. Die autonomen Literaturen haben nach Casanova (2004) die zentralen Positionen im internationalen literarischen Feld. Die bessere Wahrnehmung der finnischen Literatur im internationalen Kontext hat gezeigt, dass das symbolische Kapital Finnlands sich durch den Auftritt vermehrt hat. Daraus kann geschlossen werden, dass sich auch die Position Finnlands im internationalen literarischen Feld vor allem vorübergehend verbessert hat. Finnische Literatur wurde nach dem Auftritt international besser wahrgenommen. Dies spiegelt sich wiederum in den Übersetzungszahlen nach der Buchmesse auch über den deutschen Sprachraum hinaus wider. Dass der Ehrengast-Status angestrebt wird, zeigt, dass die Buchmesse eine Gatekeeper-Position im literarischen Feld hat und dadurch die Struktur des Feldes und die Positionen der anderen Akteure beeinflussen kann.

Wie im internationalen literarischen Feld im Allgemeinen dominiert auch auf der Buchmesse der kommerzielle Pol des Feldes, indem Aufmerksamkeit und Verkaufszahlen den Erfolg und die Positionierung bestimmen. Im Rahmen des finnischen Ehrengastauftritts wurde durch die Hervorhebung von Literaturstars auf ein breites Medienecho gezielt. Wenn die inneren Strukturen der Buchmesse genauer betrachtet werden, zeigt die Buchmesse aber auch ein weiteres Spektrum der Strukturen des literarischen Feldes, gerade weil doch auch die marginaleren Gattungen und deren Publikum vertreten sind.

Klar ist, dass die Buchmesse kein ausschließlich literarisches Ereignis ist. Die Buchmesse zeigt sich als eine Schnittstelle zwischen dem literarischen, dem politischen und dem ökonomischen Feld. Gerade im Ehrengaststatus, in der Auswahl der Länder und im Bewerbungsprozess, in welchem in Finnlands Fall auch der Staat eng eingebunden war, werden die politischen und wirtschaftlichen Dimensionen sichtbar. Im Falle Finnlands war das bereits im ersten Bewerbungsprozess zu sehen, als spekuliert wurde, ob die Wahl Islands für die Buchmesse 2011 rein literarisch begründet war. Der Ehrengast ist auch ein Medien- und Publikumsmagnet für die Buchmesse, wodurch die ökonomische Seite bedeutend wird. Der Auftritt und dessen Gelingen sind damit in vielerlei Hinsicht auch für die Buchmesseorganisation essenziell. Der Ehrengast kann die Möglichkeit zudem für das Branding des Landes nutzen, was auch in Finnlands Auftritt, obgleich meistens durch literaturbezogene Themen, zu sehen war.

In Finnlands Ehrengastauftritt verursachte die Konfrontation der Felder Rivalitäten zwischen den Akteuren. Obwohl Literatur den Kern des Projekts bildete, prägten wirtschaftliche und politische Faktoren teilweise auch die literarischen Entscheidungen. Dadurch wurde die Autonomie des literarischen Feldes im Sinne Bourdieus (2001) und im Sinne Casanovas (2004) relativiert. Der finnische Auftritt bewies jedoch zugleich, dass das symbolische Kapital und das dadurch gestiegene Selbstbewusstsein der Akteure im literarischen Feld auch die Autonomie des Feldes verstärken kann. Dies entsteht durch die Anerkennung durch die Zentren des literarischen Feldes. In diesem Sinne bilden Frankfurt und die Frankfurter Buchmesse eines der Zentren, durch die eine solche Anerkennung gewonnen werden kann. Der finnische Auftritt zeigte, dass zusammen mit den globalen Entwicklungen des Feldes der Ehrengastauftritt als ein wichtiges Sprungbrett fungierte, das dem finnischen Literaturexport eine neue Richtung aufwies.

## 8.2 Aussichten

Die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Analysen haben gezeigt, dass der Ehrengastauftritt für ein kleines Literaturland das Tor zum internationalen Wettbewerb öffnen kann. In der globalisierten und hochtechnologisierten Welt bewegen sich sowohl Produkte als auch Phänomene schneller als zuvor. Diese Bewegungen bringen unterschiedliche Kulturregionen, die nicht nur auf nationalen Grenzen oder Sprachgrenzen basieren, zusammen. Dadurch gestalten sich neuartige kulturelle Felder, in denen die Länder- und Sprachgrenzen eine immer kleinere Rolle spielen. Die Produkte und Phänomene bewegen sich auf neuen Wegen. Die traditionellen Sprachstrukturen ändern sich, die Rollen der Autoren ändern sich, und dadurch ändert sich zwangsläufig auch das Feld. Die finnische Autorin Sofi Oksanen wies in der Folge des finnischen Ehrengastauftritts in der öffentlichen Diskussion darauf hin, dass auch ein kleines Land eine Supermacht der Literatur sein kann (Oksanen 2014).

Die Bourdieusche Theorie des literarischen Feldes basiert auf den Strukturen des französischen literarischen Feldes des 19. Jahrhunderts (Bourdieu 2001). Die Theorie spiegelt sowohl die inneren Strukturen des Feldes als auch sein Verhältnis zur umliegenden Gesellschaft wider. In der Bourdieuschen Theorie und in Casanovas Weiterentwicklung davon als ‚world literary space‘ dominieren die älteren und größeren Sprachregionen das internationale literarische Feld. Wie aber auch Casanova (2004: 165–172) selbst feststellt, hat die Globalisierung die Zusammenstellung des Feldes mit den älteren dominierenden Zentren

geändert. Diese Veränderung hat dazu beigetragen, dass die ökonomischen Faktoren die Branche immer stärker steuern.

Die Buchmessen stehen im Zentrum der interkulturellen Veränderungen der Buchbranche. Einerseits ist die Buchmesse eine traditionelle Institution, die sich im Laufe der Jahrzehnte relativ wenig verändert hat. Andererseits gehört die Buchmesse zwangsläufig zu einer Branche, in der die obengenannten Entwicklungen deutlich zu sehen sind. Eines der meistdiskutierten Themen während der Frankfurter Buchmesse 2014 war der Wandel des Buchverkaufs, also die Frage, wie Händler – und genauer: welche Händler – den Markt dominieren.

Auch die Autorenschaft ändert sich. Die Grenzen zwischen den Rollen der Autoren, Leser oder Konsumenten und z. B. Vermittler wie der Kritiker gleichen sich aus. Ob dadurch auch die Strukturen des literarischen Feldes und die Autonomie schwächer werden, bleibt offen. Die Frage, ob neue Felder sich gestalten und wie sie sich gestalten, kann auch gestellt werden. Es ist wichtig, die Bourdieuschen Strukturen des Feldes zu berücksichtigen, ob sie aber das kulturelle Feld der Zukunft beschreiben können, bedarf einer genaueren Betrachtung.

In Anbetracht der Ergebnisse dieser Untersuchung war der oben genannte Kommentar von Sofi Oksanen zu den kleinen Literaturländern begründet. In der globalen Literaturwelt spielt das Ausgangsland weniger eine Rolle, womit auch kleinere Literaturen durch universale Titel eine Machtposition bekommen können. Ein Beispiel dafür ist die finnische Autorin Salla Simukka, deren *Lumikki*-Trilogie innerhalb der letzten zwei Jahre in fast 60 Sprachen übersetzt worden ist. Gerade solche Erfolgsgeschichten zeigen, dass der Inhalt den Erfolg definiert. Das Ausgangsland, der Habitus des Autors oder die Autonomie des jeweiligen länderbezogenen literarischen Feldes sind für die universellsten Geschichten und ihren Export letztendlich zweitrangig. Das bedeutet aber nicht, dass mit dem Literaturexport nicht wenigstens indirekt ein Länderimage vermittelt wird. Immerhin wohnt auch Simukkas Hauptfigur Lumikki in der finnischen Stadt Tampere.

Die globale Entwicklung des literarischen Feldes und der Informationstechnologie ermöglichen es, dass die Literatur, statt sich nur in einem länderbezogenen Rahmen zu bewegen, durch globale, auch außerliterarische, Phänomene beeinflusst wird. Literatur ist eng mit anderen Produktionsarten, mit gesellschaftlichen Phänomenen und mit Trends verbunden. Dabei lösen sich die traditionellen Positionen des literarischen Feldes wenigstens teilweise auf und werden von Vermittlerinstanzen ersetzt, die nicht unbedingt aus dem

literarischen Feld stammen. Literaturvermittlung hängt immer mehr von internationalen Phänomenen ab, in denen die unterschiedlichen gesellschaftlichen Felder sich überlappen. Angesichts dieser Entwicklung stellt sich die Frage, ob die länderbezogene Ehrengastinstitution überhaupt noch zeitgemäß ist. Auch die gegenwärtig in Politik und Publizistik beobachtbare Rückbesinnung auf die Nation hebt die durch die Globalisierung veränderten Strukturen nicht auf. Damit verliert auch die Autonomie der einzelnen länderbezogenen Felder zwangsläufig an Bedeutung. Vielmehr geht es um die Autonomie des globalen literarischen Feldes im Verhältnis zu anderen gesellschaftlichen Feldern, was auch zu einer Reduktion der Dominanz der traditionellen Zentren führt.

## LITERATURVERZEICHNIS

### Primärquellen

#### Berichte:

Backman, Sofie (2015a): *Satelliittiohjelman COOL2014: Dokumentaatio ja arviointi*. Berlin: Finnland-Institut in Deutschland.

FILI (2012a): *Finnland. Cool. Strategie*. Abrufbar unter: [http://finnlandcool.fi/finnlandcool/hallinta/?page\\_id=166&lang=de](http://finnlandcool.fi/finnlandcool/hallinta/?page_id=166&lang=de) [Zugriff: 15.2.2016]

FILI (2015): *Finnland.Cool. Loppuraportti*. Abrufbar unter: [http://www.finlit.fi/fili/hallinta/wp-content/uploads/2015/09/FC\\_loppuraportti\\_FINAL.pdf](http://www.finlit.fi/fili/hallinta/wp-content/uploads/2015/09/FC_loppuraportti_FINAL.pdf) [Zugriff 8.9.2016]

F-I (2012): *Finnland als Gast auf der Frankfurter Buchmesse*. Strategie des Finnland-Instituts. Unveröffentlichter Bericht des Finnland-Instituts.

Saukkonen, Pasi/Sivonen, Outi (2015): *Suomi Frankfurtin kirjamesujen teemamaana 2014: selvitys teemamaahankkeen hallinnosta, johtamisjärjestelmästä ja toimijayhteisöstä*. Loppuraportti. Helsinki: Cupore.

Tapaninen Jaakko (2007): *Frankfurtin kirjamesut 2011 teemamaahanke*. Esiselvitys Suomen kirjallisuuden tiedotuskeskukselle. Julkaisematon selvitys. Helsinki: Great Point Oy.

#### Pressemappen und -mitteilungen:

Pressemappe (3/2014): *Finnland.Cool. -Pressemappe*. Leipziger Pressekonferenz 13.3.2014. Helsinki: FILI / SKS.

Pressemappe (6/2014): *Finnland.Cool. -Pressemappe*. Frankfurter Pressekonferenz 25.6.2014. Helsinki: FILI / SKS.

Pressemappe (10/2014): *Finnland.Cool. -Pressemappe*. Frankfurter Buchmesse 8.10.2014. Helsinki: FILI / SKS.

Pressemitteilung (10/2013a): *Ehrengastrolle von Brasilien an Finnland übergeben*. Abrufbar unter: <http://finnlandcool.fi/?p=306&lang=de>. [Zugriff: 28.12.2016].

Pressemitteilung (10/2013b): *Cool. Cooler. Finnland!*. Abrufbar unter: <http://finnlandcool.fi/?p=282&lang=de>. [Zugriff: 28.12.2016]

Pressemitteilung (1/2014): *Übersetzungsförderung aus Finnland*. Abrufbar unter: <http://finnlandcool.fi/?m=201401&lang=de> [Zugriff: 28.12.2016]

Pressemitteilung (2/2014): *Mit 13 Büchern quer durch die Erde*. Abrufbar unter: <http://finnlandcool.fi/?p=344&lang=de> [Zugriff: 28.12.2016]

Pressemitteilung (5/2014): *Lest Kindern die Welt vor*. Abrufbar unter: <http://finnlandcool.fi/?m=201405&lang=de> [Zugriff: 28.12.2016]

Pressemitteilung (7/2014): *Finnisch Weird. Phantastisches aus Finnland*. Abrufbar unter: <http://finnlandcool.fi/?m=201407&lang=de> [Zugriff: 28.12.2016]

Pressemitteilung (9/2014): *Monthly Archives: September 2014*. Abrufbar unter: <http://finnlandcool.fi/?m=201409&lang=de> [Zugriff: 28.12.2016]

Pressemitteilung (10/2014): *Literatur ohne Grenzen. Junge zeitgenössische Belletristik aus Finnland*. Abrufbar unter: <http://finnlandcool.fi/?p=3802&lang=de> [Zugriff: 28.12.2016]

Pressemitteilung (11/2014): *Finnland. Cool. Übertrifft alle Erwartungen*. Abrufbar unter: <http://finnlandcool.fi/?p=4284&lang=de> [Zugriff: 28.12.2016]

#### Interviews:

Majander, Leena (2016), Leiterin, FILI – Finnish Literature Exchange. Helsinki. Interviews per E-Mail und in Helsinki bei FILI. 6.4.2016 und 31.5.2016.

#### Interviews mit Agenturen und Verlagen:

Interview per E-Mail, 12.5.2016 und 31.5.2016.

Interview per E-Mail, 12.5.2016 und 16.5.2016.

Interview per E-Mail, 12.5.2016 und 30.5.2016.

Interview per E-Mail, 12.5.2016 und 15.6.2016.

Interview per E-Mail, 12.5.2016 und 1.7.2016.

## Protokolle der Kooperationsgruppe:

Protokoll (6/2011): Kooperationsgruppe	6.6.2011
Protokoll (8/2011): Kooperationsgruppe	31.8.2011
Protokoll (10/2011): Kooperationsgruppe	24.10.2011
Protokoll (11/2011): Kooperationsgruppe	22.11.2011
Protokoll (2/2012): Kooperationsgruppe	13.2.2012
Protokoll (6/2012): Kooperationsgruppe	4.6.2012
Protokoll (9/2012): Kooperationsgruppe	25.9.2012
Protokoll (11/2012): Kooperationsgruppe	26.11.2012
Protokoll (3/2013): Kooperationsgruppe	8.3.2013
Protokoll (6/2013): Kooperationsgruppe	3.6.2013
Protokoll (9/2013): Kooperationsgruppe	19.9.2013
Protokoll (3/2014): Kooperationsgruppe	5.3.2014
Protokoll (6/2014): Kooperationsgruppe	6.6.2014
Protokoll (9/2014): Kooperationsgruppe	8.9.2014

## Deutsche Zeitungsartikel:

Altenbockum, Jasper von (2014): Belletrist. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 8.10.2014:233, 8.

Badenhop, Peter (2012): Eleganz vom Ende der Welt. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [Online] 10.10.2012. Abrufbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/stil/essen-trinken/genuss/weine-aus-neuseeland-eleganz-vom-ende-der-welt-11916599.html> [Zugriff: 6.12.2016]

Bähr, Julia (2014a): Unendliche Weiten. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [Online] 8.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buchmesse/ehrengast-finnland/finnland-pavillon-auf-der-buchmesse-13195222.html> [Zugriff: 13.10.2014]

Bähr, Julia (2014b): Nicht lächeln, schließlich ist dein Leben ruiniert. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [Online] 7.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buchmesse/ehrengast-finnland/fra>

nkfurter-buchmesse-gastland-finnland-tanzt-tango-13193639.html  
[Zugriff: 13.10.2016]

Balke, Florian (2014a): Finnen brauchen eine Sauna – auch auf der Buchmesse. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [Online] 8.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/rhein-main/buchmesse-finnen-brauch-en-eine-sauna-13195575.html> [Zugriff: 13.10.2014]

Balke, Florian (2014b): Familientreffen und andere Kleinigkeiten. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 25.4.2014:96, 38.

Bartels, Gerrit (2013): Finnische Literatur: Flüsternde Eltern, tobende Töchter. *Zeit Online*. 12.11.2013. Abrufbar unter: <http://www.zeit.de/kultur/literatur/2013-11/schriftstellerinnen-rosa-liksom-katja-kettusofi-oksanen-finnland> [Zugriff: 17.10.2014]

Bartels, Gerrit (2014a): Hauptsache sonderlich. *Tagesspiegel* [Online] 6.4.2014. Abrufbar unter: <http://www.tagesspiegel.de/kultur/die-finnen-und-ihre-literatur-hauptsache-sonderlich/9721926.html> [Zugriff: 18.2.2016]

Bartels, Gerrit (2014b): Der Mensch und seine Inseln. *Der Tagesspiegel* 8.10.2014:22188, 21.

Behr, Stefan (2014): Zuerst die Hobbits. *Frankfurter Rundschau* [Online] 8.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.fr-online.de/hintergrund/eroeffnung-der-buchmesse-zuerst-die-hobbits,24549698,28677788.html> [Zugriff: 15.10.2014]

Bigalke, Silke (2014): Volksnah und verquer. *Süddeutsche Zeitung* [Online] 7.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/gastland-finnland-auf-der-frankfurter-buchmesse-volksnah-und-verquer-1.2161868> [Zugriff: 15.10.2014]

Bleutge, Nico (2014): Wildes Blut der Zukunft. *Süddeutsche Zeitung* 7.10.2014:230, 6.

Breitenstein, Andreas (2014): Das Eis ist gebrochen. *Neue Zürcher Zeitung* [Online] 13.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.nzz.ch/feuilleton/buecherherbst/das-eis-ist-gebrochen-1.18402404> [Zugriff: 12.11.2014]

Budeus-Budde, Roawitha (2014): Mit dem Hund zum Erfolg. *Süddeutsche Zeitung* 18.9.2014.

dpa (2013): Finnland cool: Der Ehrengast 2014 will 50 Autoren schicken. *Berliner Zeitung* 11.10.2013:237, 24.

dpa (2014a): Finnland will auf der Buchmesse für seine Autoren werben. *Frankfurter Rundschau* [Online] 24.9.2014. Abrufbar unter: <http://www.fr-online.de/panorama/finnland-will-auf-buchmesse-fuer-seine-autoren-werben,27392196,28500864.html> [Zugriff: 24.9.2014]

dpa (2014b): Bürgerkrieg beschäftigt Buchmessen-Gast Finnland. *Berliner Zeitung* [Online] 19.5.2014. Abrufbar unter: <http://www.berliner-zeitung.de/panorama/buergerkrieg-beschaefigt-buchmessen-gast-finnland-4093356> [Zugriff: 15.10.2015]

Düker, Ronald (2014): Im Bett mit dem Besatzer. *Zeit Literatur* 41: Oktober 2014, 10–13.

Dürr, Anke (2014): Sofi Oksanen. Als die Tauben Verschwanden. *Kultur Spiegel*, Oktober 2014, 40.

Fanizadeh, Andreas (2013): Begegnung mit Autoren aus Finnland. Verliebt in den Feind. *TAZ* 29.10.2013. Abrufbar unter: <http://www.taz.de/!126413/> [Zugriff: 17.10.2014]

Fanizadeh, Andreas (2014a): Kultur und Weltpolitik. *TAZ* [Online] 9.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.taz.de/!5031478/> [Zugriff: 16.10.2014]

Fanizadeh, Andreas (2014b): Ein besonderes Verhältnis von Nähe. *TAZ* [Online] 27.6.2014. Abrufbar unter: <http://www.taz.de/!5039391/> [Zugriff: 4.10.2015]

Fanizadeh, Andreas (2014c): Schwieriges Erbe. *TAZ* [Online] 7.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.taz.de/!5031659/>

FAZ (2013): Gutes aus Finnland. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 11.10.2013:236, 50.

FAZ (2014a): Nachrichten aus dem Norden. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 26.6.2014:145, 49.

FAZ (2014b): Endlich treten die Finnen ins Licht. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. 7.10.2014:232, D3.

Fessmann, Meike (2014): Die Haut und die Narben. *Süddeutsche Zeitung*, 22.10.2014.

Fuhr, Eckhard (2014): Vorbildliches Finnenleben. *Die Welt* 9.10.2014, 21.

Gauss, Karl-Markus (2014): Finnlandschwedische Weltliteratur. *Neue Zürcher Zeitung* [Online] 3.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.nzz.ch/feuilleton/buecherherbst/finnlandschwedische-weltliteratur-1.18395039> [Zugriff: 15.10.2015]

Gehrmann, Alva (2014a): Eine Bücherei auf dem Rädern. *Der Tagesspiegel* [Online] 29.1.2014. Abrufbar unter: <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/werbinich/finnland-ist-ehrengast-der-frankfurter-buchmesse-2014-eine-buecherei-auf-raedern/9403702.html> [Zugriff: 4.9.2015]

Gehrmann, Alva (2014b): „Hemingway war eine Finne“. *Der Tagesspiegel* 5.10.2014:22185, 4.

Giesecking, Bernd (2014): Finnland? Hot!. *TAZ* [Online] 1.9.2014. Abrufbar unter: <http://www.taz.de/!5034303/> [Zugriff: 6.10.2014]

Göpfert, Claus-Jürgen (2014a): Mumins im Winterland. *Frankfurter Rundschau* [Online] 7.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.fr-online.de/hintergrund/buchmesse-frankfurt-mumins-im-winterland,24549698,28672508.html> [Zugriff: 7.10.2014]

Göpfert, Claus-Jürgen (2014b): Die Legende vom düsteren Volk. *Frankfurter Rundschau*. [Online] 22.6.2014. Abrufbar unter: <http://www.fr-online.de/frankfurt/finnland-die-legende-vom-duesteren-volk,1472798,27572164.html> [Zugriff: 8.12.2014]

Hahn, Marten (2014): Wen der Dinosaurier frisst. *Berliner Zeitung* [Online] 2.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.berliner-zeitung.de/kultur/literatur/finnland-ist-gastland-auf-der-frankfurter-buchmesse-wen-der-dinosaurier-frisst-29944> [Zugriff: 15.10.2014]

Hannemann, Matthias (2014a): Die coolness bringen wir Finnen mit. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [Online] 26.6.2014. Abrufbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/gastland-der-buchmesse-2014-die-coolness-bringen-wir-finnen-mit-13009944.html> [Zugriff: 26.6.2014]

Hannemann, Matthias (2014b): Die Weltpolitik hält den Präsidenten vom Schreiben ab. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [Online] 22.8.2014. Abrufbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/themen/treffen-mit-praesident-und-autor-sauli-niinistoe-13110267.html> [Zugriff: 25.8.2014]

Heimann, Holger (2014): „Russland instrumentalisiert die Vergangenheit“. *Die Welt* [Online] 8.10.2014. Abrufbar unter: <https://www.welt.de/kultur/literarischewelt/article133044379/Russland-instrumentalisiert-die-Vergangenheit.html> [Zugriff: 15.10.2014]

Heinemann, Matthias (2014): Das Eis kann jetzt brechen. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [Online] 22.9.2014. Abrufbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/rezensionen/neue-krimis-aus-dem-buchmesse-gastland-finland-13165615.html> [Zugriff: 22.9.2014]

Hierholzer, Michael (2014): Die klare, wahre, unverfälschte Natur. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [Online] 8.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/rhein-main/finnland-auf-der-frankfurter-buchmesse-die-klare-wahre-unverfaelschte-natur-13195412.html> [Zugriff: 15.10.2014]

Junghänel, Frank (2014): Kyrös „Kunkku“ Das koksende Schlossgespenst. *Berliner Zeitung* 8.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.berlinerzeitung.de/15048> [Zugriff: 15.10.2014]

Keel, Aldo (2014a): Zeitweise Aufhellungen, nun Eintrübung. *Neue Zürcher Zeitung* [Online] 20.9.2014. Abrufbar unter: <http://www.nzz.ch/feuilleton/zeitweise-aufhellungen-nun-eintruebung-1.18387127> [Zugriff: 23.3.2016]

Keel, Aldo (2014b): Finnlands Suche nach Identität. *Neue Zürcher Zeitung* [Online] 3.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.nzz.ch/feuilleton/finnland--gast-der-frankfurter-buchmesse-1.18396458> [Zugriff: 23.3.2016]

Kessler, Florian (2014): Ach wie schön ist Lummerland. *Süddeutsche Zeitung* 2.9.2014.

Kippenberger, Susanne (2014a): Kaffepaussi!. *Der Tagesspiegel* [Online] 5.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/essen-trinken/die-liebe-der-finnen-zum-filterkaffee-kaffepaussi/10789848.html> [Zugriff: 15.10.2014]

Kippenberger, Susanne (2014b): Tango in Moll. *Der Tagesspiegel*. 5.10.2014:22185, 2.

Lerchenmüller, Franz (2014): Singt die Lieder der Sehnsucht!. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. 9.10.2014:234, R1.

Lühmann, Hannah (2014): Jetzt bitte einmal alle recht deutlich das „Ü“!. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [Online] 8.10.2014. Abrufbar unter: <http://blogs.faz.net/buchmesse/2014/10/08/und-jetzt-bitte-einmal-alle-recht-deutlich-das-ue-67/> [Zugriff: 9.10.2014]

Maidt-Zinke, Kristina (2014): Harte Schädel, klingende Worte. *Süddeutsche Zeitung* 6.10.2014.

Matussek, Matthias (2014): Wo, bitte, geht's hier zur Flatrate?. *Die Welt* [Online] 12.10.2014. Abrufbar unter: <https://www.welt.de/kultur/literarischewelt/article133184275/Wo-bitte-geht-s-hier-zur-Flatrate.html> [Zugriff: 15.10.2014]

Mayer, Susanne (2014): Was wir erlebten. *Zeit Literatur* 41: Oktober 2014, 4–9.

Moster, Stefan (2014): Der alle zu Wort kommen lässt. *TAZ* [Online] 17.9.2014. Abrufbar unter: <http://www.taz.de/!5033131/> [Zugriff: 15.10.2014]

Oelsner, Juliane (2014): Stoff und Tod. *Der Tagesspiegel* 8.10.2014:22188, 23.

Peitz, Christiane (2014): Wie haben Sie das gemacht, Herr Kaurismaäki?. *Der Tagesspiegel* [Online] 8.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.tagesspiegel.de/kultur/monografie-ueber-filmemacher-ari-kaurismaeki-wie-haben-sie-das-gemacht-herr-kaurismaeki/10805008.html> [Zugriff: 15.10.2014]

Rohlf, Sabine (2014): Geliebter SS-Mann. *Berliner Zeitung* [Online] 8.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.berliner-zeitung.de/kultur/literatur/buchmesse-geliebter-ss-mann-15062> [Zugriff: 11.2.2015]

Rosen, Björn (2014a): Wünsch dir was. *Tagesspiegel* 5.10.2014:22185, S4–S5.

Rosen, Björn (2014b): „Ich hasse die Dunkelheit des Winters“. *Der Tagesspiegel* 5.10.2014:22185, S1.

Rosen, Björn (2014c): Ein Land schwitzt. *Tagesspiegel* 5.10.2014:22185, S3.

Schmidt, Robyn (2014): Literatur in der Sauna. *Frankfurter Rundschau* [Online] 24.9.2014. Abrufbar unter: <http://www.fr-online.de/buchmesse--gastland/frankfurter-buchmesse-literatur-in-der-sauna,24549670,28502730.html> [Zugriff: 24.9.2014]

Schubert, Franziska (2014): Verletzte Engel. *Frankfurter Rundschau* [Online] 25.9.2016. Abrufbar unter: <http://www.fr-online.de/frankfurt/ausstellung-verletzte-engel,1472798,28523472.html> [Zugriff: 2.10.2014]

Schütte, Christoph (2014a): Erben einer menschlichen Moderne. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 26.9.2014:224, 42.

Schütte, Christoph (2014b): Nebel, Alkohol, grenzenlose Einsamkeit. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [Online] 8.8.2014. Abrufbar unter: <http://faz.net/-gzig-7si4i> [Zugriff: 13.4.2014]

Spreckelsen, Tilman (2014): Wer die Wahrheit sagt, ist betrogen. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 7.10.2014:232, 9.

Stäude, Sylvia (2014a): Dichter in der Sauna. *Frankfurter Rundschau* [Online] 25.6.2014. Abrufbar unter: <http://www.fr-online.de/literatur/>

finnland-frankfurter-buchmesse-dichter-in-der-sauna,1472266,27609016.html [Zugriff: 26.6.2014]

Staide, Sylvia (2014b): Aus der Stille. *Frankfurter Rundschau*. 1.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.fr-online.de/kultur/helene-schjerfbeck-schirn-aus-der-stille,1472786,28587514.html> [Zugriff: 2.10.2014]

Staide, Sylvia (2014c): Fernab von Kaurismäki. *Frankfurter Rundschau* [Online] 16.9.2016. Abrufbar unter: <http://www.fr-online.de/buchmesse--gastland/juha-itkonen-fernab-vonkaurismaeki,24549670,28430332.html> [Zugriff: 23.4.2014]

Staide, Sylvia (2014e): Die Asch eder Bilder. *Frankfurter Rundschau* [Online] 7.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.fr-online.de/literatur/johanna-holmstroem--asphaltengel--die-asche-der--bilder,1472266,28669264.html> [Zugriff: 15.10.2014]

Staide, Sylvia (2014d): Die Narrative Stille durchbrechen. *Frankfurter Rundschau* [Online] 10.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.fr-online.de/buchmesse---veranstaltungen/sofi-oksenen-die-narrative-stille-durchbrechen,24549716,28699070.html> [Zugriff: 15.10.2014]

Staide, Sylvia (2014f): Sätze wie ein Stück Birkenholz. *Frankfurter Rundschau* [Online] 14.7.2014. Abrufbar unter: <http://www.fr.de/kultur/literatur/matti-roenkae-finnland-krimi-saetze-wie-ein-stueck-birkenholz-a-582612> [Zugriff: 16.7.2014]

Sternburg, Judith von (2014): Mit und Ohne Plan. *Frankfurter Rundschau* 70:236, 32.

Vogel, Sabine (2013): Cool von A bis Ö. *Berliner Zeitung* [Online] 29.10.2013. Abrufbar unter: <http://www.berliner-zeitung.de/kultur/helsinki-cool-von-a-bis-oe-3093238> [Zugriff: 30.10.2013]

Vogel, Sabine (2014): Beim zarten Bärbeiß. *Frankfurter Rundschau* 11.-12-10.2014:326, 36.

#### Finnische Medien:

FNB (2014): Sofi Oksanen lyfte upp finlandiseringer. *Vasabladet* 8.10.2014, 16.

Gustafsson, Mia (2014a): Saksan kirjallisuustoimittajat ihastelevat Suomea: Oikea lukumaa! *Yle Uutiset*. Abrufbar unter: <http://yle.fi/uutiset/3-7439399>. [Zugriff: 24.3.2016]

Gustafsson, Mia (2014b): Teemamaa tuo Schjerfbeckin saksalaisillekin. *Yle Uutiset*. Abrufbar unter: <http://yle.fi/uutiset/3-7522951> [Zugriff: 22.4.2016]

Gustafsson, Mia (2014c): Frankfurtin kirjamesuista odotetaan Suomen kirjaviennin läpimurtoa. *Yle Uutiset*. Abrufbar unter: <http://yle.fi/uutiset/3-7122072> [Zugriff: 22.4.2016]

HS (2013): Kirja on vientituote. *Helsingin Sanomat* [Online] 23.12.2013. Abrufbar unter: <http://www.hs.fi/paakirjoitukset/a1387688009619> [Zugriff: 11.2.2015]

HS-Kulttuuri (2014): Schjerfbeck on Frankfurtin erityispanostus. *Helsingin Sanomat* [Online] 8.3.2014. Abrufbar unter: <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1394189296934> [Zugriff: 20.10.2014]

*Kultakuume* (2014): Frankfurtin kirjamesuilla on meneillään Suomen suurin kulttuurivientihanke. *Kultakuume*. Kai Ristola, Anna-Riikka Carlsson. *Yle*. *Yle* 1 (10.10.2014).

Kuosmanen, Ilkka (2014): Ideologiaa kirjaviennin kylkiäisenä. *Karjalainen* 8.10.2014.

Lehmusvesi, Jussi (2014a): Kliseet vetoavat saksalaisiin. *Helsingin Sanomat* 10.10.2014, B2–B3.

Lehmusvesi (2014b): Miksi Jörn Donner jätettiin Frankfurtin-koneesta? Järjestäjä vastaa. *Helsingin Sanomat* [Online] 8.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1305882623175> [Zugriff: 27.3.2016].

Lehtinen, Nina (2014): Nainen, joka keksi ”alavilla mailla on hallan vaaran”. *Aamulehti* 9.10.2014, B10.

Lukkarinen, Maarit (2014): Suomi näkyy Frankfurtin kirjamesuilla laajemmin kuin yksikään muu teemamaa aiemmin. *Yle Uutiset*. Abrufbar unter: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/10/02/suomi-nakyy-frankfurtin-kirjamesuilla-laajemmin-kuin-yksikaan-muu-teemamaa> [Zugriff: 27.3.2016].

Lyytinen, Jaakko / Petäjä, Jukka (2014): Tietokirjailijat kritisoivat Suomen Frankfurt-hanketta. *Helsingin Sanomat* [Online] 11.10.2013. Abrufbar unter: <http://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002680276.html> [Zugriff: 8.11.2014].

*Maamme-kirja* (2014): Miten Suomi onnistui Frankfurtin kirjamesuilla? Roman Schatzin *Maamme-kirja*. Roman Schatz, Iris Schwanck, Hanna Kjellberg, Matti Rönkä. *Yle*. *Yle* 1 (13.10.2014).

Nikula, Sanna (2014): Suomettuminen nousi pöydälle Frankfurtissa. *Satakunnan kansa* 8.10.2014, 10.

Oksanen, Sofi (2014): Juna kulkee, Suomi jää. *Suomen kuvalehti* 48/2014, 14–15.

Petäjä, Jukka (2014a): Suomen tie pimeästä kohti valoa. *Helsingin Sanomat* 9.10.2014, B1–B2.

Petäjä, Jukka (2014b): Frankfurtin kirjamesut ovat Suomen kaikkien aikojen kallein kulttuurin vientihanke. *Helsingin Sanomat* [Online] 7.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1412566316051> [Zugriff: 7.10.2014].

Rajamäki, Tiina (2014): Suomalaiskustantajat lähtivät myhällen kotiin Frankfurtin kirjamesuilta. *Helsingin Sanomat* [Online] 13.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002768865.html> [Zugriff: 28.12.2016]

Sorjanen, Axa (2014): Silkka fiktiota. *Suomen kuvalehti* 50/2014, 20-23

STT (2014a): Kirjailijoiden oikeuksien myyminen on kuin maratonin juoksisi. *Ilkka*, 11.10.2014, 18.

STT/Ilkka (2014a): Kettu myi Kreikalle oikeutensa oliiveista ja hunajasta. *Ilkka* 12.10.2014, 21.

STT/Ilkka (2014b): ”Suomen kielen kaunein fraasi soi kuin musiikki”. *Ilkka* 9.10.2014, 20.

STT/Pohjalainen (2014): Suomalainen kirjallisuus maailmalle. *Pohjalainen* 8.10.2014, 15.

STT/Turun Sanomat (2014): Oksanen nosti suomettumisen pöydälle *Turun sanomat*. 8.10.2014.

## Allgemeine Sekundärliteratur

Anz, Thomas (2004): Theorie und Praxis der Literaturkritik heute. In: Anz, Thomas/Baasner, Rainer (Hrsg.). *Literaturkritik. Geschichte, Theorie, Praxis*. München: Verlag C.H. Beck. 194–219

Anz, Thomas/Baasner, Rainer (2004): *Literaturkritik. Geschichte – Theorie – Praxis*. München: Verlag C.H. Beck.

Arnold, Heinz Ludwig/ Beilein Matthias, (Hrsg.) (2009): *Literaturbetrieb in Deutschland*. 3., völlig veränderte Auflage. Neufassung. München: Edition text + kritik.

Baasner, Rainer/Zens Maria (2005): *Methoden und Modelle der Literaturwissenschaft*. Eine Einführung. 3. überarb. und erw. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Bayr, Anni (2015): *FINNLAND.COOL: Frankfortin kirjamesuilla maailmalle viety Suomi-brändi*. Unveröffentlichte Magisterarbeit der Universität Tampere.

Beller, Manfred/Leerssen, Joep (Hrsg.) (2007): *Imagology: the cultural construction and literary representation of national characters: a critical survey* / edited by Amsterdam: Rodopi. (Studia Imagologica, Amsterdam studies on cultural identity; 13.)

Bender, Ursula (2001): Zwischen Autorenbetreuung und transatlantischem Literaturgeschäft. Anmerkungen zur Berufsarbeit einer Literaturagentin. In: Fischer, Ernst (Hrsg.): *Literarische Agenturen – die heimlichen Herrscher im Literaturbetrieb?* Wiesbaden: Harrassowitz Verlag. 41-49.

Böcker, Elisabet (2013): „Sagenhaftes Island“ – Erfolgsfaktoren des isländischen Ehrengastauftritts auf der Frankfurter Buchmesse 2011. Unveröffentlichte Magisterarbeit der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Bortz, Jürgen/Döring, Nicola (2006): *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler*. 4. Auflage. Heidelberg: Springer Medizin.

Bourdieu, Pierre (1997): Das literarische Feld. Die drei Vorgehensweisen. In: Pinto, Louis/Schultheis, Franz (Hrsg.). *Streifzüge durch das literarische Feld*. Konstanz: UVK-Verlag. 33–147.

Bourdieu, Pierre (2001): *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre (2013): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Broszinsky-Schwabe, Edith (2011): *Interkulturelle Kommunikation: Missverständnisse und Verständigung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Cantell, Timo (1999): *Helsinki and a vision of place*. Helsinki: City of Helsinki Urban Facts.

Casanova, Pacale (2004): *The World Republic of Letters*. Cambridge: Harvard University Press.

Casimir, Fred L. (1998): Interkulturelle Kommunikation als Prozess. In: Ingrid Jonach et al. (Hrsg.). *Interkulturelle Kommunikation*. München: Ernst Reinhardt. 15–26.

Damrosch, David (2003): *What is World Literature?* Princeton: Princeton University Press.

Dinnie, Keith (2015): *Nation Branding. Concept, Issues, Practice*. 2. überarb. Auflage. Abingdon: Routledge.

Dörner, Andreas/Vogt, Ludgera (2013): *Literatursoziologie. Eine Einführung in zentrale Positionen – von Marx bis Bourdieu, von Systemtheorie bis zu den British Cultural Studies*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer.

Dotzauer, Georg (2005): Literaturkritik. In: Schütz, Erhard (Hrsg.). *Das BuchMarktBuch: Der Literaturbetrieb in Grundbegriffen*. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. 231–235.

Dyserinck, Hugo (1988): Komparatistische Imagologie. Zur politischen Tragweite einer europäischen Wissenschaft von der Literatur. In: Dyserinck, Hugo/Syndram, Karl Ulrich (Hrsg.): *Europa und das nationale Selbstverständnis*. 8. Bonn: Bouvier. 13–37. (Aachener Beiträge zur Komparatistik 8.)

Eder, Gabriele (2005): Literatur und Journalismus: ein komplexes Beziehungsgeflecht. *Fachjournalist*. Nr. 20, 2–25.

Eskola, Katarina (1972). *Ei kirjaa ilman lukijaa. Raportti kirjallisuuden julkisesta ja yksityisestä vastaanotosta*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Fischer, Ernst (1999): Geglückte Imagekorrektur? Bilanz des Schwerpunktthemas Österreich 1995. In: Füssel, Stephan: *50 Jahre Frankfurter Buchmesse: 1949–1999*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. 150–162.

Fischer, Ernst (Hrsg.) (2001): *Literarische Agenturen – die heimlichen Herrscher im Literaturbetrieb?* Wiesbaden: Harrassowitz Verlag.

Fischer, Manfred F. (1987): Literarische Imagologie am Scheideweg. Die Erforschung des „Bildes vom anderen Land“ in der Literaturkomparatistik. In: Blaicher, Günther (Hrsg.): *Erstarrtes Denken. Studien zur Klischee, Stereotyp und Vorurteil in englischsprachiger Literatur*. Tübingen: Narr. 55–71.

Flink, Uwe (2006): *Qualitative Evaluationsforschung. Konzepte, Methoden, Umsetzungen*. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt.

Forrester, Michael (2000): *The psychology of the Image*. London: Routledge.

Foucault, Michel (1988): *Archäologie des Wissens*. 3. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Franck, Georg (1998): *Ökonomie der Aufmerksamkeit*. München: Hanser.

Früh, Werner (2015): *Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis*. 8., überarb. Aufl. Konstanz, München: UVK-Verlag.

Fuchs, Max (2011): *Leitformeln und Slogans in der Kulturpolitik*. Wiesbaden: VS Verlag für sozialwissenschaften.

Fügen, Hans Norbert (1964): *Die Hauptrichtungen der Literatursoziologie und ihre Methoden. Ein Beitrag zur literatursoziologischen Theorie*. Bonn: H. Bouvier u. Co. Verlag. (Abhandlungen zur Kunst-, Musik- und Literaturwissenschaft 21)

Füssel, Stephan (1999): *50 Jahre Frankfurter Buchmesse: 1949-1999*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Geigenmüller, Anja (2003): *Regionale Marken und Konsumentenverhalten. Konsequenzen für die Markenführung*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag/GWV Fachverlage.

Götz, Franz Jürgen (1999): Von der Buch- zur Medienmesse? Electronic Publishing und Electronic Media auf der Frankfurter Buchmesse. In: Füssel, Stephan (Hrsg.). *50 Jahre Frankfurter Buchmesse: 1949-1999*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. 163-177.

Grimm, Gunter (1977): *Rezeptionsgeschichte*. München: Wilhelm Fink Verlag.

Hager, Heinke (2010): Literaturagentur. In: Erhard Schütz (Hrsg.). *Das BuchMarktBuch*. 2., durchgesehene Auflage. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt. 217-220.

Heinold, Wolfgang Erhardt (2001): *Bücher und Buchhändler. Buchhandlungen in der Informationsgesellschaft*. 4., völlig Neubearb. Aufl. Heidelberg: Müller.

Heinonen, Sirkka (1993): Millainen korkeakulttuuri on Suomelle vahvuus? In: Opetusministeriö. *Suomi maailmalla – Tulevaisuuskuvia*. Maanantaiseura Valtioneuvoston Kulttuurihanke. Helsinki: Painatuskeskus Oy. 32-36.

Heß, Dieter (1992): *Kulturjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. München u. a.: List.

Holzmeier, Caroline (2009): Die Netzwerke im Literaturbetrieb. In: Arnold, Ludwig/Beilein, Matthias (Hrsg.). *Literaturbetrieb in Deutschland*. 3. Auflage. Neufassung. München: edition text + kritik.

Jäger, Siegfried (2012): *Kritische Diskursanalyse: eine Einführung*. 6., vollständig überarbeitete Auflage. Münster: Unrast.

Jaumann, Herbert (2000): Literaturkritik. In: Harald Fricke et al. (Hrsg.). *Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft*. Neubearbeitung des Reallexikons der deutschen Literaturgeschichte. Band II: H-O. Berlin/New York: de Gruyter.

Joosten, Jos/Parry, Christoph (Hrsg.) (2016): *The Echo of Die Blechtrommel in Europe*. Leiden/Boston: Brill.

Jordan, Lothar (1995): Welche Grenzen? Reflexionen zu einem konstitutiven Element komparatistischer Forschung. In: Jordan, Lothar/Kortländer, Bernd (Hrsg.). *Nationale Grenzen und internationaler Austausch*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag. 34–49.

Jordan, Lothar/Kortländer Bernd (Hrsg.) (1995): *Nationale Grenzen und internationaler Austausch*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

Jurt, Joseph (1995): *Das literarische Feld: das Konzept Pierre Bourdieus in Theorie und Praxis*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Kankkonen, Tiina (2009): *Der Ramschkastensklassiker: zur öffentlichen Rezeption und zum Bild Peter Handkes in Finnland*. Vaasa: Vaasan yliopisto. (Acta Wasaensia 211)

Karvonen, Erkki (1999): *Elämä ja mielikuwayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Helsinki: Gaudeamus.

Kaufmann, Vincent (2015): *Vermarktungsstrategien für das Buch im multimedialen Raum: eine interdisziplinäre Untersuchung*. Wiesbaden: Harrasowitz Verlag.

Keuschnigg, Mark (2012): *Das Bestseller-Phänomen. Die Entstehung von Nachfragekonstruktion im Buchmarkt*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Kind, Hero (Hrsg.) (1995): *Buchmarketing. Wandel im Handel*. ng. Düsseldorf/München: Metropolitan-Verlag.

Kölling, Angela (2014): NZ @Frankfurt: Imagining New Zealand's guest of Honour presentation at the 2012 Frankfurt Book Fair from the point of view of literary translation. *Imaginations* 5.1.2014, 81–99.

Körkkö, Helmi-Nelli (2014): Finnische Literatur und der Deutsche Buchmarkt. Perspektiven zum Marketing der Finnischen Literatur. In: Laukkanen, Liisa/Parry, Christoph (Hrsg.). *Austausch und Anregung. Zu den Kulturbeziehungen zwischen Finnland und dem deutschsprachigen Raum im 20. Jahrhundert*. München: IUDICIUM Verlag. 27–43.

Körkkö, Helmi-Nelli (2015): Käännöskirjallisuus suomalais-saksalaisessa kulttuurivaihdossa – Suomen teemamaahanke kulttuurivaihdon kokonaisuutena. In: Laukkanen, Liisa/Järventausta, Marja/Parry, Christoph (Hrsg.). *Kontekstinvaihto. Käännökset suomalaisen ja saksalaisen kirjallisuuden välittäjinä*. München: IUDICIUM Verlag. 177–197.

Körkkö, Helmi-Nelli (2016): Finnland als Ehrengast der Frankfurter Buchmesse 2014. Wenn Kulturtransfer und Buchmarkt zusammenkommen. In: Tarvas, Mari/Marten, Heiko F./Johanning-Radzienė, Antje (Hrsg.). *TRIANGULUM Germanistisches Jahrbuch 2015 für Estland, Lettland und Litauen. Beiträge des 10. Nordisch-Baltischen Germanistiktreffens*. Bonn: Vilnius Academy of Fine Arts Press. 573–584.

Koivunen, Hannele (2004): *Onko kulttuurilla vientiä?*. Opetusministeriön, ulkoasiainministeriön ja kauppa- ja teollisuusministeriön Kulttuurivienti -hanke. Selvitysmiehen raportti. Helsinki: Yliopistopaino. (Opetusministeriön julkaisuja; 22.)

Kortländer, Bernd (1995): Begrenzung – Entgrenzung. Kultur- und Wissenschaftstransfer in Europa. Teoksessa Lothar Jordan ym. (Hrsg.). *Nationale Grenzen und internationaler Austausch. Studien zum Kultur und Wissenschaftstransfer in Europa*. Tübingen. Max Niemeyer Verlag. 1–19.

Krämer, Wolf (1996): *Das Buch der Frankfurter Buchmesse*. Frankfurt am Main: Frankfurter Buchmesse.

Laitinen, Kai (1997): *Suomen kirjallisuuden historia*. Helsinki: Otava.

Lamping, Dieter (2013): *Internationale Literatur*. Göttingen/Bristol: Vandenhoeck & Ruprecht.

Lehtonen, Mikko (2001): *Post Scriptum: kirja medioitumisen aikakaudella*. Tampere: Vastapaino.

Lethbridge, Stefanie (2004): Literatursoziologie. In: Ralf Schneider (Hrsg.). *Literaturwissenschaft in Theorie und Praxis*. Tübingen: Narr. 163–187.

Liuttu, Natallia/Pesonen Tia/Reuter, Ewald/Salo Tiina (2015): Tampere. Cool. – Kann man durch Literaturexport erfolgreich Stadt-marketing betreiben? Ergebnisse einer Fallstudie. In: Rellstab, Daniel/Siponkoski,

Nestori, (Hrsg.). *Rajojen dynamiikka, Gränsernas dynamik, Borders under Negotiation, Grenzen und ihre Dynamik*. VAKKI-symposiumi 12.-13.2.2015. Vaasa: Universität Vaasa, 56–66. (VAKKI Publications 4).

Lucius, Wulf D. (2005): *Verlagswirtschaft: ökonomische, rechtliche und organisatorische Grundlagen; mit zahlreichen Übersichten*. Konstanz: UVK-Verlag.

Lüsebrink, Hans-Jürgen (2008): *Interkulturelle Kommunikation. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer*. Stuttgart: Verlag J.B. Metzler.

Luhmann, Niklas (2009): *Realität der Massenmedien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Mäkelä, Klaus (Hrsg.) (1990): *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus.

Medghar, Abdelkrim (2010): *Zur Rezeption arabischsprachiger Gegenwartsliteratur des Maghreb im deutschsprachigen Raum: eine empirische Studie*. Gießen: Justus-Liebig-Universität.

Meyn, Hermann/Tonnemacher, Jan (2012): *Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland*. 4. völlig überarbeitete Neuauflage. Konstanz/München: UVK-Verlag.

Moilanen, Teemu/Rainisto, Seppo (2008): *Suomen maabrändin rakentaminen*. Abrufbar unter: [http://www.imagian.com/kuvat/Raportti\\_SMKT\\_2008.pdf](http://www.imagian.com/kuvat/Raportti_SMKT_2008.pdf) [Zugriff: 25.5.2016]

Moritz, Rainer (2001): Donna Leon meets Harry Potter. Warum und wie Verlage mit Agenten zusammenarbeiten. In: Fischer, Ernst (Hrsg.). *Literarische Agenturen – die heimlichen Herrscher im Literaturbetrieb?* Wiesbaden: Harrassowitz Verlag. 17–31.

Neudorf, Achim (1999): *Preisbindung und Wettbewerb auf dem deutschen Buchmarkt: eine Analyse der Wettbewerbssituation unter Berücksichtigung der besonderen Merkmale des Buchmarkts und ihres Einflusses auf Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnis*. Köln: VUB-Verlag.

Neuhaus, Stefan (2004): *Literaturkritik*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Neuhaus, Stefan (2009): *Literaturvermittlung*. Stuttgart: UVK-Verlag.

Niemeier, Sabine (2001): *Funktionen der Frankfurter Buchmesse im Wandel – Von Anfängen bis heute*. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag.

Niemi, Juhani (1991): *Kirjallisuus instituutiona: johdatus sosiologiseen kirjallisuudentutkimukseen*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura, 1991. (Tietolipas, 122)

Niemi, Juhani (2000): *Kirjallinen elämä. Kirjallisuuden yhteiskuntasuhteiden kartoitusta*. Vammala: Vammalan kirjapaino oy. (Tietolipas, 168.)

Nohl, Arnd-Michael (2006): *Interview und dokumentarische Methode. Anleitungen für die Forschungspraxis*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Nünning, Ansgar (Hrsg.) (2004): *Grundbegriffe der Literaturtheorie*. Sammlung Metzler. Stuttgart: Poeschel.

OKM (2009a): *Suomen kulttuuri eurooppalaisessa vertailussa*. Helsinki: Opetusministeriö. (Opetusministeriön politiikka-analyseja 2009:5)

OKM (2009b): *Kulttuuripolitiikan strategia 2020*. Vantaa: Nykypaino Oy. (Opetusministeriön julkaisuja 2009:12)

Parry, Christoph (1998): Aneignung des Fremden. In: Krumm, Hans-Jürgen/Portmann-Tselikas, Paul R. (Hrsg.). *Schwerpunkt: Deutsch zwischen den Kulturen*. Innsbruck: Studien Verlag. 88–102.

Parry, Christoph (2000): Das eigene Fremde. Die Beanspruchung fremder Kultur durch ihre Vermittler als Problem der internationalen Rezeptionsforschung. In: Müssener, Helmut/Kirsch, Frank-Michael (Hrsg.). *Nachbarn im Ostseeraum unter sich. Vorurteile, Klischees und Stereotypen in Texten*. Stockholm: Almqvist & Wiksell Intl. 12–20.

Parry, Christoph (2001): Probleme literarischer Rezeption im interkulturellen Kontext. In: DAAD (Hrsg.). *Germanistentreffen Deutschland – Dänemark – Finnland – Island – Norwegen – Schweden. 9.–13.10.2000*. Dokumentation der Tagungsbeiträge. Scheßlitz: Rosch Buch. 83–92.

Parry, Christoph (2011): Deutsch-finnische Literaturbeziehungen gestern und heute. In: Hecker-Stampehl, Jan (Hrsg.). *1809 und die Folgen. Finnland zwischen Schweden, Russland und Deutschland*. Berlin: BWV, 287–300.

Parry, Christoph (2016): *Good Readings? Nationaler Kanon vs. Literarische Weltrepublik*. [Online]. Abrufbar unter: [http://www.kas.de/upload/themen/deutschesprache/Vortrag\\_Christoph\\_Parry.pdf](http://www.kas.de/upload/themen/deutschesprache/Vortrag_Christoph_Parry.pdf) [Zugriff: 1.12.2016].

Paulmann, Johannes (1998): Interkultureller Transfer zwischen Deutschland und Großbritannien: Einführung in ein Forschungskonzept.

In: Muhs, Rudolf et al. (Hrsg.). *Aneignung und Abwehr. Interkultureller Transfer zwischen Deutschland und Großbritannien in 19. Jahrhundert*. Bodenheim: Philo Verlagsgesellschaft. 21–43.

Pirhofer, Anna (2015): Lesen 2.0 und seine Folgen. In: Kaufmann, Vincent (Hrsg.). *Vermarktungsstrategien für das Buch im multimedialen Raum: eine interdisziplinäre Untersuchung*. Wiesbaden: Harrasowitz Verlag.

Plachta, Bodo (2008): *Literaturbetrieb*. Paderborn: Wilhelm Fink.

Reuter, Ewald (2016): Finnland.Cool – Kann man durch Literaturexport erfolgreich ‚Nation Branding‘ betreiben? In: Tarvas, Mari/Marten, Heiko F./Johanning-Radzienė, Antje (Hrsg.) (2016): *TRIANGULUM Germanistisches Jahrbuch 2015 für Estland, Lettland und Litauen. Beiträge des 10. Nordisch-Baltischen Germanistiktreffens*. Bonn: Vilnius Academy of Fine Arts Press. 583–592.

Richter, Steffen (2011): *Der Literaturbetrieb. Texte – Märkte – Medien*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Röhring, Hans-Helmut (2011): *Wie ein Buch entsteht. Einführung in den modernen Buchverlag*. 9. aktualisierte Auflage. Darmstadt: Primus Verlag.

Rothe, Christine (2001): *Kultursponsoring und Image-Konstruktion. Interdisziplinäre Analyse der rezeptionsspezifischen Faktoren des Kultursponsoring und Entwicklung eines kommunikationswissenschaftlichen Image-Approaches*. Bochum: Ruhr-Universität.

Rütten, Marion (1999): Die Länderschwerpunkte ab 1988: Fallbeispiele Italien und Frankreich. In: Füssel, Stefan (Hrsg.). *50 Jahre Frankfurter Buchmesse: 1949-1999*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. 139–149

Sabri, Heike (1999): Knef und die Folgen: Bestsellermarketing in den siebziger Jahren. In: Füssel, Stefan (Hrsg.). *50 Jahre Frankfurter Buchmesse: 1949-1999*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. 120–129.

Schenk, Michael (2002): *Medienwirkungsforschung*. Tübingen: J.C.B. Mohr.

Schmidt-Dengler, Wendelin (1999): Literaturwissenschaft und Literaturkritik. In: Schmidt-Dengler, Wendelin/Streitler, Nicole Katja (Hrsg.). *Literaturkritik. Theorie und Praxis*. Innsbruck/Wien: Studien Verlag. 11–25

Schneider, Ute (1999): Literarische und politische Gegenöffentlichkeit. Die Frankfurter Buchmesse in den Jahren 1967 bis 1969. In: Füssel, Stefan (Hrsg.). *50 Jahre Frankfurter Buchmesse: 1949–1999*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. 89–114.

Schössler, Franziska (2006): *Literaturwissenschaft als Kulturwissenschaft: eine Einführung*. Tübingen: A. Francke Verlag.

Schrey-Vasara, Gabriele (2014): „Finnische Kulturpropaganda“. Die Arbeit des Fonds zur Förderung der finnischen Literatur. In: Laukkanen, Liisa/ Parry, Christoph (Hrsg.). *Austausch und Anregung*. München: Iudicium.

Schütz, Erhard (Hrsg.) (2010): *Das BuchMarktBuch: Der Literaturbetrieb in Grundbegriffen*. 2., durchgesehene Auflage. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Siikala, Kalervo (1976): *Suomen kansainvälist kulttuurisuhteet*. Helsinki: Yhteiskirjapaino Oy.

Sill, Oliver (2001): *Literatur in der funktional differenzierten Gesellschaft. Systemtheoretische Perspektiven auf ein komplexes Phänomen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Slembeck, Edith (1998): Grundfragen der interkulturellen Kommunikation. In: Jonach, Ingrid et al. (Hrsg.). *Interkulturelle Kommunikation*. München: Ernst Reinhardt. 27–36.

Sommeregger, Jana (2008): Kulturaustausch. Die Ehrengast-Tradition der Frankfurter Buchmesse. *Büchereiperspektiven* 3/2008. 8–9.

Sorvisto, Salla (2006): *Alte und neue Stereotype. Zum Finnland-Bild in der deutschen Presse der Jahrtausendwende*. Lizientienarbeit an der Universität Vaasa. Vaasa: Universität Vaasa.

Stegert, Gernot (1998): *Feuilleton für alle. Strategien im Kulturjournalismus der Presse*. Tübingen: Niemeyer.

Storgård, Johan et al. (2011): *Kulttuurivienti näkyy, uudistaa ja vaikuttaa. Suomen kulttuuriviennin kehittämisohjelman 2007-2011 loppuraportti*. (Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisu 2011:20)

Tuomi-Nikula, Petri (Hrsg.) (2007): *Onko kulttuurilla vientiä? ON!*. Esitys Suomen kulttuuriviennin kehittämisohjelmaksi 2007–2011. (Opetusministeriön julkaisu 2007:9)

Turunen, Risto (2009): Kirjatuotanto ja kulttuurinen muutos. In: Grahn, Maarit/Häyrynen, Maunu (Hrsg.). *Kulttuurituotanto: kehukset, käytäntö ja prosessit*. Tietolipas. Helsinki: SKS.

Uhlig, Christian (2008): *Der Sortimentsbuchhandel. Ein Lehrbuch*. Stuttgart: Dr. Ernst Hauswedell & Co.

Valaskivi, Katja (2013): A brand new future? Cool Japan and the social imaginary of the branded nation. *Japan Forum* 25: 4, 485–504.

Villacís, Ilmi (Hrsg.) (2010): *Näin suomalaista kulttuuria viedään. Kulttuurivientiraportti 2009.* (Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2010:10)

Vogel, Anke (2011): *Der Buchmarkt als Kommunikationsraum. Eine kritische Analyse aus medienwissenschaftlicher Perspektive.* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Voss, Tobias (2010): Buchmesse. In: Erhard Schütz (Hrsg.). *Das BuchMarktBuch.* 2., durchgesehene Auflage. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. 85–88.

Weidhaas, Peter (2003): *Zur Geschichte der Frankfurter Buchmesse.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Weiss, Martin (1998): *Studienreisen nach Marokko. Angebote, Teilnehmerkreis, Reisemotive, Images.* Passau: L.I.S. Verlag

Weuthen, Ingeborg Gabriele (1984): *Die Messepolitik der Verlagsbuchhändler der Bundesrepublik Deutschland auf der internationalen Frankfurter Buchmesse.* Wiesbaden: Harrassowitz Verlag.

Wolf, Norbert Christian (2010): Literarisches Feld. In: Erhard Schütz (Hrsg.). *Das BuchMarktBuch.* 2., durchgesehene Auflage. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. 210–213.

Zentes, Joachim/Effen, Ingrid (1995): *Perspektiven für den Buchmarkt. Optionen der Positionierung und Kooperation.* Düsseldorf: ECON Verlag.

Zima, Peter V. (2011): *Komparatistik. Einführung in die vergleichende Literaturwissenschaft.* 2. überarbeitete und ergänzte Auflage. Tübingen: A. Francke Verlag.

## Sonstige Quellen

Amnesty International (2004): *Frankfurter Buchmesse – Gastland: Arabische Welt.* Abrufbar unter: <http://www.amnesty.de/umleitung/2004/deu01/076> [Zugriff: 18.12.2016]

Antas, Maria/Strandén, Tiia (2013): *Kuinka Suomen kirjallisuusohjelma vuodeksi 2014 saksankieliseen Eurooppaan rakennetaan?.* Abrufbar unter: <http://www.finlit.fi/fili/frankfurt2014/2013/11/kuinka-suomen-kirjallisuusohjelma-saksankieliseen-eurooppaan-rakennetaan/> [Zugriff: 28.12.2016]

Aydemir, Fatma (2013): Nur ein exotischer Rhythmus. *TAZ* [Online] 14.10.2013. Abrufbar unter: <http://www.taz.de/!5057224/> [Zugriff: 18.12.2016]

Backman, Sofie (2015b): *Der Deutsch-finnische Kultur- und Wissenschaftsaustausch am Beispiel des Satellitenprogramms COOL2014*. Abrufbar unter: [https://prezi.com/wk9v-cfyce\\_r/der-deutsch-finnische-kultur-und-wissenschaftsaustausch-am-beispiel-des-satellitenprogramms-cool2014/](https://prezi.com/wk9v-cfyce_r/der-deutsch-finnische-kultur-und-wissenschaftsaustausch-am-beispiel-des-satellitenprogramms-cool2014/) [Zugriff: 28.12.2016]

Bild (2012): Agentenzentrum auf Frankfurter Buchmesse wächst. *Bild* [Online] 5.9.2012. Abrufbar unter: <http://www.bild.de/regional/frankfurt/agentenzentrum-auf-frankfurter-buchmesse-26049108.bild.html> [Zugriff: 28.12.2016]

Börsenblatt (2007): „Wir haben es eigentlich gar nicht nötig hier zusammenzukommen“. *Börsenblatt* [Online] 9.10.2007. Abrufbar unter: <http://www.boersenblatt.net/168957/> [Zugriff: 23.5.2015]

Börsenblatt (2011): „Ein großes Fenster wurde aufgestoßen“. *Börsenblatt* [Online] 15.10.2011. Abrufbar unter: <http://www.boersenblatt.net/459502/> [Zugriff 15.10.2012]

Börsenblatt (2014): „Finnland.Cool“ übertrifft alle Erwartungen. *Börsenblatt* [Online] 12.10.2014. Abrufbar unter: [https://www.boersenblatt.net/artikel-ehrengast\\_der\\_frankfurter\\_buchmesse\\_2014.819419.html](https://www.boersenblatt.net/artikel-ehrengast_der_frankfurter_buchmesse_2014.819419.html) [Zugriff 28.12.2016]

Börsenverein (2012): *Buch und Buchhandel in Zahlen 2011*. Frankfurt am Main: MVB Marketing- u. Verlagsservice des Buchhandels, Börsenverein, Buchhändler-Vereinigung.

Börsenverein (2014): *Herkunftssprachen der Übersetzungen (Erstauflagen) ins Deutsche 2013*. Abrufbar unter: [http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Abb.%2024\\_BuBiZ\\_2014.pdf](http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Abb.%2024_BuBiZ_2014.pdf) [Zugriff: 17.10.2014]

Börsenverein (2015): *Buch und Buchhandel in Zahlen 2014*. Abrufbar unter: [http://www.buchmesse.de/images/fbm/dokumente-ua-pdfs/2014/buchmarkt\\_deutschland\\_buch\\_und\\_buchhandel\\_in\\_zahlen\\_2014\\_deutsch.pdf\\_45274.pdf](http://www.buchmesse.de/images/fbm/dokumente-ua-pdfs/2014/buchmarkt_deutschland_buch_und_buchhandel_in_zahlen_2014_deutsch.pdf_45274.pdf) [Zugriff: 12.10.2015].

Börsenverein (2016): *Buch und Buchhandel in Zahlen 2015*. Frankfurt am Main: MVB Marketing- u. Verlagsservice des Buchhandels, Börsenverein, Buchhändler-Vereinigung.

BR (2014): Neues vom Buchmarkt –Krimis aus Finnland. *Bayerischer Rundfunk*. Abrufbar unter: <http://www.br.de/nachrichten/buchmarkt-krimis-finnland100.html> [Zugriff: 17.10.2014]

Brändityöryhmä (2010): *Tehtävä Suomelle! Maabrändivaltuuskunnan loppuraportti 25.10.2010*. Abrufbar unter: <https://toolbox.finland.fi/wp-content/uploads/sites/16/Maabrandiraportti.pdf> [Zugriff: 28.2.2015].

Buchmarkt (2011): Halldór Guðmundsson über das „Sagenhafte Island“ – Gastland der diesjährigen Frankfurter Buchmesse. *Buch Markt* 20.3.2011. Abrufbar unter: <http://www.buchmarkt.de/menschen/gespraeche/das-sonntagsgespraech/halldor-gudmundsson-uber-das-sagenhafte-island-gastland-der-diesjahrigen-frankfurter-buchmesse-2/> [Zugriff: 18.12.2016]

Buchmesse.de (2012): *Gestern, heute, morgen: Die Frankfurter Buchmesse im 21. Jahrhundert*. Abrufbar unter: <http://www.buchmesse.de/staticpages/jubilaeum/de/jubilaeum/historie/00713/index.html> [Zugriff: 23.5.2015]

Buchreport (2009): Finnland Ehrengast der Frankfurter Buchmesse 2014. *Buchreport* 17.9.2009. Abrufbar unter: <https://www.buchreport.de/2009/06/17/finnland-ehrengast-der-frankfurter-buchmesse-2014/> [Zugriff: 28.12.2016]

Die Welt (2009): Buchmesse – Ehrengast China zensiert Autoren. *Die Welt* [Online] 27.9.2009. Abrufbar unter: <https://www.welt.de/debatte/kommentare/article6075402/Buchmesse-Ehrengast-China-zensiert-Autoren.html> [Zugriff: 18.12.2016]

Die Welt (2012): Land unter beim Buchmessen-Ehrengast Neuseeland. *Die Welt* [Online] 9.10.2012. Abrufbar unter: [https://www.welt.de/newsticker/dpa\\_nt/infoline\\_nt/boulevard\\_nt/article109719542/Land-unter-beim-Buchmessen-Ehrengast-Neuseeland.html](https://www.welt.de/newsticker/dpa_nt/infoline_nt/boulevard_nt/article109719542/Land-unter-beim-Buchmessen-Ehrengast-Neuseeland.html) [Zugriff: 18.12.2016]

Dotzauer, Gregor (2011): Neuseeland wird Ehrengast 2012. *Der Tagesspiegel* [Online] 13.10.2011. Abrufbar unter: <http://www.tagesspiegel.de/kultur/buchmesse-neuseeland-wird-ehrengast-2012/4751724.html> [Zugriff: 18.12.2016]

Dtv (2014): *Mikko Rimminen: Der Tag der roten Nase*. Abrufbar unter: <https://www.dtv.de/buch/mikko-rimminen-der-tag-der-roten-nase-14349/> [Zugriff: 28.12.2016].

DUW (2015) = *Deutsches Universalwörterbuch*. 8., überarbeitete und erweiterte Auflage. Mannheim u. a.: Dudenverlag.

DUW (2016) = *Deutsches Universalwörterbuch*. [Online]. Abrufbar unter: [http://www.duden.de/rechtschreibung/L\\_art\\_pour\\_l\\_art](http://www.duden.de/rechtschreibung/L_art_pour_l_art) [Zugriff: 20.12. 2016]

Facts&Figures (2010): *Die Frankfurter Buchmesse 2010 in Zahlen*. Frankfurt am Main: Die Frankfurter Buchmesse.

Facts&Figures (2011): *Die Frankfurter Buchmesse 2011 in Zahlen*. Abrufbar unter: [http://buchmesse.de/pdf/facts\\_\\_\\_figures\\_2011\\_deutsch\\_de.pdf](http://buchmesse.de/pdf/facts___figures_2011_deutsch_de.pdf) [Zugriff: 18.12.2016]

Facts&Figures (2012): *The Frankfurt Book Fair 2012 in numbers*.  
 Abrufbar unter: [http://buchmesse.de/images/fbm/dokumente-ua-pdfs/factsandfigures2012en\\_36637.pdf](http://buchmesse.de/images/fbm/dokumente-ua-pdfs/factsandfigures2012en_36637.pdf) [Zugriff: 18.12.2016]

Facts&Figures (2013): *Die Frankfurter Buchmesse 2013 in Zahlen*.  
 Abrufbar unter: [http://www.buchmesse.de/images/fbm/dokumente-ua-pdfs/2014/facts\\_and\\_figures\\_2013\\_de\\_43802.pdf](http://www.buchmesse.de/images/fbm/dokumente-ua-pdfs/2014/facts_and_figures_2013_de_43802.pdf) [Zugriff: 17.9.2015]

Facts&Figures (2014): *Die Frankfurter Buchmesse 2014 in Zahlen*.  
 Abrufbar unter: [http://buchmesse.de/images/fbm/dokumente-ua-pdfs/2015/factsfiguresdeutsch2015\\_51495.pdf](http://buchmesse.de/images/fbm/dokumente-ua-pdfs/2015/factsfiguresdeutsch2015_51495.pdf) [Zugriff: 17.9.2015]

FAZ (2004): Arabische Welten. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*  
 26.06.2004:146, 35.

FBM (2016a): *Eine Messe für Alle: dynamisch, international, relevant*.  
 Abrufbar unter: <http://www.buchmesse.de/de/fbm/NeuesMessekonzept/>  
 [Zugriff: 18.12.2016].

FBM (2016b): *Die Frankfurter Buchmesse: Unternehmensprofil*.  
 Abrufbar unter: <http://www.buchmesse.de/de/unternehmen/> [Zugriff:  
 15.12.2016]

FBM (2016c): *Internationales Bibliothekszentrum*. Abrufbar unter:  
[http://www.buchmesse.de/de/fbm/anmeldung/tischanmeldung/internationales\\_bibliotheks\\_zentrum/index.html](http://www.buchmesse.de/de/fbm/anmeldung/tischanmeldung/internationales_bibliotheks_zentrum/index.html) [Zugriff: 15.12.2016]

FBM (2016d): *Ehrengast*. Abrufbar unter:  
<http://www.buchmesse.de/de/ehrengast/> [Zugriff: 18.12.2016].

FILI (2007): *Kirjallisuusviennin strategia*. Helsinki: FILI.

FILI (2012b): *Kääntäjän sana -konferenssi*. Abrufbar unter:  
<http://www.finlit.fi/fili/frankfurt2014/tag/kaantajan-sana-konferenssi/>  
 [Zugriff 28.12.2016]

FILI (2014a): *Kirjallisuusviennin kasvu jatkuu*. Abrufbar unter:  
<http://www.finlit.fi/fili/kirjallisuusviennin-kasvu-jatkuu/>. [Zugriff:  
 28.12.2016]

FILI (2014b): *Finnland.Pressebereich*. Abrufbar unter: [http://finnlandcool.fi/?page\\_id=49&lang=de](http://finnlandcool.fi/?page_id=49&lang=de). [Zugriff: 28.12.2016]

FILI (2014c): *40 suomalaiskirjailijaa vahvistunut esiintymään Frankfurtin*. Abrufbar unter: <http://www.finlit.fi/fili/40-suomalaiskirjailijaa-vahvistunut-esiintymaan-frankfurtin-kirjamesuilla/> [Zugriff:  
 28.12.2016]

FILI (2014d): *Finnland.Autoren*. Abrufbar unter: [http://finnlandcool.fi/?post\\_type=cool-author&lang=de](http://finnlandcool.fi/?post_type=cool-author&lang=de). [Zugriff: 28.12.2016]

FILI (2016): *Kirjallisuusviennin tilastoja*. Abrufbar unter: <http://www.finlit.fi/fili/kirjallisuusvienti/tilastoja-ja-selvityksia/> [Zugriff: 28.12.2016].

Finnland.Cool. (2014a): *Finnland.Cool*. Abrufbar unter: [http://finnlandcool.fi/?page\\_id=46&lang=de](http://finnlandcool.fi/?page_id=46&lang=de). [Zugriff 28.12.2016]

Finnland.Cool (2014b): *Finnland.Programm*. Abrufbar unter: [http://finnlandcool.fi/?page\\_id=50&lang=de](http://finnlandcool.fi/?page_id=50&lang=de). [Zugriff 28.12.2016]

Finnland.Cool. (2014c): *Finnland. Tuomas Kyrö*. Abrufbar unter: <http://finnlandcool.fi/?cool-author=tuomas-kyro-2&lang=de> [Zugriff 20.1.2017]

Finnland.de (2013): *Cool. Cooler. Finnland!* Abrufbar unter: <http://www.finnland.de/public/default.aspx?contentid=289120&contentlan=33&culture=de-DE>. [Zugriff: 28.2.2015]

Frankfurter Buchmesse (2012a): *Literary Agents and Scouts Centre*. Abrufbar unter: [http://www.buchmesse.de/en/fbf/registration/table\\_registration/literary\\_agents\\_and\\_scouts\\_centre/](http://www.buchmesse.de/en/fbf/registration/table_registration/literary_agents_and_scouts_centre/) [Zugriff: 6.11.2012].

F-I (2014): *Finnische Literatur auf der Leipziger Buchmesse*. Abrufbar unter: <http://finnland-institut.de/programm/literatur/nordische-literatur-auf-der-leipziger-buchmesse-2/> [Zugriff: 28.2.2015].

F-I (2015): *Finnland-Institut*. Abrufbar unter: <http://finnland-institut.de/wir-uber-uns/> [Zugriff: 28.2.2015]

Gehrmann, Alva (2011a): *Willkommen im Wohnzimmer Island*. Blog der Frankfurter Buchmesse 2011.

Gehrmann, Alva (2011b): Insel der Bücherfreunde. *Zeit Online* 12.10.2011. Abrufbar unter: <http://www.zeit.de/kultur/literatur/2011-10/island-literaturbetrieb> [Zugriff: 18.12.2016]

Gehrmann, Alva (2011c): Drei deutsche Sagas. *Der Tagesspiegel*. [Online] 9.10.2011. Abrufbar unter: <http://www.tagesspiegel.de/zeitung/die-geschichte-drei-deutsche-sagas/4704450.html> [Zugriff: 26.12.2016]

Gessen, Masha (2015): Why the Finns Were Lucky! *The New York Review of Books* 4.6.2015. Abrufbar unter: <http://www.nybooks.com/articles/2015/06/04/why-finns-were-lucky/> [Zugriff: 28.12.2016]

Haeming, Anna (2011a): Die volle Ladung Heimat. *Spiegel Online* 14.10.2011. Abrufbar unter: <http://www.spiegel.de/kultur/literatur/>

junge-island-romane-die-volle-ladung-heimat-a-791606.html [Zugriff: 20.12.2016]

Haeming, Anna (2011b): Wo Wetter und Mordlust toben. *Spiegel Online* 13.10.2011. Abrufbar unter: <http://www.spiegel.de/kultur/literatur/krimis-aus-island-wo-wetter-und-mordlust-toben-a-791361.html> [Zugriff: 20.12.2016]

Hietanen, Mervi (2014): *Monilukutaitoa kirjastosta. Lukemisen taidot ja tasot – ymmärtäväksi lukijaksi kirjaston avulla.* Abrufbar unter: <http://www.kirjastot.fi/sites/default/files/ancmt/Monilukutaitoa%20kirjastosta.pdf> [Zugriff: 5.3.2017]

Hoch, Francis (2014): Four Questions for...Finnish Agent Elina Ahlback. *Publishers Weekly* 27.10.2014. Abrufbar unter: <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/64508-four-questions-for-finnish-agent-elina-ahlback.html> [Zugriff: 28.12.2016]

Jacobsen, Dietmar (2013): Finnische Krimi-Autoren machen Schweden Konkurrenz. *Thüringische Landeszeitung* [Online] 26.1.2013. Abrufbar unter: <http://www.tlz.de/web/zgt/kultur/detail/-/specific/Finnische-Krimi-Autoren-machen-Schweden-Konkurrenz-652149647> [Zugriff: 15.2.2014]

Jones, Lloyd (2012): Im entlegensten Winkel der Welt. *Die Welt* [Online] 29.9.2012. Abrufbar unter: [https://www.welt.de/print/die\\_welt/literatur/article109536422/Im-entlegensten-Winkel-der-Welt.html](https://www.welt.de/print/die_welt/literatur/article109536422/Im-entlegensten-Winkel-der-Welt.html) [Zugriff: 6.12.2016]

Jugendliteratur (2011): *Tatu und Patu und ihre verrückten Maschinen.* Abrufbar unter: [http://www.djlp.jugendliteratur.org/2011/bilderbuch-1/artikel-tatu\\_und\\_patu\\_und\\_ihre\\_ve-121.html](http://www.djlp.jugendliteratur.org/2011/bilderbuch-1/artikel-tatu_und_patu_und_ihre_ve-121.html) [Zugriff: 28.12.2016]

Knapp, Margit (2007): Der Gast ist König. *Spiegel Online* 25.9.2007. Abrufbar unter: <http://www.spiegel.de/spiegel/spiegelspecial/d-53086216.html>. Der [Zugriff: 30.12.2016]

Kulttuurirahasto (2013): *Suomalaisten näkemykset kulttuurista.* Abrufbar unter: [https://skr.fi/sites/default/files/tiedostot/Suomalaisten\\_n%C3%A4kemykset\\_kulttuurista\\_2013.pdf](https://skr.fi/sites/default/files/tiedostot/Suomalaisten_n%C3%A4kemykset_kulttuurista_2013.pdf) [Zugriff: 26.5.2016]

Kustannusyhdistys (2011): *Suomen kustannusyhdistys ry.* Abrufbar unter: <http://www.kustantajat.fi/yhdistys/> [Zugriff: 3.6.2013]

Kustannusyhdistys (2016): *Julkaistut uutuuudet.* Abrufbar unter: <http://tilastointi.kustantajat.fi/PublicReporting/Yearly.aspx?reportName=FirstEditionsInPrint.txt&language=FIN> [Zugriff: 6.10.2016]

Lichterbeck, Philipp (2013): Angst vor Schwarzen, Armen und Favelas. *Der Tagesspiegel* [Online] 7.10.2013. Abrufbar unter: <http://www.tagesspiegel.de/kultur/frankfurter-buchmesse-streit-unter-brasiliens-autoren-angst-vor-schwarzen-armen-und-favelas/8893298.html> [Zugriff: 6.12.2016].

Literaturhaus München (2010): *Kaksinkertainen/Dubbelt/Doppelt*. Abrufbar unter: <http://www.literaturhaus-muenchen.de/reihe/items/163.html> [Zugriff: 27.12.2016].

London Book Fair (2016): *Who Attends?* Abrufbar unter: <https://www.londonbookfair.co.uk/visiting/thinking-of-visiting/who-attends/> [Zugriff: 25.2.2017].

Lukukeskus (2017): *Myytti lukukansasta?* Abrufbar unter: <http://www.lukukeskus.fi/myytti-lukukansasta/> [Zugriff: 5.3.2017].

Mangold, Ijoma (2011): Wenn die Aktienkurse in den Keller rauschen, steigt der Wert der Literatur. *Zeit Online* 6.10.2011. Abrufbar unter: <http://www.zeit.de/2011/41/Island-Essay> [Zugriff: 18.12.2016].

Martiny, Eric (2015): The Winter War by Philip Teir. *World Literature today* [Online] 5/2015. Abrufbar unter: <http://www.worldliteraturetoday.org/2015/may/winter-war-philip-teir> [Zugriff: 28.12.2016].

Meinert, Julia (2012): Alle so schön wild hier. *Die Welt* [Online] 11.10.2012. Abrufbar unter: [https://www.welt.de/print/die\\_welt/kultur/article109757243/Alle-so-schoen-wild-hier.html](https://www.welt.de/print/die_welt/kultur/article109757243/Alle-so-schoen-wild-hier.html) [Zugriff: 28.12.2016].

MIBF (2016): *MIBF Key Figures*. Abrufbar unter: <http://mibf.info/english> [Zugriff: 25.2.2017].

M&M (2009): Suomi sai kirja-agentin. *Markkinointi&Mainonta* [Online] 6.3.2009. Abrufbar unter: <http://www.marmai.fi/uutiset/suomi+sai+kirjaagentin/a2105377>. [Zugriff: 3.6.2014].

Newsletter (6/2014): *FINNLAND.COOL. press conference in Frankfurt, 25 June*. Abrufbar unter: <http://mailer.gruppo.fi/t/ViewEmailArchive/r/B308D4AB90877A5D2540EF23F30FEDED/C67FD2F38AC4859C/> [Zugriff: 18.12.2016]

Newsletter (11/2014): *FILI Newsletter. November 2014*. Abrufbar unter: <http://www.finlit.fi/fili/en/filin-marraskuun-uutiskirje-2/> [Zugriff: 18.12.2016]

OKM (2010): *Valtio osallistuu Frankfurтин kirjamesujen teemamaa 2014 -hankkeen toteutukseen ja rahoitukseen*. Abrufbar unter: <http://minedu>.

fi/OPM/Tiedotteet/2010/06/kirjamessut.html?lang=fi [Zugriff: 28.12.2016].

Petäjä, Jukka (2015): Sofi Oksanen ja Philip Teir ovat näyttävästi esillä kirja-alan kansainvälisissä ykköslehdissä. *HS* [Online] 15.6.2015. Abrufbar unter: <http://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002832026.html> [Zugriff: 28.12.2016].

Rechenbach, Peter (2016): „*Es liegen Schätze am Strand*” - Oder: Wie organisiert man einen Gastlandauftritt? Abrufbar unter: <https://www.mairisch.de/2016/02/16/es-liegen-sch%C3%A4tze-am-strand-oder-wie-organisiert-man-einen-gastlandauftritt/> [Zugriff: 28.12.2016].

Scholz, Martin (2013): „Warum ich nicht zur Frankfurter Buchmesse fahre“. *Die Welt* [Online] 6.10.2013. Abrufbar unter: <https://www.welt.de/kultur/literarischewelt/article120667025/Warum-ich-nicht-zur-Frankfurter-Buchmesse-fahre.html> [Zugriff: 6.12.2016].

Schubert, Franziska (2011): Tod aus der Kälte. *Frankfurter Rundschau* [Online] 5.10.2011. Abrufbar unter: <http://www.fr-online.de/frankfurter-buchmesse/ehrengast-island-auf-der-buchmesse-tod-aus-der-kaelte,4687284,10966240.html> [Zugriff: 18.12.2016]

Siemons, Mark (2009): Wir wussten, was kommt, und können viel erdulden. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [Online] 19.10.2009. Abrufbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buchmesse-2009/china/buchmesse-gastland-china-wir-wussten-was-kommt-und-koennen-viel-erdulden-1865623.html> [Zugriff: 18.12.2016].

Silvonen, Janne (2014): *Suomalaisen kirjallisuusviennin markkina-arvo vuonna 2013*. Abrufbar unter: [http://www.finlit.fi/fili/hallinta/wp-content/uploads/2015/12/Kirjallisuusviennin-arvo\\_2013-raportti.pdf](http://www.finlit.fi/fili/hallinta/wp-content/uploads/2015/12/Kirjallisuusviennin-arvo_2013-raportti.pdf) [Zugriff: 1.11.2015]

Silvonen, Janne (2015): *Suomalaisen kirjallisuusviennin markkina-arvo vuonna 2014*. Abrufbar unter: <http://www.finlit.fi/fili/hallinta/wp-content/uploads/2015/09/Kirjallisuusviennin-arvo-2014.pdf> [Zugriff: 1.11.2015]

Silvonen, Janne (2016): *Suomalaisen kirjallisuusviennin markkina-arvo loppuraportti 2011–2015*. Abrufbar unter: [http://www.finlit.fi/fili/hallinta/wp-content/uploads/2016/10/Kirjallisuusviennin-arvo\\_loppuraportti\\_FINAL.pdf](http://www.finlit.fi/fili/hallinta/wp-content/uploads/2016/10/Kirjallisuusviennin-arvo_loppuraportti_FINAL.pdf)

SKS (2016): *Suomen kirjallisuuden käännökset – Datenbank*. Abrufbar unter: <http://dbgw.finlit.fi/kaannokset/> [Zugriff: 30.12.2016]

Spiegel Online (2004): Israelkritische Bücher dürfen bleiben. *Spiegel Online* 8.10.2004. <http://www.spiegel.de/kultur/literatur/buchmesse->

israelkritische-buecher-duerfen-bleiben-a-322153.html [Zugriff: 18.12.2016]

Spiegel Online (2008): Island wird Ehrengast, Finnland aus dem Rennen. *Spiegel Online* 5.3.2008. Abrufbar unter: <http://www.spiegel.de/kultur/literatur/frankfurter-buchmesse-island-wird-ehrengast-finnland-aus-dem-rennen-a-539629.html> [Zugriff: 11.12.2016]

Statista (2012): *Herkunftssprachen der Übersetzungen für den deutschen Buchmarkt im Jahr 2009*. Abrufbar unter: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/39166/umfrage/verlagswesen-buchtitelproduktion-in-deutschland/> [Zugriff: 6.11.2012].

Statista (2014): *Herkunftssprachen der Übersetzungen für den deutschen Buchmarkt im Jahr 2013*. Abrufbar unter: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/194342/umfrage/buchmarkt-hoerbuch-umsatz-nach-warengruppen/> [Zugriff: 28.2.2015].

Statista (2015): *Herkunftssprachen der Übersetzungen für den deutschen Buchmarkt im Jahr 2014*. Abrufbar unter: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/194342/umfrage/buchmarkt-hoerbuch-umsatz-nach-warengruppen/> [Zugriff: 18.12.2016].

Statista (2016): *Herkunftssprachen der Übersetzungen für den deutschen Buchmarkt im Jahr 2015*. Abrufbar unter: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/194342/umfrage/buchmarkt-hoerbuch-umsatz-nach-warengruppen/> [Zugriff: 7.8.2016].

Statistics Finland (2011): *Kulttuuritilasto*. Helsinki: Tilastokeskuksen julkaisu.

Statistics Finland (2013): *Kulttuuritilasto*. Helsinki: Tilastokeskuksen julkaisu.

Statistics Finland (2015): *Kulttuuritilaston taulukkopalvelu*. Abrufbar unter: [http://pxweb2.stat.fi/sahkoiset\\_julkaisut/kulttuuritilasto/html/suom0000.htm](http://pxweb2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/kulttuuritilasto/html/suom0000.htm) [Zugriff: 10.12.2016].

Steinfeld, Thomas (2010): Die Kritiker der Elche. *Süddeutsche Zeitung* 11.5.2010 [Online] 11.5.2010. Abrufbar unter: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/finnland-und-die-buchmesse-die-kritiker-der-elche-1.277043> [Zugriff: 18.12.2016].

Strandén, Tia (2015): *Finnish Literature Export – Before and After Finland. Cool*. Unveröffentlichter Vortrag, Finnisches DAAD Alumnitreffen, 8.5.2015.

Sundermeier, Jörg (2011): Die Gäste von der Bücherinsel. *TAZ* 8.10.2011, 19.

Team Finnlad (2017): Team Finland. Abrufbar unter: <http://team.finland.fi/en/frontpage> [Zugriff: 5.3.2017]

Teos (2014): *Mikko Rimminen: Nenäpäivä*. Abrufbar unter: <http://www.teos.fi/assets/images/kirjat/nenäpäivä%20kansi.jpg> [Zugriff: 28.12.2016]

tso/dpa (2007): Katalanische Kultur mit 130 Autoren. *Zeit Online* 20.6.2007. Abrufbar unter: <http://www.zeit.de/online/2007/25/L-Buchmesse-Katalonien> [Zugriff: 6.12.2016]

Warsaw Book Fair (2016): *Messen Info*. Abrufbar unter: <http://www.messeninfo.de/WBF-Warsaw-Book-Fair-M2723/Warschau.html> [Zugriff: 25.2.2017]

WBCO (2014): *Finnland.Cool. Media Coverage Final Report*. Frankfurt: WBCO.

Westö, Kjell (2013): *Eine Autorenlesung in Deutschland ist oft anders als eine in Finnland oder Schweden*. Abrufbar unter: <http://finnland-institut.de/cool/blog/eine-autorenlesung-in-deutschland-ist-oft-anders-als-eine-in-finnland-oder-schweden/> [Zugriff: 25.4.2014]

Wittstock, Uwe (2008): Finnland wird kein Ehrengast – wegen Nokia? *Die Welt* [Online] 6.3.2008. Abrufbar unter: <https://www.welt.de/kultur/article1763884/Finnland-wird-kein-Ehrengast-wegen-Nokia.html> [Zugriff: 18.12.2016]

Ye, Sun (2014): Book fair establishes record as exports rise. *China Daily* 2.9.2014. Abrufbar unter: [http://www.chinadaily.com.cn/china/2014-09/02/content\\_18529442.htm](http://www.chinadaily.com.cn/china/2014-09/02/content_18529442.htm) [Zugriff: 25.2.2017]

Yle Uutiset (2008): *Suomi ei kelvannut Frankfurtin kirjamesujen teemamaaksi*. Abrufbar unter: <http://yle.fi/uutiset/3-5823663> [Zugriff: 10.12.2016].

Yle Uutiset (2010): *Rahoitus varmistui – Suomi Frankfurtin kirjamesujen teemamaa 2014*. Abrufbar unter: <http://yle.fi/uutiset/3-5582258> [Zugriff: 10.12.2016].

## ANHÄNGE

### Anhang 1. Finnland. Cool. Strategie.

#### Mission: Durchbruch im finnischen Literaturexport

Finnland ist Gastland der Frankfurter Buchmesse 2014. Durch diesen Status erreicht der finnische Literaturexport ein neues Niveau in Deutschland und Europa sowie in vielen anderen Ländern.

Die Frankfurter Buchmesse ist der wichtigste jährliche Treffpunkt von Literatur- und Medienexperten in der Welt. Das Gastlandprojekt bereitet den Rahmen dafür, ein Jahr lang die finnische Kultur nicht nur auf der Messe und dessen großer Finnland-Ausstellung, sondern auch in Zusammenarbeit mit dem deutschen Kulturbereich präsentieren zu können. Das Projekt öffnet so dem gesamten kulturellen Feld sowie seinen vielen Akteuren neue Möglichkeiten der Internationalisierung.

Im Zentrum des Projekts stehen die Literatur und der Verkauf von Übersetzungsrechten: Lesen ist eine Erfolgsgeschichte und das Know-how der Finnen in Bezug auf Ausbildung ebenso. Die globalen PISA-Studien loben das Können der Schüler, das breit angelegte Bibliothekssystem ist eine geschätzte Institution, das literarische Feld dynamisch. Der Glaube daran, dass Lesen Wohlstand und -ergehen schafft sowie der Glaube an das Jedermannsrecht auf Bildung sind der Kern des Finnischseins. Lesen ist die Superkraft der Finnen – und ein wesentlicher Teil der finnischen Geschichte.

#### Vision

Wir machen einen nachhaltigen Schritt in Richtung internationalen Verkauf und Lesen finnischer Literatur. Die Erfolge der finnischen Literatur in den letzten Jahren zeigen, dass auch in kleinen Sprachgebieten internationale Erfolge entstehen können. Der deutsche Buchmarkt ist einer der größten der Welt und fungiert als Sprungbrett für andere Sprachgebiete. Das Know-how der Finnen, was Ausbildung und Lehrmaterial betrifft, ist international anerkannt und das Projekt Frankfurt 2014 gibt die Möglichkeit, dieses Können konzentriert und ausführlich zu präsentieren.

Die Frankfurter Buchmesse wiederum ist das größte jährliche Ereignis im Buch- und Medienbereich und das Zentrum einer enormen Medienaufmerksamkeit: Sie ist ein wahrhaft internationaler Treffpunkt und Marktplatz. Deshalb ist die Frankfurter Buchmesse die bestmögliche Veranstaltung, um die vielsprachige und –stimmige finnische Literatur vorzustellen und zu vermarkten. Das Projekt Gastlandauftritt unterstützt die Arbeit, Finnland in verschiedenen gesellschaftlichen Sektoren weitläufig bekannt zu machen.

### Strategische Schwerpunkte

#### **Verkauf von Übersetzungsrechten**

Die Intensivierung des Verkaufs und die breitere Vernetzung erreicht mehr Käufer. Die Cheflektoren, die Entscheidungen treffen, sind ebenso in einer Schlüsselposition wie der aktive und professionelle Verkauf seitens Agenten und Foreign Rights-Verantwortlichen. Die Ausbildung von Übersetzern in verschiedene Sprachen – sowohl routinierte, als auch solche, die am Anfang ihrer Karriere stehen – ist aufgrund ihrer Rolle als Brückenbauer wichtig. Als Multiplikatoreffekt erweitern sich auch die Verdienstmöglichkeiten von Autoren und Lehrbuchverfassern.

#### **Die Vermarktung finnischer Autoren**

Auf der Buchmesse Frankfurt präsentieren sich 2014 circa 60 finnische Autorinnen und Autoren. Auf der Messe wie auch außerhalb davon treten Autoren bei verschiedenen Lesungen überall im deutschsprachigen Europa bei Veranstaltungen des Netzwerks der Literaturhäuser, auf Festivals und bei Tourneen auf.

#### **Wachsende Bekanntheit der finnischen Kultur**

Der Gastlandstatus garantiert eine gewaltige Medienaufmerksamkeit. Ungefähr die Hälfte der Medienaufmerksamkeit fällt auf das Gastland, das neben einem Gemeinschaftsstand der Verlage einen ca. 230 m<sup>2</sup> großen Pavillon zur Verfügung hat. Der Pavillon präsentiert mit seinem Umfeld zusammen auf erfrischende und moderne Weise die finnische Erfolgsgeschichte des Lesens und Lehrens.

#### **Zusammenarbeit von Kunst- und Kulturinstitutionen**

Die Zusammenarbeit verschiedener Kunst- und Kulturinstitutionen in Frankfurt – Museen und Kulturzentren – ermöglicht Präsentationen und Ausstellungen zur finnischen Kultur, erweitert und verstärkt die

professionelle Vernetzung und erreicht ein breites Publikum. Das Kulturprogramm unterstützt das Messeprogramm und steigert seine Bedeutung – und die Messe wiederum unterstützt das sonstige kulturelle Angebot.

### **Weiteres Kulturprogramm im deutschsprachigen Europa**

Auch die freien Akteure im Kunst- und Kulturbereich sind in einer sichtbaren Rolle, denn die finnische Kultur präsentiert sich breitgefächert im gesamten deutschsprachigen Raum Europas.

### **Kommunikation des Projekts in Finnland**

Die Kommunikation des Gastlandauftritts in Frankfurt 2014 ist offen und teilnehmend. Im Zuge des Projekts werden Informations- und Diskussionsveranstaltungen für Akteure im Bereich Literatur und Verlage sowie für andere Interessierte veranstaltet. Dabei werden die durch die sozialen Medien ermöglichten Angebote zu Teilnahme, Diskussion und Einfluss aktiv genutzt.

### **Konzept der Strategie und Slogan: FINNLAND. COOL.**

Der Ton der Kommunikation und des Machens zieht sich als roter Faden durch das Projekt: Er ist in seiner Stimmung klar, andere respektierend, zuverlässig und humorvoll. Das Adjektiv cool kann kuhl, passend, ruhig, raffiniert und prima bedeuten.

FINNLAND. COOL. ist in seiner Erfahrungswelt zudem gastfreundlich.

### Strategische Ziele

#### **Dauerhafter Anstieg des Verkaufs von Übersetzungsrechten**

Der Verkauf in Europa hat sich intensiviert: Im Jahr 2014 erscheinen ca. 200 Titel auf Deutsch, danach pegelt es sich bei ca. 70 Titeln ein. Auch in anderen europäischen Ländern erscheint bedeutend mehr, ebenso außerhalb Europas.

Vertreten sind alle Genres: Belletristik, Comics, Kinder- und Jugendliteratur, Sachbücher, Klassiker und Lehrbücher. Zusätzliche Aufmerksamkeit ist durch Literaturveranstaltungen angestrebt.

#### **Die Vernetzung von Kunst- und Kulturinstitutionen hat sich intensiviert und das zusätzliche Kulturprogramm hat die Bekanntheit Finnlands erhöht**

Die breite und vielseitige Präsentation des finnischen Kulturlebens hat viel mediale Aufmerksamkeit bekommen und ein breiteres Publikum erreicht. Die professionelle Vernetzung hat sich verstärkt. Die Bekanntheit Finnlands als Kultur- und Reiseland hat sich auch außerhalb Deutschlands verbreitet. Finnland ist cool!

Was kann der Gastlandauftritt Finnlands in Frankfurt 2014 für alle Akteure bedeuten?

Eine intensiviertere internationale Sichtbarkeit, Anbindung an internationale Netzwerke, in Projekten entstandene Partnerschaften, die Aneignung neuer Funktionsmodelle und -werkzeuge: kurz gesagt verbesserte Wirksamkeitsbedingungen und Kooperationsmöglichkeiten für finnische Akteure in verschiedenen Bereichen.

**Weitere Informationen:**

Pressebüro Finnland. Cool. | c/o WBCO GmbH | Silvia Lenz |  
Krögerstraße 2 | 60313 Frankfurt | T +49.69.13388037 | F  
+49.69.13388033 | s.lenz@wbco.de

## Anhang 2. Autoren der 130 Übersetzungen

### **Belletristik**

Ågren Leo, Ahava Selja, Aikio-Arianaick Inger-Mari, Aronen Eeva-Kaarina, Bargum Johan, Hiekkapelto Kati, Hiltunen Pekka, Holmström Johanna, Inkala Jouni, Itkonen Juha, Jääskeläinen Pasi Ilmari, Jansson Tove, Jokinen Seppo, Kettu Katja, Kilpi Volter, Kivi Aleksis, Kivinen Markku, Kyrö Tuomas, Lander Leena, Lehtolainen Leena, Leino Marko, Lipasti Roope, Luhtanen Sari, Lukkari Rauni Magga, Lundberg Ulla-Lena, Mentula Moses, Nevanlinna Arne, Nummi Markus, Numminen M.A., Oikkonen Miikko, Oksanen Sofi, Olsson Hagar, Paasilinna Arto, Parkkinen Leena, Pulkkinen Riikka, Raittila Hannu, Rinnekangas Rax, Rönkä Matti, Schildt Runar, Seppovaara Juhani, Siekkinen Raija, Sillanpää Frans Emil, Sinisalo Johanna, Soininvaara Taavi, Ståhlberg Sabira, Supinen Miina, Tavaststjerna Karl August, Teir Philip, Tiihonen Ilpo, Tikkanen Henrik, Tuomainen Antti, Valkeapää Nils-Aslak, Vartio Marja-Liisa, Vuorinen Juha, Waltari Mika, Westö Kjell

### **Jugend- und Kinderbuchautoren**

Huovi Hannele, Itäranta Emmi, Karjalainen Elina, Kolu Siri, Kunnas Mauri, Niemelä Reetta, Parvela Timo, Reittu Ninka, Remes Ilkka, Simukka Salla, Vuorela Seita

### **Comics und Graphic Novels**

Ahonen, JP & Alare, KP  
Comic Atlas Finland  
Närhi, Kati  
Tietäväinen, Ville  
Tikkanen, Petteri

### **Sachbücher**

Airaksinen Timo, Bagh Peter von/Kaurismäki, Aki, Frosterus Sigurd, Halmesvirta Anssi, Heikkilä Jaakko/Khoroshilova Anastasia/Nikich Yuri (Hrsg.), Karjalainen Tuula, Lassén-Seger Maria (Hrsg.), Lehtola Veli-Pekka, Paju Imbi, Sillanpää Sami, Tammi Maija

### **Anthologien**

Alles absolut bestens bei mir. 15 Alleingänge aus Finnland  
Alles frisch. Neue Erzählungen aus Finnland  
Camera Poetica – Mondblaues Himmelsmeer  
Camera Poetica – Wispernde Birken  
Finnland

## Anhang 3. Themenbereiche der Artikelliste

1	Bücher	Büchervorstellungen, Gattungen, Literaturklassiker, Rezensionen, Zeitgenössische Belletristik
2	Autoren	Autoreninterviews, Autorenportraits, Autoren (im Programm, nicht im Programm, junge Autorinnen), Klatsch
3	Finnlands Auftritt	Auftritt auf dem Messegelände, Eröffnungsveranstaltung, Finland.Cool., Finanzierung, Kooperationspartner, Organisatoren, Pressekonferenzen, Programm
4	Buchmesse und Buchmarkt	Andere Ehrengäste, Buchmesse im Allgemeinen, Deutscher Buchmarkt, Verlagswesen
5	Literatur in Finnland	Bibliotheken, Finnischer Buchmarkt, Finnlands Literaturfeld, Literatur- und Lesekultur, Literaturgeschichte
6	Allgemeines zum Land	Allgemeine Finland-Infos, Deutsch-Finnische Beziehungen, Finnland als Reiseland, Finnische Kultur und Kunst, Klischees und Geschichte, Gesellschaft, Helsinki, Lappland, Politik, Stereotype, Skandinavien-Vergleich, Sprache, Zweisprachigkeit
7	Sonstiges	Andere Literaturländer, Estland, persönliche Geschichten, sonstige Interviews, weitere gesellschaftliche Themen
8	Rahmen- und Satellitenprogramm	Kulturveranstaltungen, Rahmenprogramm, Satellitenprogramm

## Anhang 4. Liste der Artikel

Das Hauptthema ist fett markiert.

Verfasser	Artikel	Zeitung	Kategorie	Themen	Online/ Print	Datum
Ahne, Petra	Der Verlag der toten Schriftsteller	Berliner Zeitung	Literatur	<b>4</b> , 2, 7	Online	10.10.2014
Balke, Florian	Familientreffen und andere Kleinigkeiten	FAZ	Literatur	<b>2</b> , 5, 3	Print/ Online	25.4.2014
Bartels, Gerrit	In Sofis Welt	Tagesspiegel	Literatur	<b>2</b> , 4, 5	Print	29.10.2013
Bartels, Gerrit	Flüsternde Eltern, tobende Töchter	Tagesspiegel /Der Spiegel	Literatur	<b>2</b> , 1, 6	Online	10.11.2013
Bartels, Gerrit	Von der coolen finnischen Literatur/Der Mensch und seine Inseln	Tagesspiegel	Literatur	<b>2</b> , 1, 3	Print/ Online	8.10.2014
Bartels, Gerrit	Hauptsache Sonderlich	Tagesspiegel	Literatur	<b>2</b> , 6	Online	6.4.2014
Bartels, Gerrit	Mutter der Anarcho -Trolle	Tagesspiegel	Literatur	<b>2</b> , 1, 6	Online	8.8.2014
Bigalke, Silke	Volksnah und verquer	SZ	Literatur	<b>5</b> , 6, 1	Online	7.10.2014
Bleutge, Nico	Wildes Blut der Zukunft	SZ	Literatur	<b>1</b> , 6, 2, 5	Print	7.10.2014
Breitenstein, Andreas	Und ewig schweigen die Sümpfe	NZZ	Literatur	<b>1</b> , 2, 7	Online	6.9.2014
Budeus-Budde, Roswitha	Mit dem Hund zum Erfolg	SZ	Literatur	<b>5</b> , 2	Print	18.9.2014
dpa	Finnland will auf der Buchmesse für seine Autoren werben	Frankfurter Rundschau	Literatur	<b>5</b> , 3, 6, 2	Online	24.9.2014
dpa	Finnland cool: Der Ehrengast der Frankfurter Buchmesse 2014 will 50 Autoren schicken	Berliner Zeitung	Literatur	<b>5</b> , 3	Print	11.10.2013
dpa	Bürgerkrieg beschäftigt Buchmessen-	Berliner Zeitung/Die Welt/SZ	Literatur	<b>1</b> , 5, 6, 8	Online	19.5.2014

	Gast Finnland					
Düker, Ronald	Im Bett mit dem Besatzer	Zeit Literatur	Literatur	2, 6, 5, 3	Print	1.10.2014
Dürr, Anke	„Als die Tauben verschwanden“	Kultur Spiegel	Literatur	1, 7	Print	Okt. 2014
Eggebrecht, Harald	Ein Elch bittet um Asyl	SZ	Literatur	1, 6	Print	7.10.2014
Fanizadeh, Andreas	Nur die Unbekannten Tönen/Verliebt in den Feind	TAZ	Literatur	2, 6, 7	Online	29.10.2013
Fanizadeh, Andreas	Ein besonderes Verhältnis von Nähe	TAZ	Literatur	2, 1, 6	Online	27.6.2014
Fanizadeh, Andreas	Unterhaltung auf Finnisch	TAZ	Literatur	5, 6, 1	Print	7.10.2014
FAZ	Mehr deutsche Titel	FAZ	Literatur	5, 3	Print/ Online	9.1.2014
Fessmann, Meike	Schwarze Sonne	Tagesspiegel	Literatur	1	Online	8.10.2014
Fessmann, Meike	Die Haut und die Narben	SZ	Literatur	1, 2, 6	Print	22.10.2014
Gauss, Karl-Markus	Finnlanschwedische Weltliteratur	NZZ	Literatur	1	Print/ Online	4.10.2014
Gehrmann, Alva	Gib mir ein Ö	Der Spiegel	Literatur	2, 6	Online	10.9.2014
Gehrmann, Alva	„Hemingway war Finne“	Tagesspiegel	Literatur	2, 6	Print	5.10.2014
Granzin, Katharina	Natürlich gab es auch Geschichten von Sex und Liebe	TAZ	Literatur	2, 6	Online	11.10.2014
Granzin, Katharina	„Ihre Briefe haben etwas verändert“	TAZ	Literatur	2	Online	29.9.2014
Granzin, Katharina	Gar nicht faule Finne mit hochwertigen Socken	TAZ	Literatur	1, 7	Online	25.1.2014
Hahn, Marten	Wen der Dinosaurier frisst	Berliner Zeitung	Literatur	2, 1, 6, 4	Online	3.10.2014
Harmsen, Rieke C.	Die Erben der Mumins	Tagesspiegel	Literatur	1, 5, 3	Online	7.10.2014
Heimann, Holger	„Nur keine Angst“/ „Russland instrumentalisiert die Vergangenheit“	Die Welt	Literatur	2, 1, 7	Print/ Online	8.10.2014

Heimann, Holger	„Finnland ist ein absurdes Land“	Die Welt	Literatur	2, 6, 1	Print	4.10.2014
Heinemann, Mathias	Das Eis kann jederzeit brechen	FAZ	Literatur	1, 6	Online	22.9.2014
Junghänel, Frank	Das koksende Schlossgespenst	Berliner Zeitung	Literatur	1, 6	Online	8.10.2014
Keel, Aldo	Lapplands blutgetränkte Erde	NZZ	Literatur	1, 6	Online	3.10.2014
Keel, Aldo	Zeitweise Aufhellung, nun Eintrübung	NZZ	Literatur	5, 6, 3, 1	Print/ Online	20.9.2014
Kegel, Sandra	Dichter sind nun mal keine Diplomaten	FAZ	Literatur	2, 3, 7	Online	7.10.2014
Keil, Günter	Komplizierte Grammatik macht Krimis spannender	Die Welt	Literatur	2, 6	Online	9.10.2014
Keller, Maren	Nach der Katastrophe	Kultur Spiegel	Literatur	1	Print	Oct.14
Kessler, Florian	Ach, wie schön ist Lummerland	SZ	Literatur	5, 6, 2	Print	2.9.2014a
Kippenberger, Susanne	Kaffepaussi	Tagesspiegel	Literatur	2, 6	Print/ Online	5.10.2014
Lipson, Katri	Meine europäische Unschuld endete in Auswitz	Tagesspiegel	Literatur	7, 2, 4	Online	29.9.2014
Lueken, Verena	Léaud spielt Kaurismäki, der Léaud spielt	FAZ	Literatur	1, 2	Print	9.10.2014
Maidt-Zinke, Kristina	Harte Schädel, klingende Worte	SZ	Literatur	5, 2, 6	Print	6.10.2014
Mangold, Ijoma	Kinder brauchen Mumins	Die Zeit	Literatur	2	Online	7.8.2014
Mayer, Susanne	Finnlands dunkle Königin/Was wir erlebten	Zeit Literatur	Literatur	2, 1, 7	Print	1.10.2014
Moster, Stefan	Der alle zu Wort kommen lässt	TAZ	Literatur	2, 1, 5	Online	17.9.2014
Oelsner, Julianne	Stoff und Tod/Die eklige Wirklichkeit ausgesperrt	Tagesspiegel	Literatur	1, 6	Print/ Online	8.10.2014
Oksanen, Sofi	Ultranationalisten aller Länder, vereinigt euch!	Tagesspiegel	Literatur	7, 2	Online	3.5.2014

Opiz, Stephan	Pathos und Liederlichkeit	SZ	Literatur	1, 2	Print	12.11.2014
Peitz, Christiane	Wie haben Sie das gemacht, Herr Kaurismäki?	Tagesspiegel	Literatur	1, 6	Print/ Online	8.10.2014
Rohlf, Sabine	Geliebter SS-Mann	Berliner Zeitung	Literatur	1, 2, 6, 7	Online	8.10.2014
Schnitzler, Matthias	Raus aus der Schule, rein in die Wälder	Berliner Zeitung	Literatur	5, 1,	Online	8.10.2014
Schröder, Christoph	Vom Schneesturm verschluckt	Tagesspiegel	Literatur	1, 2	Online	8.10.2014
Schubert, Franziska	Inselglück und Schärentod	Frankfurter Rundschau	Literatur	1, 2, 3	Online	4.8.2014
Schulz, Peter	Finnisches Fieber	Der Spiegel	Literatur	1, 2	Online	1.10.2014
Spreckelsen, Tim	Wer die Wahrheit sagt, ist betrogen	FAZ	Literatur	1, 2, 6	Print/ Online	7.10.2014
Stäblein, Ruthard	Frauen sind nicht immer Opfer	TAZ	Literatur	2, 1, 7	Online	7.10.2014
Staide, Sylvia	Sätze wie Birkenholz	Frankfurter Rundschau	Literatur	2, 7, 6	Online	14.7.2014
Staide, Sylvia	Nachtlose Diktaturen	Frankfurter Rundschau	Literatur	1, 2	Online	13.8.2014
Staide, Sylvia	Fernab von Kaurismäki	Frankfurter Rundschau	Literatur	2, 5, 4, 6	Online	16.9.2014
Staide, Sylvia	Finnische Kriege	Frankfurter Rundschau	Literatur	1, 6	Online	7.10.2014
Staide, Sylvia	Im Schlangengeröll	Frankfurter Rundschau	Literatur	1, 2, 6	Online	7.10.2014
Staide, Sylvia	Die Asche der Bilder	Frankfurter Rundschau	Literatur	1, 6	Online	7.10.2014
Staide, Sylvia	Die narrative Stille durchbrechen	Frankfurter Rundschau	Literatur	2, 1, 3	Online	10.10.2014
Stokowski, Margarete	„Nimm mich, Chili!“	Die Welt	Literatur	1, 2, 5	Print	11.10.2014
Stokowski, Margarete	Wie sind sie denn drauf?	Die Welt	Literatur	1, 6	Print	16.8.2014
Teutsch, Katharina	Die Frauen sterben zu früh	FAZ	Literatur	1, 7, 2	Print	2.12.2014
Törne, Lars von	Eiskalt erwischt von	Tagesspiegel	Literatur	1	Online	13.3.2014
Vahabzadeh, Susan	Lachen in der Krise	SZ	Literatur	1, 6	Print	7.10.2014
Vogel, Sabine	Frauen haben hier nichts verloren/Beim	Berliner Zeitung/ Frankfurter	Literatur	1, 6	Print/ Online	8.10.2014

	zarten Bärbeiß	Rundschau				
Altenbockum, Jasper von	Belletrist	FAZ	Finnland	6	Print	8.10.2014
Bähr, Julia	Nicht lächeln, schließlich ist dein Leben ruiniert	FAZ	Finnland	6, 3	Online	7.10.2014
Bähr, Julia	Von Finnen lernen heißt verlieren lernen	FAZ	Finnland	3, 6, 2	Online	11.10.2014
Breienstein, Andreas	Finnland - Gast der Frankfurter Buchmesse /Finnlands Suche nach Identität	NZZ	Finnland	6	Online/ Print	3. und 4.10.2014
FAZ/balk.	Gutes aus Finnland	FAZ	Finnland	6, 3, 1, 2	Print/ Online	11.10.2014
FAZ/haav.	Besuch vom Präsidenten	FAZ	Finnland	6	Print/ Online	8.10.2014
Gehrmann, Alva	Eine Bücherei auf Rädern	Tagesspiegel	Finnland	5, 6, 1	Online	29.1.2014
Giesecking, Bernd	Finnland? Hot!	TAZ	Finnland	6	Online	5.10.2014
Göpfert, Claus-Jürgen	Die Legende vom düsteren Volk	Frankfurter Rundschau	Finnland	3, 6	Online	22.6.2014
Hannemann, Mathias	Die Weltpolitik hält den Präsidenten vom Schreiben ab/Ein Präsident hat's schwer	FAZ	Finnland	6	Online/ Print	22.8.2014
Keel, Aldo	Erhebe dich, finnische Sprache, eile	NZZ	Finnland	6, 5, 1, 2	Print	4.10.2014
Kippenberger, Susanne	Tango im Moll	Tagesspiegel	Finnland	6, 2	Online	5.10.2014
Knippfals, Dirk	Von Beeren und Büchern	TAZ	Finnland	6, 5	Print	7.10.2014
Kuhn, Nicola	Lichtstärke Nord	Tagesspiegel	Finnland	6	Print	5.10.2014
Lerchenmüller, Franz	Singt die Lieder der Sehnsucht!	FAZ	Finnland	6, 1	Print	9.10.2014
Prosinger, Julia	Der Finne in mir	Tagesspiegel	Finnland	7, 6	Print	5.10.2014
Rosen, Björn	Ich hasse die Dunkelheit des Winters	Tagesspiegel	Finnland	7, 6	Print/ Online	5.10.2014
Rosen, Björn	Wo der Weihnachtsmann wohnt/	Tagesspiegel	Finnland	6	Print/ Online	5.10.2014

	Wünsch dir was					
Rosen, Björn	Gegen das Ungesagte	Tagesspiegel	Finnland	6, 7	Print/ Online	5.10.2014
Rosen, Björn	Ein Land Schwitzt	Tagesspiegel	Finnland	6	Print/ Online	5.10.2014
Roth, Jenni	Nicht mit dir!	FAZ	Finnland	6, 1, 2	Online	8.10.2014
Scheuermann, Fabian	Elchpastete und Handkäs	Frankfurter Rundschau	Finnland	6, 7	Online	2.10.2014
Tagesspiegel /jedo	Nokias Absturz	Tagesspiegel	Finnland	6	Print	5.10.2014
Tagesspiegel /kip	Design für die Küche	Der Tagesspiegel	Finnland	6	Print	5.10.2014
Vogel, Sabine	Cool von A bis Ö	Berliner Zeitung	Finnland	6, 3, 4, 2	Online	20.10.2013
Westö, Kjell	Die halbe Stunde der wahren Empfindung	NZZ	Finnland	6, 2	Print	4.10.2014
Bähr, Julia	Unendliche Weiten	FAZ	Messeauftritt	3, 6	Online	8.10.2014
Balke, Florian	Finnen brauchen eine Sauna – auch auf der Buchmesse	FAZ	Messeauftritt	8, 6, 7, 2	Online	8.10.2014
Bartels, Gerrit	Rockstars mit Büchern	Tagesspiegel	Messeauftritt	4, 3	Online	9.10.2014
Behr, Stefan	Zuerst die Hobbits	Frankfurter Rundschau	Messeauftritt	4, 3	Online	8.10.2014
Breitenstein, Andreas	Das Eis ist gebrochen	NZZ	Messeauftritt	3, 6, 5, 4, 2	Online	13.10.2014
cei	Viel Neues im Norden	NZZ	Messeauftritt	8	Online	26.9.2014
Diener, Andrea	Ein Lied kann eine Brücke sein	FAZ	Messeauftritt	3	Online	12.10.2014
Fanizadeh, Andreas	Kultur und Weltpolitik	TAZ	Messeauftritt	3, 4, 6	Online	9.10.2014
FAZ/balk	Nachrichten aus dem Norden	FAZ	Messeauftritt	3, 1, 8, 2, 5	Print/ Online	26.6.2014
FAZ/spre.	Die Buchmesse wird immer internationaler	FAZ	Messeauftritt	4, 3	Print	8.10.2014
Fuhr, Eckhard	Vorbildliches Finnenleben/ Was Deutschland von Finnland lernen kann	Die Welt	Messeauftritt	3, 6, 5	Print/ Online	9.10.2014
Göpfert, Claus-Jürgen	Mumins im Winterland	Frankfurter Rundschau	Messeauftritt	3, 4, 2	Online	7.10.2014
Hannemann, Mathias	Die Coolness bringen wir	FAZ	Messeauftritt	3, 1	Online	26.6.2014

	Finnen mit					
Hierholzer, Michael	Die klare, wahre unverfälschte Natur	FAZ	Messeauftritt	<b>3</b>	Online	8.10.2014
Lühmann, Hannah	Jetzt bitte einmal alle recht deutlich das „Ü“	FAZ	Messeauftritt	<b>3, 6</b>	Online	8.10.2014
Lühmann, Hannah	Guerillakunst mit Runen	FAZ	Messeauftritt	<b>3, 1</b>	Online	9.10.2014
Matussek, Matthias	Wo, bitte, geht es hier zur Flatrate?	Die Welt	Messeauftritt	<b>3, 6, 4</b>	Online	12.10.2014
Reckmann, Madeleine	Schiffsholz und Schnee	Frankfurter Rundschau	Messeauftritt	<b>8, 1</b>	Online	2.10.2014
Reiss, Luis	Stories in begehbaren Kisten	Frankfurter Rundschau	Messeauftritt	<b>8, 6, 5</b>	Online	23.9.2014
Schmidt, Robyn	Literatur in der Sauna	Frankfurter Rundschau	Messeauftritt	<b>3, 8</b>	Online	24.9.2014
Schubert, Franziska	Verletzte Engel	Frankfurter Rundschau	Messeauftritt	<b>8</b>	Online	25.9.2014
Schütte, Christoph	Nebel, Alkohol und grenzlose Einsamkeit	FAZ	Messeauftritt	<b>8, 6</b>	Online	8.8.2014
Schütte, Christoph	Erben einer menschlichen Moderne	FAZ	Messeauftritt	<b>8</b>	Print/ Online	26.9.2014
Schütte, Christoph	Ohne Rücksicht auf Verluste	FAZ	Messeauftritt	<b>8, 4</b>	Online	7.10.2014
Staide, Sylvia	Dichter in der Sauna	Frankfurter Rundschau	Messeauftritt	<b>3, 8, 5</b>	Online	25.6.2014
Staide, Sylvia	Aus der Stille	Frankfurter Rundschau	Messeauftritt	<b>8</b>	Online	1.10.2014
Staide, Sylvia	Was sollen sie da schon sagen	Frankfurter Rundschau	Messeauftritt	<b>8</b>	Online	7.10.2014
Sternburg, Judith	Mit und ohne Plan/Inverstieren Sie in Ihr Exposé	Frankfurter Rundschau/ Berliner Zeitung	Messeauftritt	<b>4, 3, 6</b>	Print/ Online	10.10.2014
Tölva, Jan	In die dritte Dimension	TAZ	Messeauftritt	<b>8, 1, 2</b>	Online	5.12.2013
Wolff, Harriet	Jubel, Trubel, Finnigkeit	TAZ	Messeauftritt	<b>4, 3</b>	Online	13.10.2014

## Anhang 5. Autoren im Korpus

Autoren	Auf der Buchmesse	Pressebesuche	Erwähnungen (insgesamt)	Portraits, Interview, Buchvorstellungen o. Ä.	Rezension
Agricola, Mikael	Klassiker		2		
Aho, Juhani	Klassiker		2		
Aikio-Arianaick, Inger-Mari	Ja	ja	2		
Bagh, Peter von	Klassiker		3		3
Bargum, Johan	Ja	ja	1	1	
Björling, Gunnar	Klassiker/ Sammelband		1		1
Canth, Minna	Klassiker		1		
Carpelan, Bo	Klassiker		1		
Diktonius, Elmer	Klassiker/ Sammelband		1		1
Enckell, Rabbe	Klassiker/ Sammelband		1		1
Fagerholm, Monika	Nein		1		
Hakkola, Kalle	Nein		1		
Hauru, Hanna	Nein/ Sammelband		1		1
Hautala, Turkka	Nein/ Sammelband		1		1
Hertell, Harri	Externes Projekt		1		
Hiekkapelto, Kati	Ja	ja	1		
Hiltunen, Pekka	Ja		1		
Hirvonen, Esa	Externes Projekt		1		
Holmström, Johanna	Ja		6	2	2
Isomäki, Risto	Nein	ja			
Itäranta, Emmi	Ja		2		1
Itkonen, Juha	Ja		7	2	
Jääskeläinen, Pasi Ilmari	Ja		1		1
Jansson, Tove	Klassiker		22	2	
Jokinen, Seppo	Nein		1	1	

Karjalainen, Tuula	Ja		2	1	
Karlsson, Carina	Nein		1		
Katz, Daniel	Nein/ Sammelband		1		1
Kettu, Katja	Ja	Ja	18	8	1
Kivi, Aleksis	Klassiker		13	3	
Kolu, Siri	Ja		2		
Köngäs, Heidi	Nein		1		
Kyrö, Tuomas	Ja	ja	8	4	1
Lander, Leena	Ja	ja	4	1	
Lehtolainen, Leena	Ja	ja	4	1	
Leino, Marko	Nein		1	1	
Lietzén, Mika	Nein		1		
Liksom, Rosa	Ja/Künstler	ja	9	4	
Linna, Väinö	Klassiker		2	1	
Linturi, Jenni	Nein		1		
Lipson, Katri	Ja		1		
Lönnrot, Elias	Klassiker		2	1	
Lundberg, Ulla-Lena	Ja	ja	10	3	1
Malkamäki, Sari	Nein/ Sammelband		1		1
Mentula, Mooses	Ja	ja	1		1
Moissinen, Hanneriina	Nein	ja	1		
Niemensivu, Reeta	Nein		1		
Nummi, Markus	Ja	ja	3		
Numminen, M.A.	Ja / Künstler		5		
Oksanen, Sofi	Ja	Ja	38	16	4
Paasilinna, Arto	Nein		5		
Paltto, Kirste	Nein/Sammelband		1		1
Parkkinen, Leena	Nein	ja	1		
Parland, Henry	Klassiker/ Sammelband		1		1
Parland, Oscar	Klassiker		1		
Parvela, Timo	Ja		3		
Pulkkinen, Riikka	Ja	ja	4	2	

Raittila, Hannu	Ja		1		
Rinne kangas, Rax	Ja		3	1	1
Rönkä, Matti	Ja		1	1	
Ropponen, Markku	Nein		1		1
Runeberg, Johan Ludvig	Klassiker		3		
Sandström, Peter	Nein/Sammel- band		1		1
Schatz, Roman	Ja	ja	4		
Siekkinen, Raija	Klassiker		1		1
Sillanpää, F.E.	Klassiker		7	1	1
Simukka, Salla	Ja		1		
Sinisalo, Johanna	Ja	ja	2		1
Slunga, Heli	Externes Projekt		1		
Snellman, J.V.	Klassiker		2		
Södergran, Edith	Klassiker/ Sammelband		3		1
Soininvaara, Taavi	Ja		1	1	
Supinen, Miina	Ja/Sammel- band	ja	1		1
Takalo, Tiitu	Nein		1		
Tamminen, Petri	Nein		1		
Teir, Phillip	Ja	ja	7	5	
Tietäväinen, Ville	Ja		3		
Tikkanen, Henrik	Klassiker		3		1
von Schoultz, Solveig	Nein/ Sammelband		1		1
Vuorela, Seita	Ja	ja	2		
Waltari, Mika	Klassiker		1		
Wendisch, Irja	Nein		1		
Westö, Kjell	Ja	ja	18	6	3

## Anhang 6. Fragen der Experteninterviews

1. Was sind Ihrer Meinung nach die Stärken des finnischen Literaturexports?  
*Mitkä ovat mielestäsi Suomen kirjaviennin vahvuudet?*

2. a) Welche Folgen sind aus dem Ehrengastprojekt Ihrer Meinung nach für die finnische Literatur resultiert?

*Millaisia seurauksia teemamaahankkeella on mielestäsi ollut suomalaiselle kirjallisuudelle?*

b) Und welche Folgen für einzelne Autoren?

*Entä millaisia seurauksia teemamaahankkeella on ollut yksittäisille kirjailijoille?*

3. Können Sie definieren, ob das Interesse im Ausland sich eher auf einzelne Autoren richtet oder z. B. auf eine bestimmte Gattung?

*Onko kiinnostus ulkomailla kohdistunut enemmän yksittäisiin kirjailijoihin vai esimerkiksi johonkin tiettyyn kirjallisuuden lajiin?*

4. Hat die Nachfrage nach finnischer Literatur nach dem Ehrengastjahr in einer bestimmten Sprachregion oder in einem bestimmten Land zugenommen?

*Onko suomalaisen kirjallisuuden kysyntä kasvanut jollain tietyllä kielialueella tai tietyssä maassa teemamaavuoden jälkeen?*

5. a) Eine wie große Rolle spielt die Tatsache, dass das Buch finnisch ist?

*Kuinka suuri merkitys on sillä, että kirja on suomalainen?*

b) Ist das Finnland-Image irgendwie im Literaturexport zu sehen?

*Näkyykö Suomi-kuva jollain tavalla kirjaviennissä?*

Extra Frage für Leena Majander, die Leiterin von FILL:

6. Welche sind die zentralen Ziele und Aussichten des finnischen Literaturexports in näherer Zukunft?

*Mitkä ovat kirjaviennin keskeisimmät tavoitteet ja näkymät lähitulevaisuudessa?*

## Anhang 7. Zusammenfassung der Interviews auf dem Messegelände

### Fragebogen-Analyse

#### 52 Antworten

##### Geschlecht:

M: 12

W: 29

Nicht angegeben: 11

##### Alter:

-20: 8

20-30: 18

30-45: 13

45-60: 8

60-: 3

Nicht angegeben: 2

1. Erweckt der Ehrengast-Status Ihr Interesse für das jeweilige Land im Allgemeinen? Does the Guest of Honor-status raise your interest for the particular land in general?

JA: 49

NEIN: 2

NICHT ANGEZEIGT: 1

2. Welche Vorstellungen haben Sie über Finnland bzw. Finnen? *What kind of an Image do you have of Finland or Finns?*

Sprache 8

Natur, Wetter und Landschaft: 47

Literatur, Lesen und Ausbildung: 11

Unbekannt: 7

Sauna: 7

Russland und Schweden als Nachbarn: 4

Winterkrieg und Verhältnis zu Deutschland: 2

Landeskunde und Städte: 5

Schräge, leise und ehrliche Finnen: 13

Blonde Menschen: 2

Alkohol: 2

Weiter wurden folgende Dinge erwähnt:

Aki Kaurismäki, Design, Künstler, freundlich, kreativ, Sonderstatus, humorvoll, zauberhaft, interessant, warm people, Nikolaus, geheimnisvoll, freundlich, fein, offen, Musik, Sibelius, spannend, Wanderung, Mumins, sad cinema, good image, good country, different from the rest of the North, not that modern, great, legends, historic, weird, minimalistic, cool, innovative

3. Sind Ihnen finnische Autoren/Autorinnen und/oder Werke bereits vor der Buchmesse bekannt gewesen? Wenn ja, welche? *Did you know some Finnish authors or books already before the Frankfurt Book Fair? Could you name some?*

Nein: 27

**Autoren:**

Sofi Oksanen 8

Tove Jansson 5

Arto Paasilinna 4

Ulla-Lena Lundberg 3

Leena Lehtolainen 2

Mauri Kunnas 2

Lena Lander 1

Philip Teir 1

Timo Parvela 1

M.A. Numminen 1

Mika Waltari 1

Aki Kaurismäki 1

Kinderbuchautoren 1

**Themen/Bücher:** Nemo, Eis, Mumins, Jäniksen vuosi (Das Jahr des Hasen), Eis, Kurzgeschichten, Alles absolut bestens bei mir, Krimis, Der Mond flieht, Finnisches Feuer, Filme, Kinderbücher, Jugendliteratur