

**Nachrichten aus der Abteilung Buchhandel  
an der Wirtschafts- und Kaderschule KV Bern**

## → Pegasus

**Nr. 99**

April/Mai 2010

---

### **Editorial**

---

In den Ferien hatte ich oft Gelegenheit, Winnie The Pooh zu lesen. Das Beispielbuch auf dem iPad wurde mir in den USA gern vorgeführt, sobald ich mich als Buchhändlerin vorstellte. Besonders das Umblättern auf dem Touchscreen hat es den Leuten angetan.

Es ist verblüffend, wie sehr die digitale Welt das Buch braucht. Amazon lockt mit verbilligter Bis(s)-Reihe, um teure Frühlingsblumensamen zu verkaufen, Wikipedia will unbedingt das beste Lexikon sein und Google umgarnt niemanden so sehr wie die Bibliotheken.

Freuen wir uns über die grosse Anziehungskraft des Buches! In diesem Pegasus geht es um Laufbahnen, die damit begonnen haben. Die nächste Ausgabe erscheint im neuen Schuljahr. Für die Herausforderungen, die bis dahin noch warten, wünsche ich allen viel Energie – ganz besonders unseren Abschlussklassen.

Alles Gute.

Tanja Messerli

## Der Lyrik auf den Versen

### Hans Magnus Enzensberger: Optimistisches Liedchen (1999)

Hie und da kommt es vor,  
dass einer um Hilfe schreit.  
Schon springt ein anderer ins Wasser,  
vollkommen kostenlos.

Mitten im dicksten Kapitalismus  
kommt die schimmernde Feuerwehr  
um die Ecke und löscht, oder im Hut  
eines Bettlers silbert es plötzlich.

Vormittags wimmelt es auf den Strassen  
von Personen, die ohne gezücktes Messer  
hin- und herlaufen, seelenruhig,  
auf der Suche nach Milch und Radieschen.

Wie im tiefsten Frieden.

Ein herrlicher Anblick.

Ist er der grösste lebende deutschsprachige Dichter? Wäre es nicht grundfalsch im Gebiet der Poesie solch kompetitive Urteile zu fällen, müsste man sagen: Vielleicht. Hans Magnus Enzensberger (\*1929), gerne nach seinen Initialen nur HME genannt, gilt seit seinem ersten Gedichtband «Verteidigung der Wölfe» (1957) als der Aufklärer unter den deutschen Lyrikern – allerdings blieb er bei aller kritischen Vernunft immer spielerisch, spitzbübisch und von unnachahmlicher Leichtigkeit. HME ist aber noch mehr als ein Lyriker von internationaler Strahlkraft, er ist ein Universalgelehrter wie aus dem 18. Jahrhundert, ein herausragender politischer Essayist, ein Kosmopolit, Gründer der für Deutschland so relevanten Zeitschrift «Kursbuch», Kinderbuchautor, Übersetzer, Herausgeber wunderbarer Gedicht-Anthologien und Herausgeber der «Anderen Bibliothek».

Und zudem: Ein Schelm von bezwingender Heiterkeit, einer, der den Menschen stets so nimmt, wie er ist und Kulturpessimismus als vertane Zeit abtut. Lächelnd nimmt er auch seine eigene Inkonsequenz in Kauf, beinahe frivol wechselt er seine Meinungen, bleibt auch mit über achtzig höchst streitbar. Ideologien, feste Standpunkte, Prinzipien sind ihm zuwider: «Der Mensch hat keinen Standpunkt. Ein Baum hat einen Standpunkt. Der Mensch hat Beine, er kann dahin gehen und dorthin gehen», sagt er im Dokumentarfilm «Mein Leben» und freut sich diebisch über das gelungene Bild. Man kann nur und soll auch staunen über die intellektuelle und

schöpferische Kraft, die HME seit über 50 Jahren an den Tag legt und mit der er gegen alle so genannte Gesinnungstreue immer hellwach und kritisch, also aufgeklärt argumentiert.

«Optimistisches Liedchen» ist ein typisches Enzensberger-Gedicht, kunstvoll-elegant, sprachlich geschmeidig, leichtfüssig, und doch ungeheuer präzise und von intellektueller Tiefe. Da schaut sich einer den Alltag an und reibt sich die Augen: Die Menschen «auf den Strassen» bringen sich nicht nur gegenseitig nicht um, nein, sie helfen einander sogar – und dies «mitten im dicksten Kapitalismus»! Einer wird aus dem Wasser gerettet, ein Feuer prompt gelöscht und sogar der Bettler bekommt sein Almosen. Fast scheint es, als würde hier ein Bilderbuch für Kleinkinder aufgeblättert, wo freundliche Feuerwehrmänner, Polizisten, Krankenschwestern etc. die Welt flugs wieder gesund machen und nie wirklich Unheilbares passiert. Im Bild von «Milch und Radieschen» klingt sogar ein fast paradiesischer Zustand an, nur ein Wort ist Enzensberger von «Milch und Honig» entfernt.

Jedoch: Hinter der Beobachtung von «seelenruhigen» und hilfsbereiten Menschen im Zustand der Unschuld stehen die realen Verhältnisse: Kapitalismus, wir wissen es alle, das bedeutet Ausbeutung des Menschen durch den Menschen, das bedeutet Leben auf Kosten anderer, auf Kosten der Natur. Unschuldig ist hier niemand, jeder ein Mittäter. Es heisst ja im Gedicht nur «wie im tiefsten Frieden», der Vergleich spricht aus, dass der Schein trügt, dass der tatsächliche Zustand eben nicht der des Friedens ist, sondern der des Kampfes jeder gegen jeden. Eigentlich kann jeder nur für sich schauen, eigentlich muss es darum gehen, den anderen vorzuzukommen, sie im tagtäglichen Wettbewerb zu verdrängen, um selber nicht unterzugehen. Und doch ... Sind die Menschen nicht auch gutmütig und hilfsbereit? Fürsorglich und nächstenliebend? Gibt es nicht uneigennütige Handlungen? Gibt es nicht Engagement und, ja, auch Versöhnung? Dies zu verneinen, wäre Schwarzmalerei und würde ein apokalyptisches und also totalitäres Bild der Welt entwerfen – eine jener Ideologien, die Enzensberger abstossen.

Also haben wir es hier tatsächlich mit einem «Optimistischen Liedchen» zu tun? Ja, auch! Damit aber die ganze Sache nicht allzu versöhnlich ausgeht, hängt HME noch eine Zeile an: «Ein herrlicher Anblick» – womit die vermeintliche Idylle wieder ironisch relativiert wäre.

Hans Schill,  
Lehrer für Literatur- und Kulturkunde

PS: Der Film «Mein Leben», den die befreundete deutsch-amerikanische Schriftstellerin Irene Dische anlässlich von Enzensbergers 80. Geburtstag gedreht hat, lässt sich naturgemäss auf youtube ansehen. Ein Genuss!

Im nächsten Pegasus:

Hans Magnus Enzensberger – Der fliegende Robert

## Hintergründe im Bild I

### Woher kommt das Wort Buch?

Die Seite zeigt den Eintrag «Buch» aus dem dreibändigen Etymologischen Wörterbuch des Deutschen, erschienen im Akademie Verlag 1989 in Ostberlin.

**Buch** n. 'gebundene (Druck)schrift', ahd. *buoh* (8. Jh.), mhd. *buoch*, asächs. mnd. *bōk*, mnl. *boec*, nl. *boek*, aengl. *bōc*, engl. *book*, anord. *bōk*, schwed. *bok*, got. *bōka* (im Sing. 'Buchstabe', im Plur. *bōkōs* 'Schrift, Brief, Buch'). Germ. *\*bōks* ist ursprünglich ein der konsonantischen Deklination folgendes Fem.; doch der Übergang zum Neutr. vollzieht sich schon in früher (z. B. in ahd.) Zeit. Vielfach wird die Bezeichnung für identisch mit dem Namen der *Buche* (s. d.) gehalten; eine Entwicklung der Bedeutung von 'Buche' zu 'Buchenstäbchen, Runenstäbchen, Rune' und weiter zu 'Buchstabe' und 'Schriftstück, Buch' wird aber neuerdings (aus sachlichen Gründen) bezweifelt; vgl. EBBINGHAUS in: *General Linguistics* 22 (1982) 99ff. und bes. SEEBOLD *Etymologie* (1981) 290ff. Man zieht daher als außgerm. Verwandte aind. *bhāgaḥ* 'Wohlstand, Glück, Besitz, Vermögen' (zu aind. *bhājati* 'verteilt, teilt zu'), awest. *baga-* 'Anteil, Los', aind. *bhāgaḥ* 'Zuteiler, Herr', awest. *baya-* 'Herr, Gott' sowie aslaw. *bogъ*, russ. *bog* (бог) 'Gott' und (dehnstufig wie germ. *\*bōks*) aind. *bhāga-* 'Anteil, Besitz, Los', awest. *bāga-* 'Anteil, Los' heran, so daß eine Wurzel *ie. \*bhag-* 'zuteilen' zugrunde gelegt werden kann. Entsprechend ist auch für germ. *\*bōks* eine Bedeutung 'Los, Zugeteiltes' vorzusetzen, die sich zu '(zum Los bestimmtes) Runenstäbchen, Rune' weiterentwickelt und schließlich zu '(griech. bzw. lat.) Buchstabe' und (im Plur.) 'Schriftstück, Urkunde, Buch' führt. Alter Sprachgebrauch innerhalb des Germ. zeigt in der Tat vorzugsweise pluralische Verwendung. Mit der Entwicklung der Bedeutung 'niedergelegte Schrift, Schriftstück' wird singularischer Gebrauch möglich. *Buch*

bezeichnet unterschiedlich geheftete oder gebundene Lagen aus Pergament oder Papier, in nhd. Zeit insbesondere eine in sich abgeschlossene Druckschrift. Daneben lebt die Bedeutung 'geschriebenes Buch' vor allem in Zusammensetzungen wie *Rechnungsbuch*, *Tagebuch* weiter. — *buchen* Vb. 'in ein Rechnungs-, Geschäftsbuch eintragen, registrieren', vereinzelt im 16. Jh., öfters erst im 18. Jh.; heute auch '(eine Reise, einen Flug) bestellen', wohl in Anlehnung an gleichbed. engl. *to book*. *Buchung* f. 'Eintragung, (Vor)bestellung' (19. Jh.). *Bücherei* f. '(öffentliche) Bibliothek', seit Mitte des 17. Jhs. für *Bibliothek* (s. d.) und *Liberei* verwendet (vgl. nl. *boekerei*); wohl Übersetzung des im 17. Jh. noch geläufigen *Liberei* (aus mlat. *libraria* f., spätlat. *librāria* n. Plur. 'Büchersammlung', zu lat. *liber* 'Schrift, Buch'). Obwohl von Puristen befürwortet, setzt sich *Bücherei* neben *Bibliothek* nur langsam durch und bezeichnet vorwiegend kleinere Bibliotheken, vgl. *Dorf-, Stadt-, Volksbücherei*; dagegen *Deutsche Bücherei* (gegründet in Leipzig 1912). *Büchewurm* m. 'in Büchern lebende Larve', übertragen 'eifriger Bücherleser'; vereinzelt Ende 17. Jh., geläufig seit 1750. *Buchhalter* m. 'kaufmännischer Rechnungsführer' (Anfang 16. Jh.), Ableitung aus der Zusammenbildung *buchhalten*, auch *Bücher halten* (Ende 15. Jh.), der Übersetzung von ital. *tenere i libri*. *Buchhaltung* f. 'Buchführung', seit dem 16. Jh. vereinzelt neben *Buchhalten* n., geläufig seit dem 18. Jh. *Buchmacher* m. 'Vermittler von Wetten' (Pferderennen), Übersetzung von gleichbed. engl. *bookmaker* (19. Jh.).

## Hintergründe im Bild II

### Immer weniger Buchhandlungen im Lande?

Gelesen wird jedenfalls überall. Diese urchige Lese-Ecke hat Gabriela Fernandez in Braunwald im Glarner-Land entdeckt.



## Laufbahnen

### Vom Buchhändler zum IT-Journalisten

**Christoph Hugenschmidt (51)\* kennt die Informatikbranche wie kaum ein anderer Journalist. Vor fünf Jahren hat er sein eigenes Online-Medium inside-it.ch gegründet. Und würde es wieder tun.**

Inserateinbruch? Stellenabbau? Krise? Hier nicht. Die Redaktion von inside-it.ch gedeiht prächtig. Eher schmiedet sie Pläne zum weiteren Ausbau, als dass sie den Gürtel enger schnallen müsste. «Zuerst wollen wir aber unsere Löhne erhöhen», sagt Gründer und Mitinhaber Christoph Hugenschmidt – Saläre, die sich im Branchenvergleich zwar am unteren Rand bewegen, aber schon heute 14-mal im Jahr ausbezahlt werden. Das Inselchen der Glückseligen im sturmgeplagten Medienocean befindet sich in einer ehemaligen Fabriketage an der Zürcher Kanzleistrasse. Vor fünf Jahren unternahm Hugenschmidt, zuvor Chefredaktor der Fachpublikation «IT-Reseller», mit einem Redaktionskollegen den Schritt in die unternehmerische Selbstständigkeit und gründete inside-it.ch. «In der Informatikbranche bestand das Bedürfnis nach journalistisch aufbereiteten Nachrichten», weiss Hugenschmidt.

Vor einer grossen Fensterfront und im Raum verteilt stehen schmucklose Pulte. In seinem Sessel versunken sitzt Hugenschmidt und tippt vor sich hin. Wenn er sich erhebt, steht plötzlich ein Hüne von einem Mann vor einem und man versteht, dass es nicht nur Koketterie ist, wenn er sagt: «Mir glaubt eh niemand, dass ich Journalist bin.» Handwerker oder Holzfäller würden zumindest vom Äusseren her sicher besser passen. Aber das ist er nicht. Sondern einer der besten Kenner der schweizerischen IT-Branche. Wer mit Informatik zu tun hat, ob als Hersteller, Verkäufer oder Anwender, muss stets mit einem Anruf von Hugenschmidt und seinen Kollegen rechnen.

«Wir sind total unabhängig und lassen uns von niemandem kaufen», sagt der gelernte Buchhändler. Das ist auch als Kritik an den sogenannten Fachmedien zu verstehen, zu denen Hugenschmidt seine Online-Plattform inside-it.ch nicht gezählt wissen will. «Wenn uns jemand fragt, was er tun könne, damit wir über ihn berichten, sage ich einfach: Geht Konkurs, dann ist das für uns eine News.» Diese entwaffnende Direktheit, vorgetragen mit

einer für Hugenschmidt typischen schalkhaften Hemdsärmeligkeit, zahlt sich offenbar aus. Von Werbung und Sponsoring leben die sechs MitarbeiterInnen – vier Journalisten, ein Akquisiteur und die Buchhalterin – ganz gut. Das hat sich in der Branche herumgesprochen. Immer öfter meldeten sich arbeitslose Kollegen bei ihnen auf der Suche nach einem Job. Leute zum Teil, die noch vor wenigen Jahren die Nase gerümpft hätten und in der Startphase nicht bei inside-it.ch einsteigen wollten. Zu riskant. «Jetzt kommen sie», weiss Hugenschmidt. «Unser Erfolgsmodell ist auch der schlanke Apparat.» Das heisst: volle Konzentration auf den Journalismus – von der schnell geschriebenen Personallie über die aufwändige Recherche bis zur freitäglichen Kolumne.

Die besten Geschichten erfährt er auf Branchenpartys. Hugenschmidt ist ein geselliger Mensch, der es mit allen gut kann. Und in der Branche geniesst er den Respekt, der einem unabhängigen Chronisten gebührt. Kein Problem haben die Informatikmenschen damit, dass Hugenschmidt als Aktivist der Menschenrechtsgruppe «Augenauf» mitunter pointiert öffentlich Stellung nimmt gegen die Staatsgewalt. «Wer das wissen will, kann und darf das wissen.» Denn für sie sei er Journalist, und das mache er professionell. «Ich könnte nie mit einem weltanschaulich geprägten Job Geld verdienen.»

Nick Lüthi

Dieser Text wurde zuerst im Schweizer Medienmagazin KLARTEXT 5/2009 veröffentlicht. Der Pegasus dankt herzlich für die Abdruckgenehmigung.

\* Christoph Hugenschmidt hat seine Buchhändlerlehre von 1977 bis 1979 in der Buchhandlung Wepf & Co. in Basel gemacht. Das war damals eine bekannte und grosse Buchhandlung mit namhafter Kundschaft wie Roche, Ciba-Geigy, Sandoz und der ETH. Danach führte er die «Buchhandlung Grün 80», ein Joint-Venture zwischen den Buchhandlungen Wepf und Jäggi an der grossen Gartenbauausstellung 1980. Später arbeitete er in New York bei Transbook Inc. wo er für Wepf, Jäggi und Stählin einkaufte. Nach einigen Einsätzen bei Huber & Co. in Zürich hatte er genug von den «Hungerlöhnen im Buchhandel» und liess sich als Schriftsetzer anlernen.

## Traumberuf Lektorin

Als ich Anfang 1990er-Jahre zum ersten Mal etwas von einem Lektor oder einer Lektorin hörte, tönte das ein bisschen wie im Traum. Jemand, der den ganzen Tag einfach liest? Und dabei noch Geld verdient? Ganz so würde es in der Realität sicher nicht sein, aber zuerst einmal ging es nicht ums Geldverdienen, sondern «nur» ums Lesen. Denn Lektorin konnte man – zumindest in der Schweiz – nicht lernen, sondern nur werden, und ein Germanistikstudium war ein guter erster Schritt dorthin.

### Autoren schreiben keine druckfertigen Bücher

Ich hatte Glück, dass ich bereits während meines Studiums einen weiteren Schritt tun konnte. Beim eFeF-Verlag suchte man Studentinnen, die Manuskripte beurteilen oder Druckfahnen korrigieren wollten. Dort bekam ich einen breiten Einblick in die reale Welt des Verlagswesens. Ich erfuhr, wie schwierig es sein kann, Bücher zu finanzieren und sie dann in die Buchhandlungen und damit zum potenziellen Leser zu bringen. Mir wurde klar, dass Menschen, die Manuskripte schreiben, noch lange keine Autoren sind, dass eine ansprechende Idee für ein Buch noch nicht heisst, dass jemand diese auch sprachlich umsetzen kann, und dass, wenn er es denn kann, das noch lange nicht bedeutet, dass er auf Anhieb ein sprachlich gutes und fehlerfreies Buch schreibt. Und nicht zuletzt kaufte ich meinen ersten Rechtschreibduden überhaupt, studierte die Korrekturzeichen, von denen ich noch nie zuvor etwas gehört hatte, und setzte zum ersten Mal selbst den Rotstift an.

Oft sind die Autoren sehr froh, dass sie mit dem Lektor oder der Lektorin einen neutralen Leser haben, der weder in der inhaltlichen Materie drinsteckt noch ein Freund oder Bekannter ist, der sie nicht zu kritisieren wagt. Schliesslich wollen sie ganz einfach ein gutes Buch machen. Trotzdem haben sie dann Mühe, ihr Manuskript loszulassen. Es steckt so viel Persönliches, so viel Herzblut und auch so viel Zeit drin. Da braucht es viel Fingerspitzengefühl seitens des Lektors. Alle Eingriffe in ein Manuskript, auch wenn sie – egal ob auf der sprachlichen, formalen oder inhaltlichen Ebene – immer sachlich begründbar sind, können den Autor sehr persönlich treffen.

### Den Autor oder die Autorin gibt es nicht

In einem ersten Gespräch mit einem Autor oder einer Autorin sage ich denn auch immer, dass ich mir dessen sehr bewusst bin. Häufig hilft das bei

der anschliessenden Zusammenarbeit. Auch ein paar andere Dinge spreche ich an, ich weise beispielsweise darauf hin, dass ein lektorierte Text noch kein korrigierter Text ist und deshalb noch Fehler enthalten kann. Häufig ist den Autoren auch nicht bewusst, dass grössere Änderungen im gelay-outeten Text einen neuen Seitenumbruch und damit viel Mehraufwand bedeuten können, der sich auch in den Kosten niederschlägt.

Warum kommt es trotzdem immer wieder zu Missverständnissen, die ebendiese Bereiche und Abläufe betreffen? Der Stämpfli Sachbuchverlag gibt jährlich ungefähr zwanzig Bücher heraus, die wenigsten davon sind von Autorinnen und Autoren, mit denen wir bereits zusammengearbeitet haben. Man hat keine gemeinsamen Erfahrungen, keine gelungenen Projekte, auf die man zurückblicken kann, und das Vertrauen muss immer wieder neu aufgebaut werden. Eine andere Herausforderung ist sicher, dass man dem Autor oder der Autorin die kritischen Punkte auch so erklärt, dass er sie versteht. Es ist ein grosser Unterschied, ob man einen Fünfundzwanzigjährigen, der mit dem Computer gross geworden ist, darauf hinweist, dass ein neu einzufügender Satz den ganzen folgenden Text verschiebt, oder einem Pensionierten, der sein Manuskript von Hand geschrieben und von jemandem hat abtippen lassen. Einem Journalisten braucht man den Unterschied zwischen Lektorat und Korrektorat nicht weiter zu erläutern, und jemandem, der aus der grafischen Industrie kommt, ist die Abstimmung der einzelnen Arbeitsschritte aufeinander zum Vornherein klar.

### Lektor – eine Berufung mit vielen Berufen?

Während ich meine ersten Erfahrungen im Verlagswesen machte, wurde mir bewusst, dass der Stellenbeschrieb einer Lektorin beinahe so unterschiedlich aussehen kann wie die Verlage, deren Programme und Strukturen. Manchmal ist die Lektorin die Programmleiterin und bestimmt, welche Bücher in die Verlagsvorschau kommen. Manchmal ist sie die Projektleiterin, koordiniert und erstellt die Terminpläne und ist dafür verantwortlich, dass alle beteiligten Stellen – Lektorat, Satz, Korrektorat, Druck, Buchbinderei – diese auch einhalten. Zum eigentlichen «Lesen» kommt sie dann kaum mehr. Sie kann aber auch einfach die Korrektorin sein, die die Druckfahnen zum Lesen erhält.

Bei Stämpfli bin ich von allem etwas. Ich sichte Manuskripte, und meine Meinung ist gefragt, wenn entschieden wird, ob man ein Buch ins Verlagsprogramm aufnimmt. Je nachdem lektoriere ich die Manuskripte, oder ich korrigiere nur den

gelayouteten Text. Da ich die einzige Lektorin im Sachbuchverlag bin, stimme ich meine Termine selbst aufeinander ab, und manchmal erstelle ich gleich den ganzen Terminplan. Bei Bildbänden beschränkt sich meine Arbeit häufig aufs Korrigieren, bei Sachbüchern kann die Zusammenarbeit mit dem Autor so intensiv sein, dass ich für ihn zur wichtigsten Ansprechperson werde und die Projektleitung übernehme. Und nicht zuletzt erstelle ich Pressemitteilungen, schreibe Texte für die Verlagsvorschau und für den Buchumschlag.

Mit jedem neuen Projekt – so kommt es mir manchmal vor – werden die Komponenten neu zusammengesetzt oder kommt etwas völlig Neues dazu. Das ist es, was meinen Beruf so spannend macht ... und manchmal auch anstrengend.

Benita Schnidrig\*

\* Benita Schnidrig, lic. phil. hist., war freie Mitarbeiterin des eFeF-Verlags, Korrektorin für Scherz Verlag, bei Mengis Druck und Verlag und bei der Berner Zeitung. Sie war Mitbegründerin der aaa-zzz GmbH, die in den Bereichen Korrigieren, Lektorieren und Redigieren tätig war. Ab 2003 arbeitete sie als stellvertretende Leiterin Korrektorat/Lektorat bei der Stämpfli Publikationen AG, seit 2008 ist sie Lektorin im Stämpfli Sachbuchverlag.

## Die Buchhändlerin als Verlegerin

Liebe lernende Buchhändlerinnen und Buchhändler

Über dem Gerüst der neuen Website meines Verlags sitzend, überlege ich, die Buchhändlerin, welche Worte ich euch zum Thema Hintergrund im Verlag mitgeben will.

Für mich war der Verlag stets ein weites Feld. Ich habe mir als Buchhändlerin immer vorzustellen versucht, wie es dort zu und her geht. Besonders interessierte mich dabei der Hanser Verlag, den ich von Anfang an sehr schätzte. In den Neunzigerjahren gab es auf SF1 das Kulturmagazin «next», welches von Monika Schärer moderiert wurde. Aus Anlass eines runden Geburtstages hatte «next» einen Beitrag über Michael Krüger, den Verleger des Hanser Verlags (s. Pegasus 97), gesendet. Das schöne Portrait zeigte mir die vielen Facetten der Verlagsarbeit und weckte meine Neugierde erst recht. Hier wurde

mir ein so abwechslungsreiches Tun vermittelt, dass ich mich vor allem fragte, wie Michael Krüger – oder irgend ein Verleger – dieses komplexe Leben in seinen Tag gepackt kriegt? Ich war voller Bewunderung, aber gleichzeitig war mir auch bewusst, dass auch ich als Buchhändlerin dazu beitrug, dass ein Verleger verlegen kann. Ohne die Buchhändlerin, die im direkten Kontakt mit dem Käufer steht und ihn bei seiner Kaufentscheidung unterstützen und beraten kann, geht die Balance zwischen dem, was verlegt werden und dem, was gelesen werden will, schnell verloren.

Zweimal im Jahr besuchten Vertreter meinen Lehrbuchhändler, um ihm die neuen Bücher vorzustellen. Ich bekam das nur am Rande mit, aber ich wusste, dass der Vertreter seinen Arbeitsplatz nicht im Verlag hat, sondern dass er herumreist, die Buchhandlungen vor Ort besucht und sein Büro meist bei sich zu Hause betreibt. Auch das interessierte mich.

Meine Neugierde auf die Verlagswelt blieb auch nach der Lehre gross und darum habe ich mich für ein Volontariat beworben und es glücklicherweise bekommen. Das war im Jahr 2000, und seither habe ich immer in Verlagen gearbeitet. Verlagsarbeiten – das merke ich jetzt beim Nachdenken darüber – sind für mich zur Selbstverständlichkeit geworden, und es fordert mich heraus, sie für euch zu projizieren. Aber es gibt etwas, was allen Arbeiten gemein und absolut unentbehrlich ist: Das Lesen.

In einem Verlag erscheinen übers Jahr verteilt eine bestimmte Anzahl Bücher. Die guten Manuskripte zu finden, genauer zu lesen und darüber zu reflektieren ist ein täglicher – alltäglicher – Prozess. Ist ein Buch geplant, wird sein Erscheinungstermin bereits Monate im Voraus festgelegt. Bei der Entscheidungsfindung, welcher der beste Zeitpunkt wäre, müssen verschiedene Komponenten einbezogen werden. Zum Beispiel:

- Wann frühestens oder spätestens kann man mit dem Manuskript rechnen?
- Bis wann wird es fertig lektoriert sein?
- Wie sieht die Marketingstrategie für den Titel aus?
- Gibt es einen Text, bei dem eine bestimmte Jahreszeit überwiegt?
- Werden Leseexemplare produziert?
- Stehen die einzelnen Autoren für Lesungen zur Verfügung und wenn ja, ab wann?
- Welche Autoren müssen unbedingt an der Buchmesse in Frankfurt präsent sein?

Das Wichtigste dabei ist, dass alle Beteiligten aus allen Verlagsressorts die Buchinhalte soweit kennen, dass sie wissen, wovon gesprochen wird, kurz: dass alle Verlagsmitarbeitenden die gleiche Ausgangslage haben. Lesen ist das Fundament, um in einem Verlag alles zu bewältigen, was täglich anfällt, und das ist viel, denn es erscheint ja nicht nur ein Titel pro Halbjahr und Verlag.

Ohne das Lesen ist Verlagsarbeit nicht möglich. Ohne Erfühlen der Welten, die sich durch die Lektüre bei jedem Einzelnen öffnen oder öffnen könnten, kann man im Verlag nicht wirken. Ich als Buchhändlerin, als Verkaufsfrau, konnte Inhalte, von denen ich keine Ahnung hatte, auch nicht gut wiedergeben. Floskeln wirken nicht authentisch. Ich wollte immer wissen, was ich anbiete. Für mich ist das Lesen der Kern, aus dem alles gedeiht.

Das Eintauchen in Texte passiert nicht im Verlag, vor dem Computer. Es findet zu Hause auf dem Sofa, in einem Café oder im Zug statt. Gerade letzten Samstag hat mich ein unveröffentlichter Text von Köln nach Zürich begleitet. Ich war richtig froh um die Zugverspätung und den längeren Aufenthalt in Mannheim. Ich lese täglich, aber nicht immer Bücher und Manuskripte. Es gibt Tage, an denen ich mich nicht auf Buchtexte konzentrieren kann und eine Pause mache.

Ich bin neugierig auf die Menschen und die Welt, seit Kindesbeinen lese ich deshalb alles, was mir in die Finger kommt. Mein Vater hat mir erzählt, dass ich Unliebsames nur gegessen habe, wenn das Lexikon mit den farbigen Abbildungen aufgeschlagen auf dem Tisch lag. Während er mir die einzelnen Einträge erklärte, schaufelte er mir wie nebenbei den Spinat in den Mund. Lesen lenkt ab von Unangenehmem und weckt die Lebenslust. Ich kann beim Lesen in meinem Kopf eigene Filme erzeugen. Aus dem Fundus meiner bisherigen Erfahrung und aus dem Fundus des Autors, der das alles bei mir anregt.

Alles in und an einem Buch ist individuell, aber sein Ursprung ist der Text. Der Urheber hält seine Vorstellungen während des Schreibens in Worten fest. Er erfindet Figuren, erweckt sie zum Leben, bewegt sie auf seiner Plattform, bis sie sich im Laufe der Geschichte verselbständigen. So entsteht ein einzigartiger Kosmos. Dass uns so viele Welten in Form von Büchern zugänglich sind, verdanken wir unserem Drang nach dem Weitererzählen, aber auch den Möglichkeiten der heutigen Technik und ganz besonders allen, die Bücher kaufen und lesen.

Lesen macht einerseits einen Grossteil unserer Kommunikation aus. Andererseits brauchen Menschen Phantasie- und Sehnsuchtsnahrung genauso wie die Luft zum Atmen. Deshalb habe ich einen Verlag gegründet. Lesend neue Inhalte zu finden, zu erspüren, ob sie nicht nur mich berühren, sondern auch andere faszinieren, zu sehen, ob sie einen in eine andere Zeit versetzen – das ist für mich eine Bereicherung, eine Herausforderung und ein guter Grund zu leben und zu arbeiten.

Bücher verbinden Menschen und stellen sie in Relation zueinander. Wer liest, merkt: Da ist nicht nur meine Welt. Wer sich in eine Geschichte hineinversetzt, erlebt eine neue Perspektive. Schon als Kind liebte ich Lebensgeschichten, und die Leute erzählten mir gern. Ich brauchte permanent Futter, um meine Vorstellung zu nähren, und das ist bis heute so geblieben. Es gibt nichts Schöneres als diesen Hunger übers Lesen zu stillen!

Lesen ist der Hintergrund und die Folge eines jeden Buches. Ich fordere euch auf, dies in die Welt hinauszutragen. Es ist wichtig, und ihr habt es in der Hand.

Susanne Schenzle\*

\* Susanne Schenzle ist Buchhändlerin, war Mitarbeiterin beim Ammann Verlag, Limmat Verlag, Arche Verlag und Dörlemann Verlag. 2010 gründet sie einen eigenen Verlag, die ersten vier Bücher erscheinen im Herbst.  
Kontakt: Schenzle@gmx.ch

---

## Der Beginn einer Laufbahn

---

**Jedes Jahr machen wir einen Perspektive-Halbtage für die Abschlussklassen. Für diesen Anlass befragen wir jeweils unsere Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger des Vorjahres. Auf die Frage, wie es im Sommer 2009 nach ihrer Lehre weiter gegangen ist, haben viele unserer Ehemaligen geantwortet. Wir publizieren hier – ohne Namen – einige Auszüge.**

« Ich arbeite zu 50% weiterhin bei Thalia in meiner Wunschabteilung, dem Sachbuch. Da betreue ich ebenfalls meine Wunschwarengruppen (Architektur, Innenarchitektur, Kunstfotografie, Kunst/Künstler, Mode und Musik Jazz/Klassik). Nebenbei besuche ich den Basiskurs an der Jazzschule Basel mit ca. 4 Stunden pro Woche und nebenbei übe ich (was denn sonst). »

« Ich bin direkt nach der Lehre ins Bestellbuch/Backoffice meines Lehrbetriebes gegangen und arbeite 100%. »

« Mein Werdegang im letzten halben Jahr war für mich zwar sehr zufriedenstellend aber ansonsten alles andere als spektakulär. Ich arbeite in einer Buchhandlung. Für die Lehrabgänger ist es sicherlich nicht sehr motivierend zu hören, dass ich nach der Lehre einige Monate keine Anstellung hatte. »

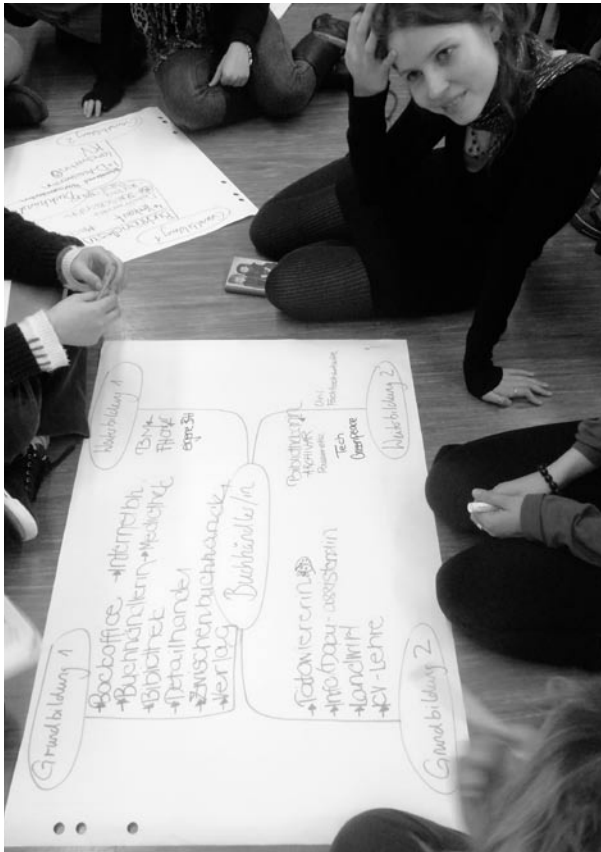
« Ich habe mich während des dritten Lehrjahrs an vier Schauspielschulen beworben und in Zürich an der ZHdK hat's dann geklappt. Nun bin ich Schauspielstudent an der ZHdK und habe die Möglichkeit den Bachelor und den Master in Vertiefung Schauspiel zu absolvieren. Dank meiner Lehre kann ich in den Semesterferien in der Buchhandlung Lüthy arbeiten. »

« Ich habe nach Abschluss meiner Lehre eine Woche Ferien gemacht und dann sofort am 3. August 2009 meine neue Ausbildung zur Informations- und Dokumentationsfachfrau in der Zentralbibliothek der Universität Bern begonnen. Diese wird zwar nochmals drei Jahre dauern, aber dank meiner ers-

ten Ausbildung kann ich in der Schule einige Fächer auslassen. Der Beruf hat ohnehin viele Parallelen zum Buchhandel. Nur, dass wir weniger als Berater tätig sind (dafür haben wir extra eine Auskunft). Aber z.B. in der Erwerbung läuft alles, was mit dem Bestellen neuer Bücher zu tun hat, sehr ähnlich wie im Buchhandel und eigentlich hat auch die Ausleihe Ähnlichkeiten, ausser dass es keine Verkaufstätigkeit gibt, ausser höchstens einmal eine Kopierkarte oder neue Benutzerkarte kassieren. Was ich persönlich sehr schön finde, ist die Tatsache, dass alle Bücher, die ich herausgebe, irgendwann wieder zu mir zurückkommen. »

« Nach meiner Lehre bin ich direkt wieder an die WKS gegangen, um dort die einjährige Berufsmaturitätsschule zu absolvieren. Gleichzeitig arbeite ich am Wochenende in einer kleinen Buchhandlung. Zusammen mit meiner Mutter wechsle ich mich ab mit den Arbeitstagen. Wir verkaufen religiöse Bücher in Englisch, Italienisch, Französisch sowie italienische und französische Bibelgeschichten für Kinder. Zudem verkaufen wir auch CDs und DVDs, die bei unseren Kunden gefragt sind. Ich habe so die Möglichkeit, alle gelernten Aufgaben als Buchhändlerin auszuüben und sogar eine eigene Buchhaltung





Perspektivehalbttag 2010, BH3A

zu führen. Es macht echt Spass! Vielleicht interessiert sich noch jemand besonders für die kaufmännische BM: An der WKS ist der Stundenplan so, dass wir nur 4 Tage Schule haben. Die Anforderungen sind hoch, aber es ist machbar! In den Gebieten der «Volkswirtschaftslehre», «Basic Management» und «Finanzwesen» muss ich etwas mehr Zeit investieren als für die anderen Fächer. Aber ich habe ja schliesslich am Freitag «frei». Der Unterricht in Deutsch ist ziemlich gemütlich, also da haben wir aus dem Buchhandel halt schon einen Vorteil!»

«Nach der Lehre habe ich direkt eine 80% Stelle in der Mediothek der PH Pädagogischen Hochschule Bern angenommen. Ich arbeite im Magazin bei den Büchern und nicht in der Ausleihe und habe deshalb fast keine Kundenkontakte mehr (ausser am Telefon). Die Arbeit ist anders als in der Buchhandlung, aber es ist spannend. Ich kann viel lernen, es gibt immer wieder Weiterbildungen und Kurse die von der PH organisiert werden, in denen ich mein Wissen in verschiedensten Bereichen aufbessern kann. Und der Lohn ist besser als im Buchhandel.»

«Nach meiner Lehre begann ich in einer unserer Filialen zu arbeiten (100%), wo ich auch heute noch tätig bin. Im Sommer 2011 möchte ich eventuell noch eine Lehre als Floristin beginnen. Aber das ist noch ziemlich provisorisch ...»

«Ich habe direkt nach den Abschlussprüfungen ohne Ferien in meiner Lehrfirma weitergearbeitet, wo ich bis heute noch arbeite. Ich möchte in dieser Branche bleiben, jedoch die Richtung wechseln. Nach 3½ Jahren als Buchhändlerin im Laden, möchte ich auch die anderen Bereiche des Buchhandels genauer kennenlernen.»

«Ich konnte glücklicherweise zu einem 100% Pensum in meinem Lehrbetrieb bleiben und musste mir deshalb keine Sorgen um die berufliche Zukunft machen. Zuerst wollte ich einfach mal arbeiten und den ersten Lohn geniessen, deshalb plante ich keine Ferien und nahm mir vorerst keine ausbildungnerischen Projekte vor. Ich hatte in der Buchhandlung die Möglichkeit, im Backoffice Wareneingang zu machen, Internetbestellungen und vor allem auch die in der Abteilung arbeitenden Lernenden zu betreuen. Das war eine spezielle Situation für mich, da ich nun plötzlich auf der anderen Seite stand und die Balance zwischen Ausbilden (für die Azubis) und Wirtschaftlichkeit (Anspruch des Geschäftes) finden musste. Ab Februar 2010 werde ich mich beruflich verändern und im Staatsarchiv des Kantons Bern im Lesesaal und in der Aktenerschliessung arbeiten. Ich freue mich sehr auf diese neue Herausforderung und bin gespannt, wie fest ich den Buchhandel vermissen werde.»

«Ich habe mich nach der Lehre an verschiedenen Orten beworben und arbeite jetzt in einer Buchhandlung, die eine sehr gute Wahl war. Super finde ich, dass bei meiner jetzigen Stelle auch meine erste Ausbildung als Kauffrau gut zu brauchen ist, denn ich helfe zwischendurch im Büro aus. Das bringt Abwechslung. Toll ist auch, dass in diesem Laden noch andere Detailhandelsbranchen vertreten sind, wie Spielwarenhandel, Papeterie, Büromöbel und Buchbinderei/Rahmerei. Mir gefällt es, mit verschiedenen Arbeitskollegen und Verkaufsmaterialien zu arbeiten, wobei mich Bücher immer noch am meisten ansprechen.»

«Ich habe nach der Lehre ohne Unterbruch weitergearbeitet, denn ich habe eine Stelle in meinem Lehrbetrieb bekommen und betreue die Kinder- und Jugendbücher. Zudem bin ich in unserer Abteilung verantwortlich für die Lernenden. Ich arbeite sehr gerne im Buchhandel, deshalb sehe ich meine Zukunft in dieser Branche.»

## Du bist in meinen Augen

### Global Village: Wie ein Koreaner türkischen Kurden ihre eigene Sprache näherbringt

Es ist später Nachmittag, kurz vor der Dämmerung, als Han Sang Jin auf der Mauer der alten römischen Befestigungsanlage steht. Nachdenklich blickt er auf die Stadt, in der er nun seit über fünf Jahren lebt, er sieht erschöpft aus und ein bisschen traurig, ein schmaler Mann mit Kinnbärtchen und Brille, die Hände tief im Wintermantel vergraben.

Fünf Jahre also schon. Und dann auch noch in Diyarbakir. Es dürfte fröhlichere Orte geben als die graue Kurden-Metropole am Tigris, in der sich in diesen Tagen Polizisten und PKK-Anhänger wieder einmal Straßenschlachten liefern und die Türkei einer neuen Eskalation im Kurden-Konflikt entgegenzusteuern scheint.

Es ist ein Ort, von dem man ahnt, dass es an ihm bald noch ungemütlicher zugehen könnte - jetzt, da alle mit einem Verbot der Kurden-Partei DTP rechnen, der wichtigsten Interessenvertretung der Kurden in der Türkei.

Aber natürlich hat es einen Sinn, dass das Schicksal ihn, den 43 Jahre alten Friedensaktivisten aus Südkorea, ausgerechnet hierher in den rückständigen Südosten der Türkei verschlagen hat. Er, der Soziologe, der in einem anderen Leben Software-Spezialist war, hat es so gewollt, er ist über die Jahre ein Teil dieser Welt geworden. Er spricht die Sprache der Kurden, und er hat hier Freunde gewonnen, sie laden ihn zum Opferfest ein und zu Newroz, dem kurdischen Neujahrsfest. Er war sogar mal in ein kurdisches Mädchen verliebt.

Das Problem ist, dass es im Moment wieder einmal besonders schlecht steht um den kurdischen Patienten. Und das, obwohl doch in diesem Jahr alles besser werden sollte, ja die türkische Regierung sogar versprochen hatte, das Kurden-Problem endlich lösen zu wollen. Nun treiben Gerüchte um Misshandlungen des inhaftierten PKK-Führers Abdullah Öcalan erneut Zehntausende Kurden auf die Straßen. «Wie werden diese Leute erst auf ein Verbot der DTP reagieren, wann kommt der Südosten endlich zur Ruhe?», fragt Han Sang Jin.

«Das ist doch Herr Han», ruft ein Lehrer und reißt ihn aus seinen Gedanken. Eine Schulklasse hat ihn entdeckt, er ist hier eine lokale Berühmtheit, sie stürmen die alten Stadtmauern hinauf. «Leute, schaut mal, dieser Mann ist aus Korea, und er spricht besser Kurdisch als ihr!»

Ein kurdisch sprechender Koreaner! Das ist eine Sensation in einem Landstrich, in dem es kaum Ausländer gibt. Aber Han Sang Jin hat sich daran

gewöhnt, ein Exot zu sein, er registriert die neugierigen Blicke kaum noch, auch die aufdringlichen Kinder im Viertel stören ihn nicht mehr. Er will nicht zu viel Aufhebens um sich machen. Es gehe nicht um ihn, sagt er, sondern um die Sache.

Es gehe um den Frieden.

«Wir Koreaner sind zu sehr mit unserem eigenen Konflikt beschäftigt», sagt er. «Ich habe immer gedacht, wenn sich alle südkoreanischen Friedensaktivisten auf die Versöhnung mit Nordkorea konzentrieren, sollte wenigstens ich mich mit dem Rest der Welt beschäftigen.»

Als Mitglied einer internationalen Friedensgruppe flog Han Sang Jin 2003 nach Bagdad, aus Protest gegen Südkoreas Beteiligung am Irak-Krieg. Den Job bei einer Software-Firma hatte er zuvor an den Nagel gehängt und seine erschrockene Mutter daran erinnert, was sie ihm doch stets geraten habe: Tu das, wozu du dich berufen fühlst. Er fühlte sich berufen, Friedensaktivist im Nahen Osten zu sein.

Nach dem Sturz Saddam Husseins blieb er im Irak. Bis ein Südkoreaner von Islamisten entführt und enthauptet wurde. Bis seine Regierung allen Landsleuten davon abriet, sich im Irak aufzuhalten. Doch Han Sang Jin wollte nicht nach Hause. Er wollte in der Region bleiben. Er reiste in die Türkei, nach Diyarbakir.

Er wollte mehr über den Kurden-Konflikt erfahren, über ein Volk, von dem die meisten Koreaner nicht einmal wissen, dass es existiert. Dazu, so sagte er sich, müsse er erst Kurmandschi lernen, den wichtigsten Dialekt der türkischen Kurden, den sie auch in Diyarbakir sprechen. Ein raues Idiom, sagt Han Sang Jin. Aber voller Bilder, voller Metaphern.

«Sarçawan», sagen sie hier zur Begrüßung: «Du bist in meinen Augen.» Die Gegrüßten erwidern darauf: «Mögen deine Augen nicht schmerzen.»

Er brauchte drei Jahre, um sich die Sprache anzueignen. Er lernte Tag und Nacht, obwohl er nicht mal ein Wörterbuch besaß. Aber er hörte zu, er machte sich Notizen, er entwickelte sein eigenes System. Zum Schluss wurde er so gut, dass er sogar Taxifahrer zu korrigieren begann, wenn diese mal schlechtes Kurdisch sprachen. Freunde ermahnte er, reines Kurmandschi zu sprechen, ohne türkische Füllwörter. Irgendwann sprach sich herum, dass der seltsame Koreaner ein Gespür für Kurmandschi besitze. Man lud Han Sang Jin ins Rathaus ein, er sollte Plakate übersetzen, für den Internationalen Frauentag, schließlich gab er sogar privaten Sprachunterricht in seiner kleinen Dreizimmerwohnung.

Die Sprache, sagt Han Sang Jin, sei jetzt der eigentliche Grund für ihn, in Diyarbakir zu bleiben. Sie weiterzugeben sei seine Art von Friedensarbeit.

Mit Müside Kaya, einer guten Freundin, 75 Jahre alt, hat er darüber neulich wieder gesprochen. Sie

erzählte ihm von jenen nicht allzu fernen Tagen, an denen sie noch auf offener Straße von Polizisten verprügelt wurde, nur weil sie es wagte, Kurdisch zu sprechen. Immerhin könne sie jetzt ungestört mit dem netten Ausländer plaudern, das sei doch schon ein Fortschritt.

Wie sonst solle er sich denn mit ihr unterhalten, antwortete Han Sang Jin. Er habe es in den fünf Jahren seines Türkei-Aufenthalts verpasst, auch noch Türkisch zu lernen.

Daniel Steinvorth

Dieser Artikel erschien erstmals im SPIEGEL 51/2009, die Rechte liegen beim SPIEGEL Verlag. Der Pegasus dankt dem SPIEGEL ([www.spiegel.de/abo](http://www.spiegel.de/abo)) bestens für die kostenlose Abdruckgenehmigung.



*Viele Buchmenschen haben die Heimat und Wahlheimat von Han Sang Jin an der Buchmesse in Frankfurt kennen gelernt: Korea war 2005 Ehrengast, die Türkei 2008.*



## Typografie im Alltag

Jeweils im 1. Semester des 2. Lehrjahres führe ich die Semesterarbeit zum Thema «Typografie im Alltag» durch. Die Lernenden sollen ein beliebiges Unterthema wählen (z.B. Buchcover, Partyflyer, Filmplakate, Beschriftungssysteme in Warenhäusern – erlaubt ist, was interessiert) und dazu fünf Objekte sammeln. Die visuelle Erscheinung dieser Objekte muss möglichst genau beschrieben, deren Inhalt interpretiert und mögliche Trends und Manipulationsabsichten seitens der Hersteller sollen erkannt und analysiert werden. Die Lernenden werden mit dieser Aufgabe zu einem Zeitpunkt konfrontiert, zu dem noch jeglicher fachliche und theoretische Hintergrund fehlt. Das zwingt sie dazu, die Gegenstände aus reiner Konsumentensicht zu betrachten und zu beschreiben. Ziel der Arbeit ist es, aufmerksam zu werden, vor allem bei der Werbung und im alltäglichen Konsumverhalten, sofern es mit Gestaltung zusammenhängt.

Bewertet werden nebst der Beschreibung und der Interpretation die Gestaltung eines eigenen Objekts und der Dokumentation.

Die Herangehensweise an diese Aufgabe ist jeweils sehr, sehr unterschiedlich und kann sowohl in rein sachlicher Betrachtung als auch in schon fast lyrischer Umsetzung münden. Nachfolgend lesen Sie Ausschnitte aus zwei unkorrigierten Arbeiten.

Aus Authentizitätsgründen wurden die Beiträge inhaltlich nicht und formal nur marginal lektoriert.

Hubert Neidhart

## Typoarbeit Yannick Müllhaupt Schokoladeverpackungen

Normalerweise nimmt man eine Schokoladentafel, reisst die Verpackung weg und isst genüsslich die Kalorienbomben, vergisst den Frust, geniesst die Schwangerschaft. Die Verpackung landet im Abfallimer, darüber legen sich später Cola-Dosen, Papiertücher und anderes. Trotzdem, wenn man das nächste Mal im Einkaufszentrum vor der Schokoladenwand steht, weiss man genau, welche Schokolade einem passt und wie sie schmeckt ... und wie sie aussieht. Doch was für Informationen befinden sich auf einer Schokoladentafelverpackung? Welche gestalterischen Sünden gibt es zu entdecken? Dieser Frage bin ich anhand von sechs Beispielen nachgegangen und habe vier verschiedene Schokoladenhersteller gefunden (und alles Schweizer Produkte, wenn die Deutschen schon im Fussball besser sind, dann sicher nicht in der Schokoladenproduktion!), die mich mit ihren Verpackungen schwach machen wollten. Obwohl die Schokolade nun in meinem Magen ruht, habe ich so einiges entdeckt.

### Lindt – Milch Extra



Lindt, feinste Schweizer Milch-Schokolade steht bescheiden auf der Verpackung. Was für die Schokolade stimmen mag, stimmt für die Verpackung kaum. Hier wurde an einigen Ecken und Enden gefuscht.

Der blaue Hintergrund erzeugt eine gewisse Tiefe und erinnert an das unendliche Meer. Dieses Gefühl wird durch den welligen Milchsee verstärkt, der sich im rechten unteren Viertel gebildet hat. Entstanden ist er durch eine Milchkanne, welche die Flüssigkeit aufopferungsvoll weiter in den See schüttet. Das helle Weiss vermischt sich mit dem dunklen Blau und es entsteht ein hellblauer Übergang, der den Hintergrund mit der Milch verbindet. Das funktioniert nicht schlecht. Der See liegt alles andere als ruhig da, einige Wellen stossen gegen aussen, entstanden sind sie durch das Einfüllen von weiterer Milch in die Mitte des Sees, wo sich ein Loch gebildet hat, durchaus logisch. Die Kanne hingegen schwebt wie ein Ufo in der Luft. Die Milch fällt wie

ein Wasserfall, allerdings völlig antiplastisch, eher wie eine gerade Säule.

Die Kanne selbst wäre gar nicht schlecht, sie ist äusserst gut gemacht und hat die richtigen Masse. Der 3-D Effekt klappt gut, auch wenn meiner Meinung nach die Innenseite schattiger sein müsste. Die Milch in der Kanne ist auf ein Minimum an Details reduziert, ein bisschen Schattierung und das war's. Was mich hingegen gestört hat, ist dieser komische Henkel, der eher an ein Brechisen erinnert und deplatziert wirkt, wie ein Teil, welches da gar nicht hingehört. Dafür scheinen die Schatten am richtigen Ort gemalt worden zu sein.

Ein Photoshopanfänger hat zwei Schokoladenstücke hinzu gesetzt. Beide scheinen fotografiert und anschliessend draufgeklebt worden zu sein. Denn die Schokolade zeigt ein Maximum an Detailfülle, hinzu kommt der geschwungene Lindt-Schriftzug, der auf die Schokoladenoberseite eingemeisselt wurde. Die beiden Schokoladenstücke surfen gelangweilt auf dem Milchsee und erinnern mich irgendwie an das Lied «Surfing in USA», welches man an dieser Stelle auch in «Surfing on the Milkyway» umtaufen könnte. Dabei ist mir aufgefallen, dass die Stücke von einem feinen Schatten umgeben sind, der sie dadurch (wenn man's genau nimmt) über der Milch schweben und nicht in ihr schwimmen lässt. Zudem stimmt das Grössenverhältnis zwischen den Stücken nicht, das vordere ist zu gross geraten und steht in einem anderen Winkel, was wiederum den Milchsee verändert. Da soll mal einer den Durchblick behalten ... Besser wäre gewesen, das hintere Stück ganz wegzulassen und das vordere in die Milch einzutauchen oder zumindest diesen feinen Schatten zu entfernen. Das hätte bereits einige Sünden verrauchen lassen.

Lindt steht in goldener Schrift geschrieben, geschwungen, unterstrichen, mit einem Drachensymbol am Ende. Das macht Eindruck, zeugt von Qualität. Kein Vergleich zur Fischmarkt Handschrift von M-Budget. Hier stimmt alles. Das L kommt ein wenig pompöser zum Vorschein, die Schrift steht leicht schräg und jeder Buchstabe verbindet sich mit dem nächsten. Einzig der i-Punkt kuschelt ein wenig stark mit dem L. Die gerade Strecke darunter ist genau im richtigen Abstand angesiedelt worden. Hinter dem Wort Lindt, steht das Firmensymbol eines Drachen mit einer Art Krone oder Ordensignet. Im Drachen sowie in der Krone kann man extrem viele Details erkennen, feine Linien, die Schuppenhaut, die Falten in den Flügeln, die Zunge, den geringelten Schwanz, die Zehen. Sehr lobenswert und wirkt extrem gut. Da hat sich wirklich jemand Mühe gegeben. Dieses Zeichen ist wirklich unverkennbar. Beide Daumen hoch! Zudem ist die Schrift leicht erhaben, wenn man mit dem Finger

darüber fährt, kann man dies spüren. Unter der goldenen (Trenn)Linie steht in einfacher Schrift (weder geschwungen, noch mit Serifen versehen) Milch Extra zusammen mit der französischen Übersetzung. Der weisse Ton stellt die farbliche Verbindung zur Milch her. Dies kann man gut nachvollziehen und es scheint gleichsam ein beliebter Trick bei den verschiedenen Herstellern zu sein. Die weiteren Beschreibungen stehen in kleiner goldener (blass und nicht glänzend) Schrift da, farblich passend zur Lindt-Schrift, und sind mit feinen Serifen geschrieben. Am meisten ist mir das z bei Schweizer ins Auge gestochen, da es komplett aus der Reihe fällt. Ob das typografisch richtig ist, darüber lässt sich streiten, mir hat es gefallen. Es ist speziell und kreiert eine eigene Melodie.

Die Lindt Schokoladenverpackung ist ein zweischneidiges Schwert. Zum einen überzeugt die ganze Schriftzusammensetzung und lässt sich ohne Probleme lesen, die Farbgebung ist einleuchtend. Spezielles Lob verdient der Lindt-Schriftzug, das ist wirklich gut gemacht und zeugt von Professionalität. Die Mitteilung, dass es sich hier um gute Schokolade handelt, wird eindeutig vermittelt. Dem entgegen wirkt das Bild mit Milchkanne, See und Schokoladenstücken, wodurch das gesamte Flair mit kindlicher Naivität zerstört wird. Ärgerlich! In der Absicht mir klarzumachen, dass sich in der Schokolade extra viel Milch verbirgt, geht der Schuss nach hinten los. Meine Begeisterung lässt abrupt nach, die tolle Wirkung der Schrift wird völlig überrollt. Zugegeben, den Minimalisten von Migros ist Lindt einige Kilometer voraus, doch bis auf den Olymp reicht die Treppe nicht.

### Cailler – Milch-Nuss

Der letzte Hersteller, der sein Glück versucht, setzt voll auf die Masche «Made in Switzerland». Schnell wird man von der Informationsflut überschwemmt und braucht einen Moment zur Orientierung. Hier wird gepunktet, was das Zeug hält. Und wo fängt man jetzt am besten an? Mit Cailler ... oder Caillei? Da hat sich das r scheinbar getrennt oder der i-Punkt ist weggehopt. Die Schrift scheint so, als wäre sie selbst durch Schokolade entstanden, das liegt vielleicht auch an der Farbe, die etwas «Schokoladenes» hat. Es scheint, als habe jemand mit einem Löffel mit flüssiger Schokolade auf ein Papier getropft und die Konturen anschliessend in Buchstaben umgeformt. Cailler wird dann von einer unregelmässigen Linie unterstrichen, unter dieser steht wiederum «of Switzerland» in normaler Schrift ohne Serifen und auch nicht als Imitation der oberen. Auf einem hellblauen Hintergrund (wieso ist blau nur so beliebt?) erstreckt sich wieder ein Milchsee, der von einem Milchwasserfall aus dem Nirgendwo gespeist



wird. Doch dieses Nirgendwo gefällt mir besser, als die komische Milchkanne von Lindt. Wieso dieser Wasserfall jedoch von der Form her wie ein weisser Baum in den Himmel ragen muss, ist dem kreativen Kopf hinter dieser Idee vorbehalten. Hinter dem Milchsee sieht man die schneebedeckten Silhouetten von Bergen (bestimmt die Alpen, ein Wunder, dass das Matterhorn nirgends zu sehen ist), die ohne viele Details auskommen.

Auf dem Milchsee treiben einige Nüsse ohne Schale, sie gehen trotz ihres Gewichtes nicht unter. Was mir jedoch komischerweise aufgefallen ist, ist der Vergleich der Nussformen mit den Bergen. Da ergibt sich doch eine Ähnlichkeit? Die Nüsse sind nicht ganz so spitz, aber mit ein bisschen Fantasie und einem weissen Pinsel könnte man da eine kleine Imitation herstellen. Das Alpenflair vermittelt die Verpackung trotzdem, die Milch könnte auch einen Bergsee darstellen und diese Wirkung wurde nicht verfehlt. Die Nüsse könnten auch als Steine bemalt werden. Schweizer Bergluft geht mir durch den Kopf.

Es folgt eine dunkelblaue Trennfläche, auf der in Weiss gut lesbar die Spezialität der Schokolade (Milch-Nuss) steht. An der rechten Seite erkennt man die feinen hellblauen Umriss der Schokoladenfabrik von Cailler. Doch wenn man genau hinsieht, kann man extrem viele Details wie Bäume, Büsche, Fensterrahmen usw. erkennen. In hellblauer Schrift steht «Maison Cailler depuis 1819». Die Farbe (Haus und Schrift) ist zu hell geraten und kann in keine Beziehung zu einer anderen gestellt werden. Dies ist jedoch auch schwierig, da ausser dem Schokoladenbraun kaum eine Alternative blieb. Das Haus ist zwar schön anzuschauen, überfüllt jedoch die sowieso schon reich gefüllte Verpackung noch weiter. Eine wahre Informationswelle bricht über einen herein. Zwei Schokoladenstücke liegen in der Mitte übereinander. Könnte eine Fotografie sein. Sie verbinden die verschiedenen Farbflächen gekonnt miteinander. Die letzte Fläche besteht aus einem hellen Weiss

mit drei Nüssen darin, welche kleine Wellen werfen. Das wirkt sehr aufgesetzt, da die fotografierten Nüsse einen zu starken Kontrast mit der weissen Fläche bilden. In schwarz (oder violett, je nach Lichteinstrahlung) steht nochmals eine kleine Information zum Inhalt da. Die gleiche Schrift wie auf der dunkelblauen Fläche, nur kleiner.

Zu guter Letzt verunstaltet eine Kalorienstabelle oben rechts die Verpackung, die den Kaloriengehalt pro Reihe angezeigt. Absolut unnötig und überfüllend weiter. Es soll mir mal jemand sagen, wer beim Kauf der Schokolade auf Kalorien achtet ... also bitte ... Vielleicht geht es darum, dass dieser Gehalt offiziell geprüft worden ist. Wow, das will aber was heissen. Hinzu kommt diese pillenformartige Kapsel, in der die Zahlen stehen, immerhin ist farblich ist kein Unfall geschehen.

Zurück bleibt ein von der Idee gutes Konzept, das jedoch unter einer zu starken Informationsfülle leidet. Es wird auf die Masche «Schweiz» gesetzt und diese Bergstimmung kommt gar nicht schlecht zum Tragen.

[ ... ]

### **Schlussfolgerung. Welches ist nun die beste Schokoladenverpackung?**

Vom Gesamtbild her, steht die Suprême-Packung an erster Stelle. Diese hat es mir einfach angetan. Die Farbe ist brillant gewählt und wenn man den Crème Brulée Topf wegzaubern würde, hätte ich nichts mehr auszusetzen.

Was habe ich daraus gelernt? Wahrscheinlich dass ich sehr kritisch sein kann, ob gerechtfertigt oder nicht, sei einmal dahingestellt. Nein, es ist bestimmt eine schwierige Aufgabe, eine Schokoladenverpackung zu kreieren und es steckt viel Arbeit und Aufwand dahinter. Was will man zeigen? Wie kann man den Kunden überzeugen, genau diese Schokolade zu kaufen? Der Grat zwischen Erfolg und Niederlage ist schmal, sehr schmal. Jeder verfolgt seine eigene Marketingstrategie, Migros setzt auf die Hausinterne Marke und versucht auch mit dem billigen Preis zu verlocken und somit die Kosten in Gewinn umzuwandeln, während die anderen besonders auf die Schiene «Made in Switzerland» setzen. Die Farbe Blau scheint beliebt zu sein und kommt immer wie-

der vor. Hier könnte ich nur mutmassen. Allgemein scheint es mir, als würden die Hersteller sehr auf ihre Namen vertrauen und darauf, dass der Kunde weiss, dass ihre Produkte von guter Qualität sind. Was ich erkennen musste, ist die Schwierigkeit, die im Gestalten einer Verpackung liegt. Sie darf in einem grossen Regal nicht untergehen und muss gut lesbar sein, damit die Werbebotschaft überbracht und verstanden wird. Dass man jedoch auf typografische und gestalterische «Verbrechen» ausweichen muss, ist die Kehrseite der Medaille. Was man sich bei Lindt gedacht hat, ist mir unverständlich. Vielleicht bin ich auch verwöhnt oder stelle zu

hohe Anforderungen. Denn schlussendlich geht es um den Inhalt, die Schokolade, und wie sie schmeckt. Da kann nicht das ganze Budget für die Verpackung ausgegeben werden. Das ist verständlich. Doch dass es auch anders gehen kann, zeigt Frey mit der Crema Catalana, die knapp an der Höchstnote vorbeischrämmt. Allgemein würde ich «weniger ist mehr» geltend machen. Teilweise wird hier arg geprotzt und auf die Tradition der Bünzli-Schweiz geklopft.

Zurück bleiben die Überreste in meinem Magen und die Erkenntnis, dass es die perfekte Verpackung wohl nie geben wird!

---

Typoarbeit Sibylle Balz

## Wellness-Tee Verpackungen – ein Vergleich des Designs

---

### Vorwort

Zum Thema «Typographie im Alltag» habe ich fünf verschiedene Tees der Sparte Wellness ausgesucht, ihre Verpackungsdesigns geprüft, beschrieben und miteinander verglichen.

Den Schwerpunkt habe ich auf die Vorderseite (Ansicht im Regal) der jeweiligen Produktverpackungen gelegt und deshalb speziell detailliert beschrieben. Die anderen Seiten der Verpackung spielen eine Nebenrolle. Dennoch finden sich auch zu diesen Seiten Beschreibungen, welche sich jedoch mehr auf die Informationen als auf das Design beziehen.

Anhand einer Tabelle habe ich die Verpackungen am Ende verglichen.

### Beispiel 1:

#### La Tisanière Wellness

Die Verpackung ist in einem frischen Grün gehalten, welches mit Weiss durchzogen ist. Die Vorder-, Ober- und die Rückseite sehen jeweils gleich aus.

In der oberen Mitte befindet sich ein ovales Fenster mit einem zirka 1,5 cm breiten Ring. Auf dem schwach gelblichen Grund dieses Rings ist oben in dicker blauer Schrift «LA TISANIÈRE» zu lesen. Unten steht die Teebezeichnung «WELLNESS» (auf der Rückseite in Französisch «Bien-Être»). Der innere und der äussere Rand des Ringes ist mit einer hellblauen dünnen Linie verdeutlicht.

Im Innern des Fensters befindet sich die Zeichnung einer jungen Frau. Zu sehen ist nur ihr Oberkörper. Sie ist braun gebrannt und ihr langes blondes Haar weht im Wind. Sie trägt ein blaues T-Shirt, einen gelb-

en Strohhut mit einem dünnen grünen Band. Im Hintergrund erstreckt sich ein gelbes, mit roten, blauen und violetten Blumen gesprenkeltes Feld, in dem zwei Bäume stehen, zum blauen Horizont.

Am linken Arm trägt sie einen Korb mit frischen Kräutern und drei Orangen oder Äpfeln. In der rechten Hand hält sie einige Kräuter, an welchen sie riecht.

Die Zeichnung ist auf der Oberseite durch eine transparente Folie ersetzt, durch welche man ins Innere blicken kann.

Das Oval ist auf den Seiten mit den fotografierten Inhaltskräutern (Eisenkraut, Pfefferminz, Anis und Melisse) umrahmt. Unter dem Fenster steht klein und dunkelgrün «Kräuterteemischung», oberhalb geht ein horizontales Band bis zur Kante der Verpackung.

Dieses hat die gleichen Farben wie der ovale Ring. Unten auf der Verpackung steht in drei Sprachen und in weisser Schrift «Nach der Mahlzeit». Links oben steht die Anzahl der Beutel.

Auf den Seiten der Verpackung stehen Angaben über den Vertrieb, das Ablaufdatum und die Zusammensetzung.

Auf der Unterseite befindet sich ein kleiner, dreisprachiger Werbetext und der EAN-Code.

[ ... ]



**La Tisanière**

**Lesbarkeit**

Wie gut sind die Informationen zu lesen?

Das Grossgeschriebene hat einen Schatten. Dies wirkt sich nicht optimal auf die Lesbarkeit aus. Das Kleingeschriebene ist teilweise kursiv und etwas zu klein geraten.

\*\*\*

**Übersichtlichkeit**

Sind die Infos (Was? Zutaten? Verpackungseinheit? Markenname?) leicht zu finden, oder ist Suchen notwendig?

Was es ist, ist zwar auf der Vorderseite zu finden, jedoch viel zu klein, um es auf den ersten Blick zu sehen. Die Zutaten sind nur für Geübte auf den ersten Blick zu erkennen (Bilder). Die Beschreibung ist bei den Zutaten auf der Seite der Verpackung zu finden. Der Rest ist übersichtlich und schnell zu sehen.

\*\*\*

**Wirkung**

Wie wirkt es auf mich?

Durch das Grün der Verpackung und durch die Bilder der Kräuter wirkt das Design sehr frisch. Die Zeichnung im ovalen Fenster dagegen lässt diese Verpackung ein wenig alt erscheinen.

\*\*\*

**Emotionaler Anspruch**

Würde ich dieses Produkt gleich kaufen, oder gäbe ich anderen den Vorrang?

Nach dem Vergleich mit den anderen Verpackungen würde ich es wohl eher nicht kaufen. Doch wenn es nur diesen Tee gäbe, griffe ich zu.

\*\*

**Gemeinsamkeiten, Auffälliges**

Dass bei Kräutertees die Kräuter auf der Verpackung abgebildet sind, ist eigentlich logisch. Interessant ist jedoch, dass nur gerade bei einem der untersuchten Produkte alle Hauptbestandteile abgebildet sind. Bei den anderen sind nicht alle Zutaten abgebildet, oder die Bilder stellen gar nicht den Inhalt dar, sondern geben nur an, dass es sich um Tee mit Kräutern handelt. Bei einem Produkt sind gar keine frischen Kräuter zu sehen, sondern nur ein Teebeutel.

Interessant ist auch die Farbgestaltung der Produkte. Die Farben der Verpackungen sind in einem grünen oder violetten Ton gehalten. Auch Pastelltöne sind sehr beliebt. Es ist jedoch gut möglich, dass ich beim Kauf unbewusst zu diesen Farben gegriffen habe. Obwohl ich mir extra Mühe gab, verschiedenartige Produkte auszuwählen.

Bemerkenswert ist, dass die fotografierten Personen beide auf pastellfarbenen Verpackungen abgebildet sind. Auch der fertiggebraute Tee ist nur auf diesen pastellenen Schachteln zu finden.

Die meisten Verpackungen strahlen Ruhe, Zufriedenheit oder Freiheit aus, oder versuchen dies wenigstens. Meiner Meinung nach sind dort, wo es nicht so gut gelingt, die Corporate Designer der Marken schuld. Diese versuchen, mit immer gleichen Produktdesigns für Wiedererkennungseffekte zu sorgen und stellen sich bei der Gestaltung eines individuellen Tees unüberwindbare Hürden in den Weg.

**Schlussfolgerung**

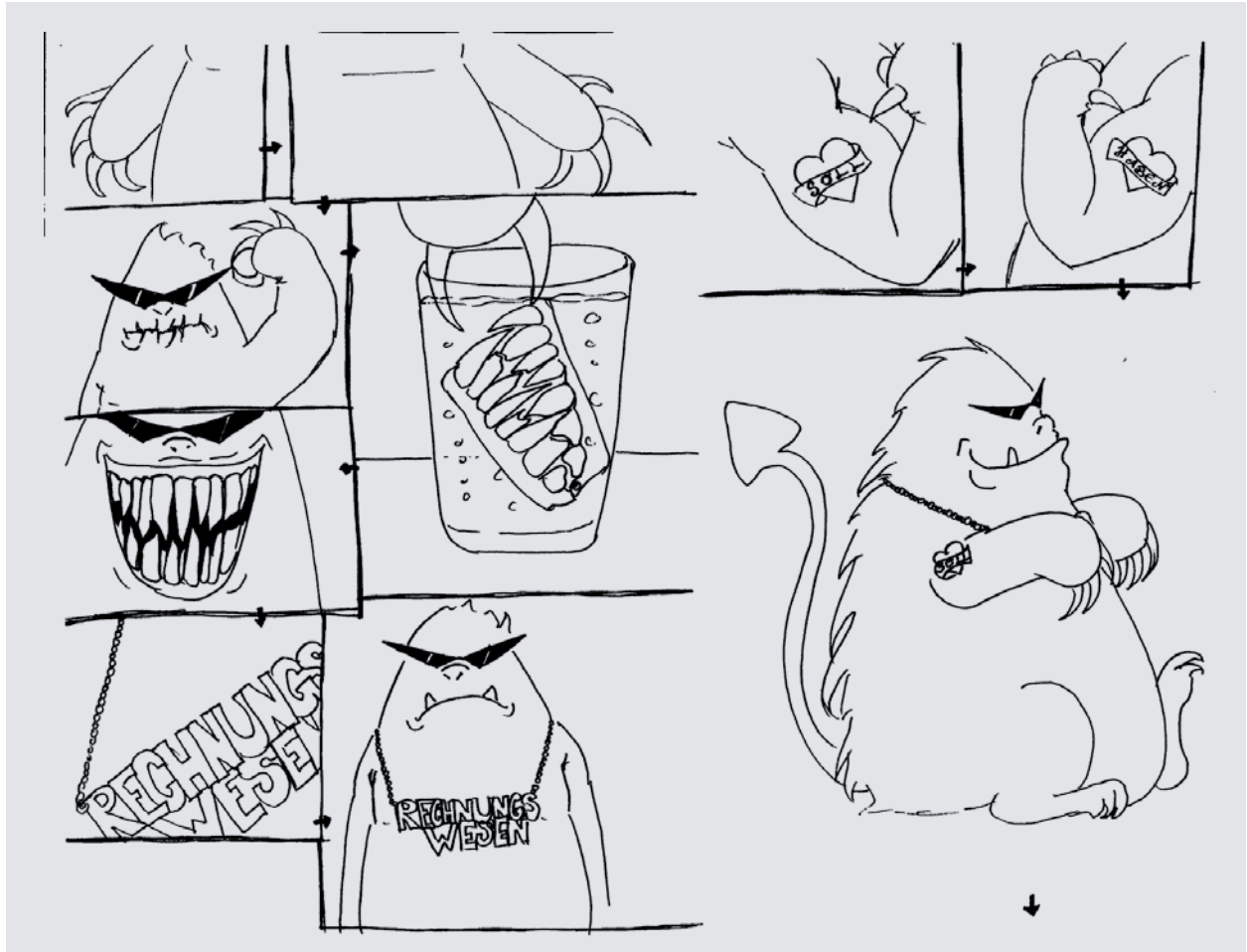
Um einen Wellness-Tee verkaufen zu können, braucht es einen Namen als Teehersteller, einen günstigen Preis oder eben ein ansprechendes Design. Die ersten beiden Punkte hat ein Unternehmen oder eben (noch) nicht. Daran kann nicht schnell etwas geändert werden.

Beim Design geht es schon besser. Zuerst sollte die Verpackung ausstrahlen, was das Produkt verspricht. Ruhe, Gemütlichkeit, Wohlbefinden ect. Gut geht dies mit hellen, frischen Farben wie Grün, Violett, Hellblau, Weiss oder Gelb sowie deren Schattierungen. Auch eine Tasse mit fertigem Tee oder eine Person, welche am Entspannen ist, erweckt den Wunsch, eben diesen Tee zu trinken oder es dem Modell gleichzutun und einfach nichts zu machen.

Danach sollte das Produkt modern sein. Also, keine «altbackenen» Zeichnungen, sondern schlichte Formen, welche einfach zu verstehen sind. Frische Kräuter geben dem Ganzen einen zusätzlichen Frische-Kick. Sie sollten jedoch auch dem Inhalt entsprechen. Auch Informationen wie z.B. Markenname, Teebezeichnung und Zusammensetzung des Tees dürfen nicht irgendwo versteckt sein. Sie müssen auf den ersten Blick erkennbar sein, damit der Kunde gleich sieht, mit was für einem Produkt er es zu tun hat.

Die untersuchten Teepackungen sind eigentlich ganz gut gestaltet, doch bei fast allen hätte ich noch Verbesserungsvorschläge (siehe Tabelle).

## Das Rechnungswesen von Stefanie Stalder



Dass das Rechnungswesen zwar den abschreckenden Auftritt liebt, aber im Grunde ein harmloses ist, zeigt Stefanie Stalder aus der BH2B in ihrem Comic. Erstmals erschienen im Schweizer Buchhandel vom April 2010.

## Eine kurze Geschichte der Buchhaltung

### Antike

Mesopotamien liefert die ältesten bisher gefundenen Relikte, welche kaufmännische Aufzeichnungen darstellen. Damals hielten Kaufleute aus eben diesem Grund ihre Gewinne (oder Verluste) in Keilschrift auf Tontafeln fest, denn bereits 3500 v. Chr. verlangten Könige einen Teil des Gewinnes als Abgaben. Von da aus, so wird vermutet, wanderte die (noch einfache) Technik Richtung Mittelmeer (Babylonien, Ägypten), wo Papyrusfetzen die Existenz von «Soll» und «Haben» belegen. Die Inder kannten die einfache Buchhaltung mindestens seit ca. 200 n. Chr. Da vor 3000-4000 Jahren zum grossen Teil noch mit Naturalien gehandelt wurde, wurden jeweils die blossen Geschäftsvorgänge als Plus dem Minus gegenübergestellt, etwa: «Zwei Schafe bekommen» – «Drei Sack Korn gegeben». Den Anfangsbestand der jeweiligen Ware trug der Händler oben in der Liste ein und so konnte er anhand der folgenden Geschäftsfälle nachverfolgen, wie viel er noch besitzen müsste. Auch Listen von Schuldnern und Gläubigern auf Tontafeln wurden gefunden. In der Antike besaßen die meisten Städte Zentralverwaltungen, welche auch die finanziellen Dinge genau dokumentieren.

### Mittelalter

Die Art der Aufzeichnungen blieb lange Zeit unverändert, da die meisten Händler mit nur einer oder wenigen verschiedenen Warenarten handelten. Dies änderte sich mit der zunehmenden Entdeckung neuer Waren durch Kontakt zu bisher fremden Kulturen, etwa zu den Chinesen im Mittelalter. Weite Strecken wurden überbrückt, sodass man gleich von möglichst vielen Dingen viel einkaufte, damit die langen Reisen auch rentierten. Erste Aufzeichnungen, die man als doppelte Buchhaltung bezeichnen kann, findet man denn auch in den mittelalterlichen europäischen Handelszentren, wie Genua, Florenz, Lübeck und vor allem Venedig, welches bis zur Renaissance den Mittelmeerhandel fast vollständig beherrschte. Dort wurde die heute gebräuchliche Buchhaltungstechnik entwickelt, wahrscheinlich im Austausch unter den venezianischen Händlern, die damals wohl die besten ihrer Zunft waren. Die Kontokorrentrechnung (Aufzeichnung von Forderungen und Verbindlichkeiten) übernahmen sie aus Genua, denn die dortige Regierung verwendete diese Technik schon ab 1340 zur besseren Übersicht der Staatsfinanzen. Doch erst in Venedig, wo auch das Bankgeschäft blühte, fand die Kontokorrentrechnung Eingang ins alltägliche Geschäftsleben. Ab 1495 findet man in den Geschäftsbüchern der Venezianer die Idee, für ver-

schiedene Kosten- und Einnahmeposten eigene Konten zu führen, welche nicht in verschiedenen Listen, sondern fortan in einem einzigen Journal doppelt aufgezeichnet wurden. Die Beherrschung der Doppelten Buchhaltung war eines der Erfolgsgeheimnisse Venedigs zum Aufstieg zur Renaissance-supermacht. Niedergeschrieben wurde das Geheimnis der «venezianischen Methode» vom Mönch Luca Pacioli in einem Lehrbuch über verschiedene mathematische Gebiete (1494), welcher deshalb fälschlicherweise oft für den Erfinder der doppelten Buchhaltung gehalten wird.

Der Grundgedanke der doppelten Buchführung ist mathematisch nicht anspruchsvoll, sondern einfach: alles, was in einer Firma passiert, wird zweimal aufgeschrieben. Hat ein Kaufmann zum Beispiel ein Fass Wein für zehn Dukaten verkauft, dann notiert er auf seinem Konto «Weinvorräte» die Buchung -19 Dukaten, auf seinem Konto «Kasse» die Buchung +10 Dukaten. Doppelt verbuchte Geschäftsvorgänge ermöglichen zu jeder Zeit eine «Bilanz». Das Wort stammt auch aus dem Italienischen «bilancia» (Waage). Wie bei der Waage gibt es zwei Schalen. Die rechte Passiva-Schale zeigt das Geld an, das in der Firma steckt, die linke Aktiva-Schale zeigt Geld und Dinge, die der Firma gehören.

### Der erste Konzern

Als ambitionierter Kaufmann reiste man natürlich nach Venedig, um diese Technik zu lernen. Ein gewisser Jakob Fugger tat dies in jungen Jahren; Er sollte der Begründer des ersten Handelskonzerns sein, der über ganz Europa Filialen hatte und mit allerlei Waren sowie Anleihen und Darlehen handelte, er verwaltete als Erster nicht mehr Geld, sondern Kapital. Er lernte von den Italienern und setzte der doppelten Buchhaltung die Krone auf: Als Erster begann er damit, periodisch Bilanz zu ziehen und Erfolgsrechnungen aufzustellen. Sein Buchhalter Matthäus Schwarz wurde zu einer «Buchhaltungs-Legende», gemäss heutiger Kenntnis war dessen Anteil am Erfolg Jakob Fuggers enorm. Bei der schieren Grösse des Fugger-Konzerns, der über 200 Jahre sowohl weltlich als auch geistlich zu den mächtigsten Institutionen in Europa gehörte, war für die Fugger eine übersichtliche Darstellung der Geschäftsvorgänge existenziell. Sie verdankten der Errungenschaft der nun vollständigen Buchführung mit Bilanz einen Grossteil ihres Gewinns. Bis heute hat sich die Art der Buchführung höchstens formal verändert, doch technisch wird sie in jedem Geschäft noch so angewendet wie vor 600 Jahren.

Silvio Kohler, BH2B

Weiter lesen: [de.wikipedia.org](http://de.wikipedia.org), Nikolaus Piper, Geschichte der Wirtschaft, Beltz 2007 (E-Book 2009)

## Finger-Tipps

### Shmoggen – oder die Notwendigkeit wichtige von unwichtigen Treffern zu unterscheiden

«Ich lebe ständig mit dem Gefühl, eine Information zu versäumen oder zu vergessen. Und das Schlimmste: Ich weiss noch nicht einmal, ob das, was ich weiss, wichtig ist [...]» Schirmmacher führt in «Payback»<sup>1</sup> aus, dass Computer und Internet unser Verhalten und unser Gehirn verändern. Er sagt, dass wir wieder lernen müssen, welche Information wichtig ist und welche nicht.

Recht hat er! Ganz besonders passt seine Forderung zu unserer Nutzung von Suchmaschinen. Viel zu oft – und viel zu gedankenlos – überlassen wir Google& Co. die Entscheidung darüber, welche Information wichtig ist und welche nicht. Die ersten Treffer nach einer Suchanfrage werden von uns meistens als wahr und wichtig angenommen, während wir die folgenden Treffer ignorieren. Ergebnisse 1 – 10 von ungefähr 169'000 für siri hustvedt – doch vielleicht ist gerade der 26. Treffer zur Autorin Siri Hustvedt für meine Recherche wichtig.

Die Suchergebnisse von Google& Co. haben wenig mit der Wichtigkeit und Verlässlichkeit einer Website oder gar mit der Qualität der Website-Inhalte zu tun. Wie aber entsteht diese Trefferliste? Nein, keiner kann Treffer kaufen<sup>2</sup> und die Websites werden auch nicht nach Wichtigkeit geordnet. Es geht vielmehr um deren Popularität und Verlinkung. Bei einer Suchanfrage bei Google& Co. werden mehrere Hunderte oder gar Tausende von Treffern aufgelistet. Wären diese Treffer völlig ungeordnet, wäre uns nicht viel geholfen. Deshalb ist eine der wichtigsten Leistungen der Suchmaschinen die Auflistung der Suchergebnisse nach einer bestimmten Reihenfolge. Nachdem der User eine Suchanfrage stellt, wird der Index der Suchmaschine mit den Suchbegriffen verglichen. Bei diesem Vergleich weist die Suchmaschine jeder Website einen Relevanzwert zu. Aufgrund dieses Wertes werden die Websites in der Trefferliste in eine Reihenfolge gebracht. Die Suchmaschine macht also für den User eine Relevanzbeurteilung aufgrund bestimmter Regeln. Diese Regeln, auch Ranking genannt, sind komplex und Google& Co. machen ein Geheimnis daraus. Es gibt aber bekannte Kriterien, welche die Trefferliste immer beeinflussen: Allen Usern ist klar: Je häufiger der Suchbegriff vorkommt und wenn dieser bereits am Anfang der Website steht, desto höher das Ranking in der Trefferliste. Viele User wissen auch, dass öfters aktualisierte Websites und

die Nähe der Suchbegriffe das Ranking positiv beeinflussen. Und ebenfalls, dass die Metadaten<sup>3</sup> und Metatags<sup>4</sup> für die Erstellung der Trefferliste berücksichtigt werden. Nun zählt aber beim Ranking vor allem das Verhalten aller User von Google& Co.: Je häufiger eine Website besucht wird, desto höher wird sie bewertet. Zusätzlich werden die Linksstrukturen einer Website analysiert: Je höher die Zahl eingehender Links auf einer Website ist, desto höher wird sie gewichtet. Es wird auch die Website analysiert, die das Votum abgibt. Das Votum einer Website, die selber «wichtig» ist, zählt mehr und verhilft zu einem höheren Ranking.

Jede Suchmaschine kennt noch weitere Ranking-Kriterien. Folglich lohnt sich – vor allem bei komplexen Suchen – die Abfrage bei mehreren Suchmaschinen. Verschiedene Suchmaschinen bewerten («ranken») keineswegs zur selben Zeit immer dieselben Websites in ihren Trefferlisten. Wer mehr als Google einsetzen will, findet bei Suchfibel [www.suchfibel.de] einen Überblick. Noch etwas aktueller und übersichtlicher ist SPRINT [http://sprint.informationswissenschaft.ch], das Schweizer Portal für die Recherche im Internet.

Übrigens: Wie die Trefferliste ohne Relevanzbeurteilung aussehen würde, zeigt eine Suchanfrage bei Shoogle [www.shoogle.org]. Shoogle wirbelt die gefundenen Websites nach einem Zufallsprinzip wild durcheinander. Da wird die von Schirmmacher geforderte Fähigkeit einzuschätzen, welche Information wichtig ist und welche nicht, essentiell.

Barbara Weger,  
Fachlehrerin Bibliografie und Recherche

<sup>1</sup> Frank Schirmmacher, Payback. Warum wir im Informationszeitalter gezwungen sind zu tun, was wir nicht tun wollen, und wie wir die Kontrolle über unser Denken zurückgewinnen. 978-3-89667-3367, Gebunden, Blessing 2009

<sup>2</sup> Es gibt AdWords. Das sind gekaufte Anzeigen. Sie sind farblich von der Trefferliste abgehoben und erschienen neben oder über den Suchergebnissen. Sie erschienen im Kontext der vom User gesuchten Suchwörter.

<sup>3</sup> Metadaten sind HTML-Elemente wie Titel, Überschriften, URL, Top Level Domain.

<sup>4</sup> Metatags sind Begriffe, die der Websitebetreiber in den HTML-Code integriert. Diese Begriffe sind für den User der Website nicht sichtbar. Wer bspw. eine Website für eine Reise-Fachbuchhandlung erstellt, wird Metatags wie Bücher, Reiseliteratur, Reisen, Toskanaromane, Reiseführer, Stadtführer, Reisewörterbücher, Finnland etc. definieren.

## Ausflug

### Visite de l'école professionnelle de commerce de Lausanne

Suite à notre visite de l'école professionnelle de commerce de Lausanne, département des libraires, nous tenons, Barbara Weger et moi-même, Tanja Messerli, à exprimer nos vifs remerciements à Monsieur le Prorecteur, Yves Forestier qui, nous ayant invitées, est venu en personne nous chercher à la gare. C'est dans cette école que tous les libraires francophones suisses accomplissent leur formation. Actuellement on compte 5 classes.

Le département des libraires de l'école professionnelle de Lausanne utilise sa petite taille comme point fort et favorise la communication entre les enseignants et le développement continu de l'enseignement en travaillant intensivement avec la e-plate-forme CLAROLINE obtenant ainsi des résultats très probants.

Nous avons visité l'école, passé un bon moment en salle des maîtres, et avant tout, nous nous sommes fait montrer et expliquer le nouveau Plan d'enseignement. Prises par l'intérêt de cette démonstration, nous avons complètement oublié de faire des photos. Nous en avons seulement quelques-unes à l'entrée comme souvenir.

Pour clore notre visite, nous sommes allées en compagnie du bibliothécaire Christian Benoît faire le tour des librairies lausannoises. A la FNAC, chez Payot et aux yeux fertiles, il nous a présenté des élèves actuels et d'anciens élèves de son école.

Nous remercions vivement messieurs Yves Forestier, Christian Benoît, le responsable de e-Learning, Jean-Luc Moret, l'interprète madame Yasmin Forestier pour cette agréable journée et pour l'excellente collaboration que nous entretenons dans les différentes commissions de nos associations.

ME

Traduction: Mary-Claude Roth



## Infoabend 2010



Neunundzwanzig Berufsbildnerinnen und Berufsbildner aus verschiedenen Teilen der Schweiz haben am 15. März ihren Weg zu uns gefunden. Der Schwerpunkt des diesjährigen Anlasses war der Unterricht. Die Fachlehrpersonen haben aufgezeigt, wie die neue Bildungsverordnung in der Schule umgesetzt wird. Wir haben aber auch über die Lernziele in den Buchhandlungen und die Lerndokumentation gesprochen und bei einem feinen Apéro viele andere interessante Themen der Ausbildung bilateral besprechen können.

Herzlichen Dank allen, die gekommen sind und allen, die diesen Anlass mit organisiert haben.

ME

## Schultage Buchhandel

2010/11	MO	DI	MI	DO	FR
BB1A				■	■
BB1B				■	■
BB2A	■	■			
BB2B	■	■			
BH3A		■	■		
BH3B			■	■	

2012/13	MO	DI	MI	DO	FR
BB1A				■	■
BB1B				■	■
BB2A	■	■			
BB2B	■	■			
BB3A			■		
BB3B			■		

2011/12	MO	DI	MI	DO	FR
BB1A	■	■			
BB1B	■	■			
BB2A				■	■
BB2B				■	■
BB3A			■		
BB3B			■		

2013/14	MO	DI	MI	DO	FR
BB1A	■	■			
BB1B	■	■			
BB2A				■	■
BB2B				■	■
BB3A			■		
BB3B			■		

■ alt    ■ neu

### 10 Infos zum Start

**Anmeldung:** Sie können das Anmeldeformular auf der Website [www.wksbern.ch](http://www.wksbern.ch) herunterladen. Es ist ein einzelner Menüpunkt bei der Grundbildung > Buchhändler/in

**Verkürzte Lehre:** Die Lernenden mit verkürzter Lehrzeit steigen im 2. Lehrjahr ein. Der Besuch des berufskundlichen Unterrichts im 1. Lehrjahr ist freiwillig.

**Dispensationen:** Die Dispensationsregelungen werden von den Kantonen bestimmt, genauere Ausführungen s. Pegasus 98 (auch als Online-Ausgabe verfügbar).

**BM1:** Interessierte müssen über die üblichen Empfehlungen (analog Übertritt ins Gymnasium) verfügen, bitte bei der Anmeldung beilegen. Schultage: Zwei bis zweieinhalb Tage, das hängt von der Vorbildung in Deutsch und Literatur ab.

**Bildungsverordnung:** Den Wortlaut finden Sie auf unserer Website. Der Menüpunkt bei der Grundbildung > Buchhändler/in heisst: «Die neue Buchhändlerin».

**Lernmaterial:** Das Lehrmittel für den berufskundlichen Unterricht und die Lerndokumentation für die betriebliche Bildung werden den Lehrbetrieben direkt vom SBVV zugestellt.

**Einführungskurse:** Es gibt keine Einführungskurse mehr.

**Überbetriebliche Kurse:** Die Daten finden sich auf der Website des SBVV [www.swissbooks.ch](http://www.swissbooks.ch).

**Ferien:** 2010 sind sechs Wochen Sommerferien: vom 3. Juli 2010 bis zum 15. August 2010

**Unterlagen:** Stundenplan und Informationsmaterialien werden den Lernenden und Lehrfirmen vor dem Schulbeginn direkt zugestellt.

## Qualifikationsverfahren 2010

Das Qualifikationsverfahren für die Abschlussklassen beginnt am Montag, den 31. Mai 2010 und dauert zwei Wochen. Die persönlichen Informationen mit den genauen Prüfungszeiten haben die Kandidatinnen und Kandidaten vor den Frühlingsferien erhalten. Dank einem neuen Prüfungsverwaltungsprogramm werden die Termine richtig übersichtlich dargestellt und Fehler besser erkannt und vermieden.

Das Qualifikationsverfahren ist eine emotionale Angelegenheit, weil für unsere Lernenden so viel davon abhängt. Es ist mir, dem Prüfungsleiter Giusep Bass und der Leiterin des Prüfungssekretariats Heidi Blank sehr wichtig, dass so wenig Stress wie möglich entsteht. Was geplant werden kann, haben wir deshalb sehr genau geplant. Für das Unplanbare werden sich erfahrungsgemäss auch Lösungen finden.

Auf ein gutes, erfolgreiches Qualifikationsverfahren!

ME

## Neues Freifach Theater

Ab nächsten Sommer bieten wir das Freifach Theater an. Dank dem neuen Konzept von Hans Schill und Marianne Rohrer, dank der Unterstützung unseres Hausdienstes bei der Raumsuche und dank Markus Gsteiger, dem Verantwortlichen für den Zusatzunterricht, können wir dieses schöne Freifach wieder ins Programm aufnehmen. Wir sind sicher, dass viele Lernende sich interessieren und bitten die Lehrfirmen freundlich, diesen den Besuch zu ermöglichen. Von einem Unterricht, der der Auftrittskompetenz dient, können alle nur profitieren.

### Kursbeschreibung

Die Teilnehmenden erlernen die Grundlagen der Theaterimprovisation und bekommen Gelegenheit, die Umsetzung verschiedener Schauspieltechniken zu üben. Die Arbeit an einer Rolle ist im Unterricht ein Schwerpunkt. Auch die Arbeit am Körper wie Körperausdruck, Gestik, Koordination ist ein zen-

traler Aspekt dieses Freifachs. Theaterspiel bedeutet eine schöne Abwechslung zum Berufsalltag. Gleichzeitig ist es eine gute Gelegenheit, Techniken zu erlernen, die einem für Auftritte im beruflichen Umfeld nützlich sind.

### Zielpublikum

Das Freifach Theater richtet sich an alle Lernenden der Grundbildung. Dabei sind Theater- und Schauspielbegeisterte ebenso angesprochen wie Lernende, die Interesse an Körperarbeit, Sprache und Stimme generell haben.

### Kurs

Am Montag, 18 bis 20.35 Uhr an der WKS Bern.  
Kursleiterin: M. Rohrer

### Anmeldetermin

23. August 2010. Anmeldeformulare sind online oder in der Broschüre «Zusatzunterricht 2010/11» erhältlich.

ME

## Hintergründe im Bild III

### Wo arbeiten die Lehrerinnen und Lehrer, wenn sie nicht unterrichten?

Zum Beispiel im Lehrerzimmer.  
(Aber aufs Bild wollte wieder keiner.)



## Zu guter Letzt ...

### Gratulation

Wir gratulieren zum Diplom als Fachlehrperson:

Gabriela Fernandez (EHB1 und EHB2)

Marianne Rohrer (EHB1)

Silvia Mauerhofer (EHB1)

Daniela Schenk (EHB1)

Weiterbildung läuft naturgemäss neben allen anderen Herausforderungen des Berufsalltages und bedeutet aufgrund der Diplomarbeit einen hohen Zusatzaufwand.

Gut gemacht!

ME

### Klassenreisen 2010

#### Die BH3A fährt nach Edinburgh.

Begleitung: Kathrin Marczona und Mireille Julien

Abreise: Mittwoch, 12. Mai mittags

Rückkehr: Sonntag, 16. Mai nachmittags

#### Die BH3B fährt nach Wien.

Begleitung: Hans Schill und Lukas Gerber

Abreise: Mittwoch, 12. Mai abends

Rückkehr: Samstag, 15. Mai abends

### Dank der Buchbranche

Ohne Susanne Schertenleib von Huber und Lang könnten wir das Thema Fachbuchhandel im 3. Lehrjahr nie so gut abrunden. Danke für den Empfang! Auch Stämpfli sind wir jedes Jahr dankbar für die Führung durch die Druckerei und die Erklärungen zur Buchherstellung. Und das wunderschöne Paket vom Schwabe Verlag hat uns sehr gefreut. Merci unserer Ehemaligen Daniela Schilliger!

ME

### Wanted: Bramann



Liebe Leute!

Natürlich dürft ihr meinen Bramann\* ausleihen.

Mach ich ja auch.

Aber stellt ihn doch dort hin zurück, wo ihr ihn genommen habt!

Mach ich ja auch.

Ich bin euch allen dankbar, wenn er bald wieder in unserem Schrank steht. Merci!

Ronja Schlotterbeck, BH2A  
im Namen aller, die gerade ihre Lehrmittel suchen

\* «Bramann» könnte ohne Probleme auch «Student's Book», «TTS», «Basic Law», «Basic Accounting» etc sein.

### Impressum

Der «Pegasus» erscheint fünf Mal im Jahr. Auch auf [www.wksbern.ch](http://www.wksbern.ch)

Redaktion: Tanja Messerli (ME) | Wirtschafts- und Kaderschule KV Bern, Abteilung Buchhandel

Bild: Tanja Messerli (Wo nicht anders erwähnt) Grafik: Neidhart Grafik

Postfach 6936, 3001 Bern | Fax 031 380 30 35 | [tanja.messerli@wksbern.ch](mailto:tanja.messerli@wksbern.ch)