

Tobias Winstel, Programmleiter des Siedler Verlags: »Für die Königsdisziplin aller Programmacher, das Entwickeln neuer Buchideen, muss man sich die Zeit oft hart erkämpfen.«



© Daniel Hintersteiner

## Talentscout, Textarbeiter, Trendsetter

Die Veränderung des Lektoratsberufs ist häufig beklagt worden – einst Partner des Autors sei er zum Produktmanager geworden. Eine Studie klärt darüber auf, was Lektorsein heute tatsächlich bedeutet.

**L**ektor – das ist für die breite Öffentlichkeit ein unbekannter Kommunikationsberuf. Der Lektor Christoph Selzer erzählt folgende Geschichte: »Ein Lektor war vor dem Standesamt und musste seinen Beruf angeben und nannte den Beruf Lektor. Aber die Dame im Amt hatte reingeschrieben ›Elektriker‹, weil sie einfach nicht wusste, was ein Lektor ist.«

Eine Studie der Katholischen Universität Eichstätt hat sich zum Ziel gesetzt, dem Bild klare Konturen zu geben; befragt wurden über 300 Lektoren. Auffällig ist zunächst, dass der Beruf des Lektors

ein Frauenberuf ist. Fast zwei Drittel der Befragten sind weiblichen Geschlechts. Das Durchschnittsalter liegt bei Anfang 40. Das formale Bildungsniveau ist sehr hoch: 91 Prozent haben ein abgeschlossenes Hochschulstudium, jeder Fünfte hat promoviert.

Die Qualifikationen für den Lektorenberuf haben sich 45 Prozent der Befragten unter anderem in einem Praktikum oder einer Hospitanz erworben. Gut ein Drittel hat ein Verlagsvolontariat durchlaufen.

Vier von fünf der befragten Lektoren arbeiten in Vollzeit in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis. Sie haben durchschnittlich rund

zehn Jahre einschlägige Berufserfahrung. Die reale Arbeitszeit liegt deutlich über 40 Stunden pro Woche. Betrachtet man nur die vollzeitbeschäftigten Lektoren, so kommt man im Schnitt auf gut 45 Stunden. Die in Teilzeit beschäftigten Lektoren arbeiten etwa 25 Wochenstunden.

Ein Lektor bringt durchschnittlich 21 Manuskripte pro Jahr zur Druckreife. Nur ein kleiner Teil der tatsächlich veröffentlichten Texte wurde zuvor unverlangt eingesandt (ca. 15 Prozent) – wobei bereits innerhalb eines Monats bei vielen Verlagen mehr unverlangte Manuskripte eingehen, als von einem



© Marc Köpplmann

Zeitungslesen gehört auch zum Job: Christoph Selzer, Lektor für politisches Sachbuch bei Schöningh

Lektor im Laufe eines Jahres insgesamt druckreif gemacht werden (rund 24 unverlangt eingesandte Manuskripte pro Monat). Hans Ulrich Müller-Schwefe vom Suhrkamp Verlag dazu: »Ich glaube, dieser Strom hört nicht auf. Wenn man lang genug Lektor ist, denkt man, dass jeder Mensch schreibt.«

Welche Aufgaben bilden heute den Kernbereich der ausgeübten Tätigkeiten? Trotz aller Unkenrufe, der Verlagslektor werde immer mehr zum Produktmanager: Die klassischen Lektoratsaufgaben sind auf einer Rangliste der am häufigsten ausgeübten Tätigkeiten noch immer ganz vorn zu finden. Am meisten genannt wird die Betreuung der Autoren. Beinahe 96 Prozent der Befragten gaben an, dies »häufig« zu tun.

Platz 2 belegt die Arbeit am Manuskript. Auf den Plätzen 3 und 4 folgen fast gleichauf das Verfassen von Informationstexten und das Prüfen von Manuskripten auf ihre Tauglichkeit für das Verlags-

programm. Die Tätigkeit, die den fünften Platz der Rangliste einnimmt, bringt man sicherlich selten mit dem Klischee des Lektors als Bücherwurm in Verbindung: Erstellen und Überwachen von Zeitplänen. Es folgen die Entwicklung neuer Buchideen, die (Rechtschreib-)Korrektur und die Kostenkalkulation. Bei der Lektoratsarbeit muss also die Erfüllung klassischer Aufgaben mit arbeitsökonomischem Handeln verbunden werden.

Worum geht es den Lektoren bei ihrer Arbeit? Die Antworten auf diese Frage zeigen, dass sie sich überwiegend als Diener der Interessen ihres Verlags sehen. Daneben wollen sie mit ihrer Arbeit den Interessen der Autoren dienen sowie Bildung und Aufklärung befördern. Damit wird das vielfach beschriebene janusköpfige Wesen des Lektors deutlich: Er hat den Anspruch, den oft gegensätzlichen Interessen von Verlag und Autoren zu entsprechen und beiden fast gleichermaßen gerecht zu werden.

**Ein Blick** auf die weiteren Antworten zeigt, dass nach den eher dienenden Haltungen im Mittelfeld das Streben nach hohen Auflagen- und Verkaufszahlen, die Vermittlung neuer Ideen und die Selbstverwirklichung zu fin-

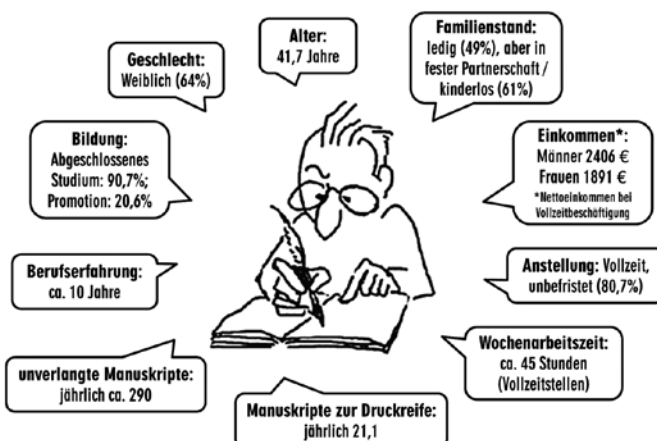
den sind. Auf den hinteren Plätzen steht der Wunsch, die Literatur und das literarische Leben zu fördern, den Leser zu unterhalten und zu entspannen, ihm Orientierung und Lebenshilfe zu geben. Ganz zuletzt verfolgen Lektoren das Ziel, mit ihrer Arbeit viel Geld zu verdienen.

Das durchschnittliche monatliche Nettoeinkommen ist in der Tat eher bescheiden: Für einen ganztags beschäftigten Lektor liegt es bei 2 000 Euro, wobei Frauen deutlich weniger verdienen als Männer. Lektoren haben im Durchschnitt ein geringeres Einkommen als andere Kommunikationsberufe wie etwa Journalisten oder Pressesprecher.

Die befragten Lektoren erwarten, dass das Verlagswesen und die Arbeit in den Lektoraten in Zukunft immer mehr von ökonomischem Handeln bestimmt sein wird. Dennoch gehen sie davon aus, dass die klassischen Kerntätigkeiten wie Betreuen der Autoren und Arbeiten am Manuskript auch weiterhin zu ihren Aufgaben gehören und nicht dem Outsourcing anheimfallen werden. Einen Kompetenzverlust an externe Dienstleister wie zum Beispiel freie Lektoren und literarische Agenten befürchten die Verlagslektoren kaum.

Ohne die Leidenschaft der Lektoren ist dieser Beruf, der viele hochqualifizierte Idealisten anzieht, die für wenig Geld viel Arbeit leisten, kaum denkbar. Die Leidenschaft für dieses Metier darf aber nicht den Blick auf die Notwendigkeit ökonomischen Handelns verstellen. Nur ein Verlag, der seine Zielgruppe kennt, den Markt analysiert, frühzeitig auf Veränderungen reagiert und richtig kalkuliert, kann erfolgreich Bücher machen und gegen die Konkurrenz neuer Medien und neuer Anbieter bestehen.

Der Verfasser ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Katholischen Universität Eichstätt. Seine Studie ist soeben unter dem Titel »Lektor im Buchverlag« in der UVK Verlagsgesellschaft Konstanz erschienen.



© Lehrstuhl für Journalistik / Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt