

Glitzerkram und Superhelden: Gendered Marketing im deutschen Kinder- und Jugendbuchmarkt

Corinna Norrick-Rühl und Anke Vogel (Buchwissenschaft)



Seit einigen Jahren sind Bücher und buchaffine Produkte wieder sehr geschlechtsspezifisch ausgerichtet. Die Zeitschrift *chrismon* beschrieb das Phänomen des gendered marketing im Buchmarkt 2011 als „Dilemma der modernen Omas“: „Sie haben für eine Welt gekämpft, in der Mädchen wild und schmutzig sein dürfen und Jungs auch mal weinen. Und nun stehen sie im Buchladen. In der Hand ‚Prinzessin Lillifee‘, rosa Einband, Glitzerschrift.“ „Prinzessin Lillifee“ (Coppentrath Verlag) ist in der Tat ein hervorragendes Beispiel für die sogenannte „Pinkifizierung der kindlichen Lebenswelt“ (Wiedemann, FAZ, 2012). Als Pendant zum „Glitzerkram“ – gendered marketing für junge Mädchen (und, wie man vermutet, für ihre Mütter und Großmütter), gründete der S. Fischer Verlag im August 2012 eine Erstlesereihe mit dem Titel „Nur für Jungs“, mit Superhelden wie Batman und Superman sowie klassischen männlichen Protagonisten wie Zorro, den drei Musketieren usw. Laut Programmleitung von S. Fischer sind dies die Bücher, „die Jungs wirklich lesen wollen“ (Jörg Bong, 2012).

In diesem kurzen Impulsvortrag diskutieren Corinna Norrick-Rühl und Anke Vogel die Rolle von Autor_innen, Verlagen und vor allem auch Käufer_innen und Leser_innen, im Spannungsfeld zwischen Umsatzzielen, pädagogischer Verantwortung und ästhetischer Absicht. Zur Anschauung bringen sie einige Beispiele für gendered marketing aus dem aktuellen deutschsprachigen Buchangebot mit, präsentieren aber auch einige erfreuliche Beispiele für genderneutrales Buchmarketing

Nach einem Studium der Anglistik und Buchwissenschaft in Mainz (Magistra artium 2009) wurde die Deutsch-Amerikanerin **Corinna Norrick-Rühl** 2013 ebenfalls an der JGU mit einer buchwissenschaftlichen Arbeit über Taschenbuchreihen für junge Leser_innen in den 1970er und 1980er Jahren promoviert. Im Sommersemester 2014 vertrat sie in Münster den Lehrstuhl für Buchwissenschaft & Textforschung. Seit April 2016 ist sie Juniorprofessorin für Buchwissenschaft in Mainz. Aktuelle Forschungsprojekte befassen sich mit Buchgemeinschaften, Pixi-Büchern und dem internationalen Übersetzungsmarkt. Seit 2012 ist sie Vorstandsmitglied (Recording Secretary) der Society for the History of Authorship, Reading and Publishing (SHARP) sowie Regional Liaison Germany.

Kontakt: norrick@uni-mainz.de

Nach einer Ausbildung zur Buchhändlerin absolvierte **Anke Vogel** in Mainz ein Studium der Buchwissenschaft und Publizistik (Magistra artium 2005). Ebenfalls an der JGU wurde sie 2011 mit einer buchwissenschaftlichen Arbeit über den Buchmarkt als Kommunikationsraum promoviert. Aktuelle Forschungsprojekte befassen sich mit dem Lesen in höheren Lebensaltern, Nachhaltigem Publizieren und dem Kinder- und Jugendbuch. Seit 2010 ist sie Sprecherin des Nachwuchsforums der Internationalen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft. Seit 2014 ist sie Mitglied in der Vorjury des rheinland-pfälzischen Jugendliteraturpreises „Goldene Leslie“.

Kontakt: anke.vogel@uni-mainz.de