



© Sabine Felber

## *Paradies für Neugierige*

**P**remiere war im Jahr 2016, inzwischen hat sich die future!publish zum bedeutendsten deutschsprachigen Branchenkongress entwickelt. Zum mittlerweile fünften Mal setzt er am 30./31. Januar 2020 in Berlin Impulse, gibt handfeste Tipps und bietet eine Plattform für Networking und „neues Arbeiten“. Wir haben uns das Kongressprogramm angeschaut und drei Trends ausgemacht, die nicht nur für die Veranstaltung in Berlin, sondern auch für das Branchenjahr 2020 insgesamt prägend werden könnten.

*Nachhaltigkeit wird zum Leitthema – ökologisch, wirtschaftlich und kulturell*

Dass Nachhaltigkeit als Thema für die Buchbranche essenziell ist und bleiben wird, liegt nicht erst seit den Diskussionen um Plastiktüten und Schutzfolien auf der Hand. Die future!publish beleuchtet sie aber keineswegs nur aus ökologischer

Drei Branchentrends für 2020 und ein Ausblick auf das Programm vom **5. future!publish-Kongress**, der Ende Januar in Berlin stattfindet – und auch Buchhändlern gute Gründe liefert, teilzunehmen. Neue Impulse und Blicke über den Tellerrand sind garantiert

Sicht, sondern verortet Nachhaltigkeit auf mehreren Ebenen. So widmet sich eine ganze Reihe von Veranstaltungen direkt oder indirekt der Zukunftsfähigkeit von Geschäftsmodellen, für Verlage wie für Buchhandlungen. Und auch die Frage nach

den Bedingungen einer im kulturellen Sinne nachhaltigen „Bücherwelt“ findet sich im Programm.

Es ist also folgerichtig, dass direkt auf die Eröffnungsrede von Luisa Neubauer, der „Fridays for Future“-Aktivistin und Autorin, neben einem Slot zum „Green Publishing“ von Anke Oxenfarth (oekom verlag, siehe S. 36) auch eine Veranstaltung folgt, die sich der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit von Unternehmen widmet: Peter Felixberger (Murmans Publishers) berichtet vom Zusammenbau seines Verlags nach der Dekonstruktion. Im dritten und letzten Teil dieser „Serie“, die auf der ersten future!publish begann, erzählt Felixberger, wo der Verlag heute, nach fünf Jahren Transformation, steht und welche Erfahrungen er in dieser Zeit gemacht hat.

Wie eine Bücherwelt aussehen könnte, in der Geschäftsmodelle auch kulturell nachhaltig sind, beleuchtet die Podiumsdiskussion zur „Biodiversität der Zukunft“, einer Partnerveranstaltung der future!publish mit der Kurt Wolff Stiftung. Britta Jürs (Aviva Verlag), Nina Wehner

(Buchhandlung „Die Buchkönigin“) und Jörg Sundermeier (Verbrecher Verlag) ergründen die Möglichkeit von Vielfalt angesichts einer zunehmenden Vereinheitlichung von Sortimenten und Barsortimenten. Da kulturelle und ökonomische Nachhaltigkeit hier zwei Aspekte einer Fragestellung sind, dürfte es hier auch um ganz praktische Fragen des Buchhandels- und Verlagsgeschäfts gehen.

Womit ein zweiter Trend angesprochen wäre, den das future!publish-Programm abbildet: das dezidiert praktische Verständnis von „Innovation“.

### Aus „Zukunftsthemen“ werden konkrete Aufgaben für die Gegenwart

Eine mögliche Strategie im Umgang mit Innovationen ist ja, abzuwarten, wie sie sich bei anderen Marktteilnehmern bewähren, um dann zu entscheiden, ob man sie aufgreift. Risikoreduktion ist das legitime Argument für ein solches Vorgehen. So lässt sich allerdings auch ein anderes Herangehen begründen: Ich warte nicht ab, sondern probiere früh aus, was ich für aussichtsreich halte – kontrolliere aber auch hierbei mein Risiko, indem ich die eingesetzten Mittel und meinen „Probierzeitraum“ begrenze. Liest man das Programm der future!publish, drängt sich die Erkenntnis auf: An vielen Stellen der Branche wird ebenso mutig wie planvoll ausprobiert! Es geht dann weniger um das „Ob“ der Innovation, sondern um das „Wie“ ihrer Umsetzung. Aus der „Zukunftsmusik“ von gestern ist die unternehmerische Praxis von heute geworden.

So haben etwa im Marketing Themen wie die Einbindung von Influencern oder das Erstellen von Moodboards (hilfreich bei der Entwicklung einer präzisen Zielgruppenansprache) ihren Exotenstatus längst hinter sich gelassen – und werden auf der future!publish als „Hands on“-Themen präsentiert. Das gilt auch für die „Corporate Podcasts“, denen sich Laura Reichert und Katharina Michael (Verlagsgruppe Random House) widmen: Sie berichten von ihren Podcast-Erfahrungen und diskutieren im Anschluss mit den KongressbesucherInnen, was die Buchbranche von diesem Medium erwarten darf – und was vielleicht nicht. Und wenn Henning

Schoenenberger (Springer Nature) das erste aus maschinell erstellten Inhalten bestehende „research book“ präsentiert, dann ist dies keine Vision mehr, sondern ein im Jahre 2019 umgesetzter Anwendungsfall. Entsprechend geht es in seinem Impulsreferat um Einsatzmöglichkeiten, Chancen und Grenzen maschinell generierter Inhalte – und nicht mehr um die Frage, ob sie denn wohl „kommen werden“.

### Unternehmen verändern nicht nur ihre Angebote, sondern auch sich selbst

Bei der letzten Ausgabe des Kongresses hatten Mathias Voigt von der Agentur Literaturtest, dem Veranstalter der future!publish, und Ehrhardt Heinold (Heinold, Spiller & Partner) einen „Geschäftsmodellhack“ durchgeführt und in einem Workshop gemeinsam mit den

mit dem Ziel, dass die so entstehende Organisation besser für die Veränderungen der Medienwelt gerüstet ist.“

Und Mathias Voigt verbindet mit diesem „Hack“-Format – einem von insgesamt sechs Workshops im Programm – auch eine grundlegende Eigenschaft der future!publish: „Wir möchten den TeilnehmerInnen neben Impulsen und Ideen unbedingt auch Raum für kollegialen Austausch geben. Deshalb bieten wir in diesem Jahr parallel zum Programm erstmals auch ein Barcamp an. Dabei gestalten die TeilnehmerInnen selbst Sessions zu den Fragen, die sie bewegen, und erarbeiten dann gemeinsam mit anderen mögliche Antworten. Das Ganze wird in Blöcke unterteilt, sodass ein Wechsel zwischen dem Barcamp und den Vorträgen und Workshops des Programms problemlos möglich ist. Ralf Eichner (tiff.any) wird dieses Format begleiten – und ich freue mich schon jetzt auf die Ideen, die hier entstehen.“

Ideen verspricht auch der Panel-Workshop, den Okke Schlüter mit Studierenden der Hochschule der Medien Stuttgart zum Thema „New Work“ auf die Beine stellt. Unter dem Motto „Querdenker\*innen von starren Strukturen befreien“ wird die Veränderung der Organisation hier zusätzlich mit einem strategisch extrem wichtigen Ziel verbunden: attraktiv für qualifizierten Nachwuchs zu sein bzw. zu werden.

Und wo Organisationen sich verändern, kommt auch das „agile Arbeiten“ ins Spiel. Den Beweis dafür, dass die „Zukunftsmusik“ auch hier vielerorts verklungen ist und sich heute konkrete Beispiele aus der Branche diskutieren lassen, treten Organisationsberater Edgar Rodehack und Hermann Eckel (tolino media) an. Ihr Workshop widmet sich dem „agilen Arbeiten im nicht-agilen Kontext“ am Beispiel von toline media. Ihre Erfahrungen beschreiben sie so: „Vieles lässt sich viel einfacher umsetzen, als man denkt (wenn alle Beteiligten es wollen!), aber die Schwierigkeiten liegen oft ganz woanders, als man vermutet.“ Das macht neugierig – auf diesen Workshop, den Kongress und natürlich auf das gesamte Branchenjahr 2020.

Die 5. future!publish findet am 30. und 31. Januar 2020 im Mercure Hotel MOA Berlin statt – Tickets unter [futurepublish.berlin/tickets/](http://futurepublish.berlin/tickets/)



© Verlagsgruppe Random House



© Beate Bodenhausen



© Sabine Feilber



© Barbara Ganderheimer

**Workshops, Hacks und Diskussionen:** u.a. mit Katharina Michael, Ehrhardt Heinold, Mathias Voigt und Alina Ludwig

TeilnehmerInnen Altes zerlegt und Neues entwickelt. In diesem Jahr nehmen sie sich die Organisationen selbst vor: in einem „interaktiven Workshop zur Neugestaltung von Verlagsstrukturen“. Ehrhardt Heinold ist überzeugt: „Schöpferische Zerstörung ist manchmal der beste Weg, um ausgetretene Pfade zu verlassen. Zusammen wollen wir Verlagsmodelle auseinandernehmen, um sie dann ganz neu zusammensetzen