

Wahrnehmung von Belletristik-Fanfictions durch die deutsche Verlagsbranche

Karina Geiger

Bei der kritischen Auseinandersetzung mit Fanfiction – einem komplexen Phänomen, das zunehmend an Sichtbarkeit gewinnt – kann der Fokus auf eine Vielzahl von unterschiedlichen Aspekten gelegt werden. Während man aus juristischer Sicht die Thematik vor allem als eine Frage der Urheberrechtsauslegung begreift, so beschäftigen sich andere Ansätze mit Fanfiction als einer interaktiven und kreativen Internet-, Kommunikations- oder Kulturerscheinung. Da bei dieser Art der Fanaktivität nach vorherrschenden Definitionen schriftliche Werke gemeint sind, so muss Fanfiction vor allem aber als ein Teil der Literatur angesehen werden. Aus diesem Grund sollte anzunehmen sein, dass die Fanerzählungen und die dazugehörige Szene gerade auch für die Verlagsbranche ein relevantes Thema sind, welches aufmerksam verfolgt wird.

Seit dem Welterfolg der *Shades of Grey*-Romantrilogie, deren ersten Teil die Autorin E. L. James bereits im Jahr 2009 unter dem Titel *The Master of the Universe* als Biss-Fanfiction im Internet veröffentlicht hatte, beschäftigt sich vor allem die US-amerikanische Unterhaltungsindustrie intensiver mit der Fanfiction-Szene. So startete beispielsweise die Verlagsgruppe Penguin im Februar 2013 auf der kanadischen Publikationsplattform *wattpad.com* zu einer ihrer Taschenbuch-Veröffentlichungen einen Schreibwettbewerb, bei dem neben selbstständigen Werken auch Fanfictions veröffentlicht werden. Andere US-amerikanische Verlage gehen mit Verkaufsplattformen wie *Kindle Worlds* Lizenzverträge ein, welche die Fanwerke in ihre Geschäftsmodelle integrieren.

Trotz der wachsenden Dynamik auf dem anglo-amerikanischen Markt bleibt die Wahrnehmung von Fanfiction in der deutschen Verlagsbranche weiterhin gering. Beispielsweise im *buchreport*, einem

monatlich erscheinenden Fachmagazin zur deutschsprachigen Buchbranche, wurde innerhalb der letzten zwei Jahre kein Artikel veröffentlicht, welcher sich schwerpunktmäßig mit Fanwerken auseinandersetzt.

Nachfolgend sollen die Gründe analysiert werden, welche zu der geringen Wahrnehmung von Fanfiction in der deutschsprachigen Verlagsbranche führen. Der Fokus soll hier auf Fangeschichten liegen, die durch belletristische Werke inspiriert sind. Um das Leseverständnis zu erhöhen, müssen jedoch zunächst einige Begriffsdefinitionen vorgenommen werden. Anschließend sollen zwei Experten-Modelle genauer erläutert werden: Die Prosumenten-Theorie von Alvin Toffler verdeutlicht, welche Stellung Käufer in der heutigen Ökonomie haben, die aus dem passiven Konsumententum heraustreten und selbst am Produktionsprozess teilnehmen; an welchen Schnittstellen die Einbindung von Prosumenten innerhalb der Verlagsbranche möglich ist, wird anhand von Ivan Askwiths Touchpoint-Modell herausgearbeitet. Hierdurch wird die Aktivität des Lesens und Schreibens von Fanfiction in einen Kontext mit dem klassischen Verlagsprozess gebracht. Darauf aufbauend werden die relevantesten Faktoren, welche die Einstellung der deutschsprachigen Buchbranche gegenüber Fanfiction beeinflussen, herausgearbeitet.

Definition von Fanfiction

Zur Definition von Fanfiction gibt es verschiedene Ansätze; konsensfähig ist die Feststellung, dass eine Fanfiction ein schriftliches Werk ist, welches auf Inhalten fremder Originale aufbaut. Wie stark die Orientierung an diesen Inhalten ist, ist bei den Fanerzählungen individuell verschieden. Bei den Originalinhalten kann es sich sowohl um reale Persönlichkeiten als auch um Medieninhalte wie Spielfilme, TV-Serien, Computerspiele oder belletristische Werke handeln. Ausgehend von dieser weiten Definition des Begriffs sind selbst die Epen Homers sowie einige Stücke Shakespeares, die sich auf das Leben realer Persönlichkeiten beziehen, als Fanfiction anzusehen (Derecho 62). Im Folgenden wird allerdings von einer engeren Definition aus-

gegangen, die Fanfictions als schriftliche Werke versteht, welche von Fans für Fans geschaffen wurden.

Als Fan wird eine Person bezeichnet, die sich emotional an das entsprechende Fanobjekt bindet und willens ist, sowohl Zeit als auch Geld zu investieren, um diesem näher zu sein (Roose, Schäfer, Schmidt-Lux 12–13). Ein Fan ist eher als ein passiver Konsument dazu bereit, Aufwand zu betreiben, um eine Verbesserung oder Aktualisierung des Fanobjekts hervorzurufen und sich aktiv an das Fanobjekt zu binden (Roose, Schäfer, Schmidt-Lux 364). Grund für das Lesen oder Schreiben einer Fanfiction ist häufig, dass sich der Fan quantitativ oder auch qualitativ mehr von dem Fanobjekt erwünscht (Pugh 19). Die Fanaktivität kann demnach zu einer Verbesserung des Fanobjekts für einzelne Fans führen, was die Fan-Bindung weiter intensiviert. Es wird also davon ausgegangen, dass die Leserschaft einer Fanfiction mit den Originalinhalten vertraute Fans sind, da eben jene Inhalte das Fanobjekt darstellen. Des Weiteren wird davon ausgegangen, dass der Verfasser einer Fanfiction, anders als ein »professioneller« Autor, der bei einem Verlag publiziert, keine wirtschaftlichen Interessen verfolgt (Tushnet 671). Seine Intention ist es, durch die kreative Beschäftigung mit dem Fanobjekt, diesem näher zu kommen. Von dieser Definition ausgeschlossen sind also kommerzielle Projekte wie beispielsweise die Romanreihe *Die Legenden von Phantásien*, bei der deutsche Autoren die von Michael Endes *Die unendliche Geschichte* erschaffene Fantasywelt Phantásien als Handlungs-ort für ihre eigenen Titel nutzen. Auch für Geschäftsmodelle wie *Kindle Worlds*, bei denen gerade auf den wirtschaftlichen Faktor gesetzt wird, ist diese Definition nicht vollkommen zutreffend. Zum jetzigen Zeitpunkt lässt sich nur spekulieren, ob der bisher geringe Erfolg des *Amazon*-Modells, der nachfolgend noch genauer erläutert werden wird, mit einer Fehleinschätzung der Fanintentionen zusammenhängt.

Im weiteren Verlauf des Aufsatzes werden die Verfasser der Ursprungswerke als »Autoren« bezeichnet, wohingegen die Verfasser von Fanfictions als »Fanfiction-Verfasser« angeführt werden. Fanfictions, deren Ursprungswerke belletristische Publikationen darstellen, werden des Weiteren als »Belletristik-Fanfictions« bezeichnet. Außerdem wird Fanfiction nicht nur zur Benennung der einzelnen Fanwer-

ke genutzt, sondern auch als Überbegriff, um die Gemeinschaft und deren Aktivitäten rund um die Fanerzählungen zu beschreiben.

Prosumenten-Ansatz von Alvin Toffler

Um eine Einschätzung der aktuellen Lage zu erhalten, sollen erst der Fanfiction-Verfasser und die von ihm ausgeübte Tätigkeit in einen Zusammenhang mit dem Verlag und dem Literaturprodukt gestellt werden. Einen interessanten Ansatz bietet hier die von Alvin Toffler geprägte Prosumenten-Theorie. In *Die Dritte Welle* beschreibt Toffler gesellschaftliche und ökonomische Entwicklungen als Wellenbewegung. Die agrarwirtschaftliche Welle wurde seiner Theorie nach im 17. Jahrhundert durch die Industrielle Revolution abgelöst, welche die zweite Welle einleitete, die bis Ende des 20. Jahrhunderts andauerte (273). Während die Agrargesellschaft sich durch eine Produktion für den Eigenverbrauch auszeichnete, kam es zu Zeiten der Industrialisierung zu einer klaren Trennung zwischen der sichtbaren Ökonomie für den Markt und der unsichtbaren Ökonomie für den Eigenverbrauch, wozu unter anderem auch häusliche Tätigkeiten zu zählen sind. Mit dem Aufkommen der dritten Welle wird diese Trennung gelockert. Es kommt jedoch nicht zu einer Rückentwicklung, sondern vielmehr zur Entstehung einer neuen sozialen und ökonomischen Rolle. Das passive Konsumentendasein wird zugunsten eines aktiven Prosumententums aufgegeben, in welchem der Verbraucher selbst am Produktionsverfahren teilnimmt (Toffler 274).

Hierzu gehört die *Do-it-yourself*-Bewegung, in welcher der Kunde durch Selbstbedienung in den ökonomischen Prozess eingreift und dem Unternehmen Dienstleistungen abnimmt (Toffler 276f). Verbrauchern wird bei Kaufgeschäften die Möglichkeit geboten, den persönlichen Kontakt mit Unternehmensangestellten zu übergehen und stattdessen direkt mit dem IT-System das Kaufgeschäft abzuwickeln (Hanekop, Wittke 101f) oder selbst Teil der Herstellung zu werden und Produkte auf die persönlichen Bedürfnisse anzupassen (Toffler 280f). Das Internet erleichtert nicht nur die Kommunikation zwischen den Vertretern der sichtbaren Ökonomie und deren Kun-

den, sondern eröffnet den Prosumenten untereinander neue Möglichkeiten der Interaktion. Während der *Do-it-yourself*-Bereich, wie Toffler ihn definiert, auf Arbeiten im eigenen privaten Umfeld beschränkt war, können sich Internetnutzer heutzutage in Communities formieren und auf ein breites Gruppenwissen sowie auf einen großen Erfahrungsschatz zurückgreifen. Der Erfolg solcher Konzepte ist unter anderem auf Webseiten mit Wiki-Systemen zu beobachten, auf welchen jeder Nutzer Informationen aufrufen und selbst beisteuern kann (Hanekop, Wittke 102f).

Die Verfasser von Belletristik-Fanfictionen zeichnen sich dadurch aus, dass sie aus der passiven Rolle des Lesers heraustreten und selbst Inhalte erschaffen. Die schöpferische Interaktion mit dem Produkt lässt die Fanfiction-Verfasser von bloßen Konsumenten zum Teil des Prosumententums werden. Anders als in vielen Modellen im Dienstleistungsbereich handelt es sich hierbei nicht um Produktpassungen. Der Fanfiction-Verfasser greift nicht direkt in den Produktionsprozess ein, um die Inhalte vor oder während der Produktion seinen Bedürfnissen anzupassen. Seine schöpferische Tätigkeit beginnt erst nach der Fertigstellung des belletristischen Werkes durch den Autor. Er greift Handlungsstränge und Charaktere der ursprünglichen Publikation auf, um sie nach seinen eigenen Vorstellungen zu formen und sie gegebenenfalls über Online-Archive und Plattformen der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Wie andere Prosumentengruppen ist auch die Fanfiction-Gemeinde weiterhin auf den Input der sichtbaren Ökonomie angewiesen. Analog zum *Do-it-yourself*-Bereich, wo Wirtschaftsunternehmen die Grundausrüstung und Werkzeuge für die Prosumenten zur Verfügung stellen, sind die Fanfiction-Verfasser auf Ursprungsliteratur angewiesen, auf welche sich ihre eigenen Werke beziehen.

Eine Reaktion der sichtbaren Ökonomie auf die dritte Welle sieht Toffler in der Verschärfung von Gesetzen und Verordnungen aus Angst, Profit und Arbeitsplätze einbüßen zu müssen (288). Dies ist eine Entwicklung, die man in der Praxis unter anderem durch die Einführung von ID-Content-Systemen zur Sperrung bestimmter Inhalte im Internet oder auch in der Verschärfung von Urheberrechten beobachten kann. Nach Tofflers Einschätzung ist es jedoch nicht Aufgabe der Ökonomen, den Status quo zu erhalten, sondern das

Prosumententum tiefgehend zu analysieren. Die Wechselwirkung zwischen der unsichtbaren und sichtbaren Ökonomie muss anerkannt werden, um darauf aufbauend zukunftsstragende und effiziente Modelle zu entwickeln (Töffler 286).

Wie bereits angeführt, sind diese Entwicklungen in vielen Bereichen des Dienstleistungssektors angekommen. Auch Verlage binden ihre aktiven Leser immer stärker in ihre Unternehmungen ein. So zählen Buchblogs und die Interaktion mit den Kunden durch Einsatz von Social-Media-Tools bereits zu den etablierten Größen im Empfehlungsmarketing. Die Interaktion mit Prosumenten als Teil des eigentlichen Produktionsprozesses – also mit Fanfiction-Verfassern als Schöpfern neuer Werke – ist in der Praxis der deutschen Verlagsbranche allerdings eine Seltenheit.

Touchpoint-Modell nach Ivan Askwith

Um den Prosumenten-Ansatz effektiver auf die deutsche Verlagswelt übertragen zu können, wird hier zur Spezifizierung das Touchpoint-Modell des Medienspezialisten Ivan Askwith eingeführt. Askwith bestimmt verschiedene Strategien, welche von der Unterhaltungsbranche ergriffen werden können, um eine größere Berührungsfläche zwischen dem Originalwerk und dem Publikum zu schaffen (53). Hierdurch soll jenes zu einer engeren Bindung an das Original animiert werden. Zwar bezieht sich Askwith bei diesem Forschungsansatz auf sogenannte *plot-driven*-Fernsehserien (54), doch sind die von ihm definierten acht Touchpoints auch auf Vermarktungsstrategien belletristischer Literatur anwendbar.

Die ersten beiden Touchpoints beziehen sich auf die Optimierbarkeit des Originalwerkes. »Formal Program Qualities« zählt Eigenschaften auf, die ein Original erfüllen muss, um für eine Publikumsbindung überhaupt geeignet zu sein (Askwith 55f). Hierzu zählen Charaktere mit ausgeprägten Persönlichkeitsmerkmalen sowie ein gut durchdachter und kontinuierlicher Narrationsstrang. Der Touchpoint »Expanded Access« beschreibt die Zugangsmöglichkeiten zum Originalinhalt, welche im Bestfall zeit-, orts- und medienunabhängig sein

sollten (Askwith 56f). Gerade der Anspruch der Medienunabhängigkeit ist eine Entwicklung, die durch neue Medienträger wie E-Reader zwar gegeben ist, aber in der deutschen Buchbranche noch recht langsam voran geht.

Weitere Berührungspunkte können durch die Schaffung neuer Konsumgüter entstehen. Diese Marketingstrategien sind in der Praxis besonders beliebt, da sie nicht nur Lesernähe schaffen, sondern auch einen direkten Gewinn generieren können. Bei »Repackaged Content« handelt es sich um Variationen des Originalwerkes. Der bereits vorhandene Inhalt wird beispielsweise in Inhaltszusammenfassungen oder Charakterbiografien neu geordnet oder komprimiert, allerdings nicht ergänzt oder verändert (Askwith 57f). Anders verhält es sich beim »Ancillary Content«, bei welchem dem Leser Zusatzinformationen bereitgestellt werden. Hierbei kann es sich unter anderem um Spin-offs oder auch Informationen über den Autoren handeln (Askwith 59f). Als »Branded Products« werden Merchandising-Artikel bezeichnet, deren Konsum und Besitz dem Leser eine engere Verbundenheit zwischen ihm und dem Original suggerieren (Askwith 73f).

Die bisher aufgeführten Berührungspunkte zwischen Original und Publikum sind mit dem klassischen Ansatz des passiven Konsumentendaseins in Einklang zu bringen. Die nachfolgenden Touchpoints können mit Tofflers Prosumenten-Theorie erklärt werden, in welcher der Leser aktiv die Interaktion sucht. »Social Interaction« gehört hier zu den meist genutzten Berührungspunkten und ist ein relevanter Baustein im Empfehlungsmarketing vieler deutscher Verlage (Askwith 83). Eine der schwierigsten, aber nach Askwith effektivsten Methoden der Publikumsbindung ist »Interactivity«, die dem Prosumenten einen direkten Einfluss auf die weitere Handlung des Originals erlaubt (83f). In der Praxis wird hier meist auf ein demokratisches Abstimmungsverfahren zurückgegriffen. Entweder muss nach der Abstimmungsauswertung der weitere Handlungsverlauf erstellt werden, was gerade in der Belletristik eine lange Wartezeit für Leser bedeuten kann, oder es wurden bereits mehrere Handlungsverläufe vorbereitet und dem Ergebnis entsprechend nur einer publiziert. Diese Vorbereitung mehrerer Narrationsstränge schwächt beim Prosumenten allerdings wieder das Gefühl einer echten Interaktivität

(Askwith 96). Ein aktuelles Beispiel aus den USA für »Interactivity« wird der siebte Band der *Kingdom Keepers*-Buchreihe sein: Dank einer App ist es dem Leser möglich, über Charaktere und Settings abzustimmen, welche Autor Ridley Pearson in sein neuestes Werk einbauen wird.

»Related Activities« erlauben es dem Publikum, Aktivitäten auszuüben, die eine engere Bindung zum Original hervorrufen. Hierzu zählen unter anderem auch Computer- oder Rollenspiele. Eine Unterkategorie stellen die »Productive Activities« dar. Der Prosument wird selbst zum Schöpfer von originalverwandten Inhalten – sei es durch wissensbasierte Arbeiten wie Online-Wikis oder durch kreative Werke wie Fanvideos, Fanarts oder Fanfictions (Askwith 81f). Askwith führt weiter an, dass zwar »Productive Activities« von der Unterhaltungsbranche immer mehr gefördert würden, der Großteil dieser Aktivitäten aber immer noch im inoffiziellen Bereich produziert und konsumiert werde. Askwith wagt keine Prognose darüber, wie stark die inoffiziellen Fanaktivitäten in der Zukunft von der Branche unterstützt werden, nichtsdestotrotz ist im Prosumentenbereich auch in Zukunft mit einem Wachstum zu rechnen (82).

Gründe der geringen Wahrnehmung

Sowohl Toffler als auch Askwith prognostizieren ein Wachstum des Prosumentenmarktes, aber die Nutzung der hier vorliegenden Kapazitäten durch die deutsche Verlagsbranche ist nach wie vor äußerst gering. Bisher wird der Fokus vor allem auf den Touchpoint »Social Interaction« gerichtet, wo sich vor allem die Nutzung von sozialen Netzwerken und Blogs etabliert hat. Im Jahr 2014 führt von den zehn umsatzstärksten belletristischen Verlagshäusern Deutschlands (*buchreport*-Ranking) jedes einen *Twitter*- sowie einen *Facebook*-Account. Fanaktivitäten wie Fanfictions werden jedoch kaum wahrgenommen oder eingesetzt (Wiling 48–53). So besitzt keines der zehn aufgeführten Verlagshäuser zum jetzigen Zeitpunkt ein Verwertungs- oder Marketingmodell, in das Fanfictions aktiv integriert werden.

Die relevantesten Einflussfaktoren für den geringen Einsatz von fangeschaffenen Inhalten – der Einfluss fremdsprachlicher Literatur, US-amerikanische Modelle, das deutsche Urheberrecht und das Selbstverständnis der Verlage – sollen hier zusammengetragen und analysiert werden.

Einfluss fremdsprachlicher Literatur

Es ist zu bedenken, dass die deutsche Fanfiction-Szene stark durch die Entwicklungen der englischsprachigen Medienkultur geprägt ist. Die ersten Fanerzählungen datieren in die 1920er Jahre, als Leser von Jane Austens Romanen begannen, selbst Geschichten über die Charaktere zu verfassen und diese in inoffiziellen Fanmagazinen zu veröffentlichen (Derecho 62). 1934 wurden die *Sherlock Holmes*-Fanclubs *Baker Street Irregulars* in New York und die *Sherlock Holmes-Society* in London gegründet. Beide Vereinigungen setzten sich zum Ziel, die Werke Sir Arthur Conan Doyles zu verbreiten und fortzusetzen (Tobin 87). Auch heute ist die deutsche Szene noch sehr stark von anglo-amerikanischer Belletristik geprägt, was man unschwer am hohen Anteil von deutschsprachiger Fanfiction zu englischsprachigen Originalen in deutschen Online-Archiven sehen kann.

Daneben dient häufig japanische Belletristik als Ursprungswerk für Fanfiction. Die Kategorie ›Anime & Manga‹ des Online-Archivs *fanfiktion.de* ist das Segment, zu dem die meisten Fanerzählungen publiziert werden. Aufgrund der Tatsache, dass sowohl *fanfiktion.de* als auch andere Archive wie *fanfiction.net* oder *animexx.de* Manga und Anime als eine gemeinsame, homogene Kategorie führen, ist es allerdings schwer, genauere Aussagen über den genauen Einfluss japanischer Belletristik auf die deutsche Fanfiction-Szene zu treffen.

Bei Fanfictionarchiven handelt es sich in der Regel um Online-Sammlungen von Fangeschichten, wovon sich die meisten auf ein bestimmtes Fandom oder Genre spezialisiert haben. Die Online-Sammlungen mit den meisten Usern sind jedoch Multifandom-Archive, die sich eben genau auf kein spezifisches Fandom oder Genre konzentrieren. Mit über zweieinhalb Millionen registrierten Nutzern ist das US-amerikanische *fanfiction.net* das größte Multifan-

dom-Fanfictionarchiv weltweit (Sendlor). Bei *fanfiction.de* handelt es sich mit 240.900 Fangeschichten und über 110.000 registrierten Usern um das größte deutschsprachige Online-Archiv. In der Kategorie »Bücher«, welche mit 63.959 eingestellten Werken die zweitgrößte Untergruppierung darstellt, sind insgesamt 134 einzelne Buchtitel und Buchreihen zu finden, auf deren Inhalten Fanfictions basieren. Von diesen belletristischen Werken sind 94 im Original in englischer Sprache veröffentlicht worden. Es sind lediglich 32 deutschsprachige Bücher im Archiv vertreten, zu welchen Fanfiction geschrieben wurde. Der mit 897 veröffentlichten Fanwerken größte deutscher Vertreter, die *Edelstein*-Trilogie von Kerstin Gier, macht demnach lediglich 1,4 Prozent der Gesamtanzahl der Belletristik-Fanfictions aus (Stand 1. Nov. 2013).

Grund für das scheinbar geringe Interesse der deutschen Fanfiction-Schreiber an deutschen Originalen ist zudem der enorme Einfluss fremdsprachlicher Literatur auf den gesamten deutschen Belletristik-Markt. Betrachtet man die *SPIEGEL*-Jahresbestsellerliste 2013, so zählten zu den zehn meistverkauften Belletristik-Hardcovern in Deutschland lediglich drei Werke deutschsprachiger Autoren. Im Jahr 2012 schafften es sogar nur zwei deutsche Originaltitel in das Top-Ten-Ranking (*Jahresbestseller Hardcover*).

Gemessen an den geringen Fanfiction-Aktivitäten zu deutschen Produkten ist anzunehmen, dass der Aufwand, den ein Verlag betreiben müsste, um eine Fanfiction-involvierende Marktstrategie für deutschsprachige Literatur umzusetzen, wohl größer wäre als der Erfolg in der Fanfiction-Szene. Die Arbeit mit Übersetzungen englischsprachiger Belletristik würde wiederum Lizenzverhandlungen mit dem Ursprungsverlag und dem Autor bedeuten, was zeit- und kostenaufwendig sein kann.

Blick auf US-amerikanische Modelle

Anders als in Deutschland kam es in den USA bereits zur Umsetzung von Geschäftsmodellen, in welchen Fanfiction-Verfasser im Sinne der »Productive Activities« selbst als Content-Lieferanten anerkannt wurden. Obwohl hier die Bemühungen auch nicht von Verlagen

ausgingen, kann man dennoch Rückschlüsse darauf ziehen, wie erfolgreich eine solche Prosumentenstrategie sein kann und welche Risiken damit verbunden sind.

Das Fanfictionarchiv *fanlib.com* wurde 2007 gegründet. Es kooperierte mit Rechteinhabern von TV-Serien und literarischen Werken (wie dem Science-Fiction-Roman *Uglies*) und veranstaltete mit diesen Fanfiction-Wettbewerbe. Während die Wettbewerbe teilweise sehr spezifischen Teilnahmebedingungen unterlagen, stand den Nutzern auch ein freier Archiv-Bereich zur Verfügung. Die Rechte von *fanlib.com* beschränkten sich auf Nutzung, Reproduktion und Zugänglichmachung der Inhalte auf der Webseite. Alle weiteren Rechte an den Werken blieben bei den Fanfiction-Verfassern, solange diese im Archiv-Bereich publizierten. Bei der Teilnahme an Wettbewerben kam es zur Übertragung aller Rechte an *Fanlib*. Die Plattform veranstaltete während der Zeit ihres Bestehens zwölf Contests mit Kooperationspartnern. Während seines einjährigen Bestehens konnte das Archiv über 2.300 Kategorien zu verschiedenen Ursprungswerken verzeichnen. Die *FanLib Inc.* wurde 2008 von der *Walt Disney Cooperation* aufgekauft, welche die Webseite am 4. August desselben Jahres schloss. Als Hauptgrund für die Schließung zählte vor allem die fehlende Akzeptanz des Konzepts innerhalb der Fanfiction-Szene, was auch den finanziellen Erfolg beeinträchtigte (Cygnet).

Von Fansseite wurde dem *Fanlib*-Konzept vorgeworfen, dass es auf Kosten der Fanfiction-Verfasser Gewinne erziele, aufgrund des Haftungsausschlusses die rechtlichen Risiken aber weiterhin bei diesen verblieben. Durch unklare Formulierungen und die Verwendung juristischer Fachtermini innerhalb des FAQ-Bereichs, der Nutzungsbedingungen und in den offiziellen Erklärungen wurde die bereits vorhandene Skepsis an dem wirtschaftlichen Konzept noch weiter verstärkt (Jenkins). Zusätzlich tauchte eine Online-Broschüre von *Fanlib* aus dem Jahr 2004 im Internet auf. Zu dieser Zeit hatten die Gründer unter dem gleichen Label noch als Dienstleister für Fan-events fungiert und dort maximale Kontrolle über die Fanaktivitäten ausgeübt, um sich Einnahmen durch Werbemittel zu sichern, wodurch das Vertrauen der Fans in die Plattform nachhaltig getrübt wurde (Williams). Zusammenfassend kann man festhalten, dass durch eine unklare Kommunikation und ein fehlendes Verständnis

der Bedürfnisse der Zielgruppe die bereits vorherrschende Skepsis gegenüber des Konzepts hinter *Fanlib* nur weiter verstärkt wurde, was den ausbleibenden Erfolg der Webseite erklärt.

Auch *Amazon Publishing* startete am 27. Juni 2013 mit der Fanfiction-Verkaufsplattform *Kindle Worlds* einen Versuch, die Prosumentenaktivitäten zu kommerzialisieren. Die Publishing-Gruppe lässt sich die Veröffentlichungs- und Verwertungsrechte für Fanfictions von den Rechteinhabern der Originalwerke erteilen. Fangeschichten zu den Originalwerken können von registrierten Nutzern hochgeladen und verkauft werden (*Kindle Worlds*). Neben dem von *Amazon Publishing* festgelegten Regelwerk zu Layout, Rechtschreibung und unerwünschten Inhalten wurden auch von den Lizenzpartnern selbst inhaltliche Ansprüche bestimmt. Die Verkaufspreise für Fanfictions werden von *Amazon Publishing* festgelegt. Die Fanfiction-Verfasser werden mit 20 bis 35 Prozent der Einnahmen am Internetverkauf beteiligt. *Amazon Publishing* lässt sich vom Fanfiction-Verfasser die ausschließlichen Rechte an der Fanerzählung übertragen, wodurch die Publishing-Gruppe die Inhalte an Dritte weiterverkaufen oder selbst nutzen kann, ohne dass weitere Ansprüche an sie gestellt werden können (*Amazon FAQ*).

Die vollständige Übertragung aller Rechte stellt für viele Fanfiction-Verfasser eine inakzeptable Eintrittsbarriere dar. Zudem schränken die teilweise sehr strengen inhaltlichen Richtlinien die Kreativität der Fanfiction-Verfasser ein, wodurch entscheidende Teile der Vielfalt verlorengehen, die die Szene ausmachen (Bridle). Es bleibt die Frage, in welchem Umfang das schmale Angebot in Anspruch genommen wird, solange auf Online-Archiven zu denselben Originalwerken kostenfreie Fangeschichten zur Verfügung gestellt werden.

Bereits am 27. Juli 2013, dem Starttag der Verkaufsplattform *Kindle Worlds*, waren 55 Fanfictions erhältlich; am 7. August 2013 zählte *Kindle Worlds* bereits 128 Veröffentlichungen. Sechs Monate später, am 16. März 2014, war die Anzahl der vertriebenen Fanerzählungen auf 422 gestiegen. Zwar klingt die Versiebenfachung der Werke seit der Gründung nach einem effizienten Wachstum, dennoch ist die Gesamtanzahl von 422 Titeln für eine Verkaufsplattform, die eine Sektion des erfolgreichen *Kindle Bookstore* darstellt, doch kritisch zu betrachten. Zum Vergleich kann aufgeführt werden, dass auf dem

deutschen Online-Archiv *fanfiction.de* in einer Zeitspanne von sechs Monaten 6.374 Belletristik-Fanfictions veröffentlicht wurden (58.194 Fanfictions am 20. Mai 2013 gegenüber 64.568 am 18. November 2013), während *Kindle Worlds* innerhalb eines halben Jahres lediglich einen Zuwachs von 294 Fanwerken verzeichnen konnte.

Es ist fraglich, wie sinnvoll es für ein Unternehmen wie einen Verlag ist, ein so schmales und verhältnismäßig langsam wachsendes Angebot langfristig zu halten, wenn hier nicht die Möglichkeiten der Querfinanzierung gegeben sind, welche *Amazon Publishing* zur Verfügung stehen. Der Lizenzkauf und die Umsetzung eines digitalen Geschäftsmodells stellen für einen Verlag ein wirtschaftliches Risiko dar. Der bisher ausbleibende Erfolg von Kommerzialisierungsversuchen im US-amerikanischen Markt schreckt auch deutsche Verlage davon ab, selbst diesen Weg zu gehen. Aufgrund der deutschen Rechtslage, welche eine vollständige Übertragung der Urheberrechte an Dritte ausschließt, sind die US-amerikanischen Geschäftsmodelle auch nicht ohne weiteres auf den deutschen Markt transferierbar.

Deutsches Urheberrecht

Relevant zum Verständnis der geringen bis sogar negativen Wahrnehmung der Fanfiction-Aktivitäten durch deutsche Verlage ist die gegenwärtige Rechtslage in Deutschland. Am einfachsten sind die Eigenheiten des deutschen Urheberrechts, welches mit der Rechtslage vieler kontinentaleuropäischer Staaten übereinstimmt, im Vergleich zum anglo-amerikanischen Copyright zu sehen. Das Copyright entspricht nach deutschem Rechtsverständnis einem Verwertungsrecht, welches vor allem die wirtschaftlichen Interessen des Verlegers schützen soll. Das deutsche Urheberrecht hingegen stellt die Rechte des eigentlichen Schöpfers in den Vordergrund. Hierbei handelt es sich sowohl um die wirtschaftlichen als auch um die geistigen Interessen des Autors (Kreutzer 191). Solange eine Fanfiction also nicht die geschäftlichen Interessen des Rechteinhabers gefährdet – wovon man bei einer kostenlosen Veröffentlichung im Internet ausgehen kann – kommt es in der Regel zu keiner Verletzung des anglo-amerikanischen Copyrights (Tushnet 671). Nach dem deutschen

Verständnis des Urheberrechts besitzt der Schöpfer die vollständige und exklusive Verfügungsgewalt über sein Werk. Zwar wird in der Rechtsprechung durchaus der wirtschaftliche Faktor bei der Urteilsfindung berücksichtigt, dennoch stellt eine unerlaubte Bearbeitung des Ursprungswerkes, sollte hierdurch kein selbstständiges Werk entstanden sein, eine Urheberrechtsverletzung nach dem Urheberrechtsgesetz (UrhG) § 23 dar. Somit verstößt auch die Veröffentlichung von Fanfiction, die nicht vom Autor erlaubt wurde, gegen die deutsche Rechtslage. Die Veröffentlichung ist lediglich möglich, wenn der Autor nach (UrhG) § 32 III ein einfaches und unentgeltliches Nutzungsrecht für jedermann eingeräumt hat. Dieses Recht kann nur durch den Urheber selbst und nicht durch dessen Vertragspartner eingeräumt werden. Diese unterschiedlichen Urheberrechtskonzepte erklären bis zu einem gewissen Grad, weshalb die anglo-amerikanische Buchbranche Fanfiction-involvierenden Marketingstrategien und Geschäftsmodellen aufgeschlossener gegenübersteht als ihre Kollegen in Deutschland.

Ein weiterer Unterschied liegt in der Übertragbarkeit von Rechten. Das Urheberrecht wird dem Schöpfer kraft des deutschen Gesetzes zugesprochen und kann vererbt, nicht aber durch Rechtsgeschäfte übertragen werden (§ 29 UrhG). Der Autor kann einem Verlag oder auch einem anderen Vertragspartner lediglich Nutzungsrechte einräumen. Auch im anglo-amerikanischen Raum gilt nach Schöpferprinzip der Autor als ursprünglicher Inhaber aller Rechte an seinem Werk. Allerdings ist hier eine vollständige Übertragung aller Urheberrechte an einen Vertragspartner möglich, welcher die Rechte wiederum an Dritte weitergeben kann (Kreutzer 191). Somit kann ein amerikanischer Verlag Fanfiction-Verfassern Bearbeitungsrechte einräumen, während sich ein deutscher Verlag davor noch eine spezielle Nutzungsgenehmigung des Urhebers einholen muss. Eine Marktstrategie mit Fanfictions ist für einen deutschen Verlag daher mit zusätzlichen Verhandlungen verbunden, welche Zeit und Geld kosten.

Selbstbild der Verlage

Der wohl entscheidendste Faktor, weshalb Verlage der Entwicklung im Prosegmentum so wenig Beachtung schenken, ist die Selbstwahrnehmung der deutschen Buchbranche. So berichtet beispielsweise eine neuseeländische E-Book-Dienstleisterin, dass deutsche Verleger auf ihre Idee einer stärkeren Einbindung von Fanfiction-Verfassern in die Branche sehr zurückhaltend reagiert hätten (von Veh). Als weiteres Beispiel hierfür kann die *buchreport*-Umfrage unter Erotik-Verlegern gesehen werden, welche zu Teilen auf dem Internetauftritt des Branchenmagazins und in der Printausgabe selbst publiziert wurde (Wilking 48–53). Die Antworten, die online veröffentlicht wurden, beschäftigten sich mit dem Thema, inwieweit Selfpublishing im Wettbewerb mit dem klassischen Verlagsmodell steht. Selfpublisher – also Autoren, welche ihre Werke über keinen Verlag veröffentlichen, sondern andere Publikationswege und Verbreitungsplattformen wählen – fallen aus dem klassischen, wirtschaftlichen Sektor heraus und sind Teil des Prosegmentums. Bettina Steinhage, Lektorin bei der deutschen Verlagsgruppe Bastei Lübbe, sieht Fanfiction als eine Vorform des Selfpublishing an (*buchreport-Umfrage*). Fanfiction weist den gleichen Veröffentlichungsprozess wie Selfpublishing auf, unterscheidet sich allerdings darin, dass sich die Texte inhaltlich an eine andere Schöpfung anlehnen und deshalb in der Regel keine selbstständigen Werke darstellen.

Nach Meinung der befragten Experten können Eigenpublikationen durchaus Trends aufzeigen und somit belebend auf den Markt wirken (*buchreport-Umfrage*). Werke wie *Shades of Grey*, welches erst als *Twilight*-Fanfiction im Internet zu finden war, dann überarbeitet von einem unabhängigen Schriftstellerverband publiziert wurde und erst danach ins Portfolio eines klassischen Verlagshauses aufgenommen wurde, zeigen zwar, dass im Prosegmentensektor durchaus Potenzial bestehe, es sich hierbei aber nur um Ausnahmerecheinungen handle (*buchreport-Umfrage*). Letztlich war auch *Shades of Grey* auf die Marketinganstrengungen eines klassischen Verlagshauses angewiesen, um einen globalen Erfolg generieren zu können (*buchreport-Umfrage*).

Die deutschen Verlage sehen sich selbst nicht nur als Content-Lieferanten, sondern als ein Qualitätssiegel für hochwertige Belletris-

tik (*buchreport-Umfrage*). Anders als selbstpublizierende Prosumenten stehen sie für inhaltliche Qualität, Kompetenz und Glaubwürdigkeit, weshalb sie auch davon ausgehen, dass sich ihr Konzept auf lange Sicht durchsetzen wird (*buchreport-Umfrage*).

Im Gegensatz zu Fanfictionarchiven und *Kindle Worlds*, welche den Lesern ein möglichst großes Angebot bereitstellen wollen, liegt im Aufgabenbereich eines Verlages nicht allein die Veröffentlichung, sondern auch die Auswahl und äußerst präzise inhaltliche sowie orthografische Überprüfung der Titel. »Productive Activities«-Konzepte, bei welchen Prosumenten selbst neue Inhalte beisteuern, entsprechen nicht der klassischen Definition von Verlagen, wie wir sie heute haben. Die deutschen Verlage fürchten als Folge einer solchen Öffnung, ihr Ansehen als Qualitätsgaranten zu verlieren. Sollten Verlage ihre bisherigen qualitativen Kontrollen auch bei »Productive Activities« umsetzen wollen, so wäre dies folglich mit einem erheblichen Mehraufwand für die Lektorate verbunden.

Fazit

Die geringe Wahrnehmung von Belletristik-Fanfiction durch die deutsche Buchbranche begründet sich in unterschiedlichen Umständen. Aus praktischer Sicht kann man anführen, dass sich die deutschsprachigen Verlage nicht genauer mit der Szene befassen, da sie momentan keine Möglichkeit erkennen, die Fanwerke in ihre Marktstrategie zu integrieren. Da bislang der Großteil der deutschsprachigen Fangeschichten auf Belletristik von englischsprachiger Herkunft basiert, müssten Verlage entweder in neue Lizenzverhandlungen mit den englischsprachigen Rechteinhabern treten oder könnten lediglich ein sehr punktuell Fanfiction-Angebot zu ihren deutschen Titeln liefern. Somit würde man nur eine äußerst kleine Zielgruppe ansprechen, was bei dem Ressourcenaufwand wohl wenig lohnenswert wäre.

Schon die geringen Erfolgsaussichten von Fanfiction-Geschäftsmodellen im US-amerikanischen Raum sorgen für eine zurückhaltende Einstellung. Gerade die Historie des Fanfictionarchivs *fanlib.com*

zeigt, dass die Zusammenarbeit mit Fanfiction-Verfassern auf einem ehrlichen und respektvollen Dialog aufbauen muss. Die Kommerzialisierung von Fanfiction wurde, zumindest zu der aktiven Zeit dieser Unternehmung, von einem großen Teil der Szene mit Skepsis verfolgt oder sogar kategorisch abgelehnt. Ob sich diese Haltung innerhalb der letzten fünf Jahre geändert hat, wird man am zukünftigen Erfolg der Verkaufsplattform *Kindle Worlds* bemessen können.

Nicht allein die Kommerzialisierung, sondern auch die vollständige Rechteübertragung an das Unternehmen wird von Fanfiction-Verfassern oft kritisiert. Diese Übertragung der Urheberrechte, welche im anglo-amerikanischen Copyright-Raum durchaus gesetzlich möglich ist, ist mit der deutschen Rechtslage nicht zu vereinbaren. Hieraus ergeben sich für die Umsetzung von Geschäftsmodellen nach US-amerikanischem Vorbild in Deutschland zwei entscheidende Problematiken. In Deutschland haben Verlage nicht die Möglichkeit, sich die Rechte an einer geistigen Schöpfung vollständig übertragen zu lassen. Hierdurch könnte der Autor, auf dessen Werk Fanfictions basieren, bei der Umsetzung eines Geschäftsmodells, welches seine Urheberrechte berührt, regelmäßig ein Mitspracherecht einfordern. Des Weiteren kann sich der Verlag auch von den Fanfiction-Verfassern das Urheberrecht nicht vollständig überschreiben lassen. Hier könnten auf die Verlage zu einem späteren Zeitpunkt rückwirkende Forderungen, wie beispielsweise auf eine angemessene Vergütung nach UrhG § 32a, zukommen. Dies sind zwei relevante Einflussgrößen, welche für Verlage nicht kontrollierbar sind und ein Risiko bei der Umsetzung einer Marktstrategie darstellen.

Neben den genannten harten Faktoren spielen auch die Einstellung zu geistigem Eigentum und das Selbstbild der Verlage eine wichtige Rolle. Das anglo-amerikanische Copyright schützt vor allem wirtschaftliche Interessen, weshalb sich Fanwerke, welche keine ökonomischen Risiken darstellen, in einer rechtlichen Grauzone befinden. Anders ist es im deutschen Urheberrechtsraum, wo Fanfictions, die keine selbstständige geistige Schöpfung darstellen, gegen die Rechte des Autors verstoßen. Durch diese klare Urheberrechtsverletzung wird auch die Wahrnehmung und Akzeptanz von Fanfiction in Deutschland mit beeinflusst. Verlage sehen sich selbst außerdem als Qualitätsgaranten für ihre Leser und versuchen dieses Image best-

möglich nach außen zu kommunizieren. Ein Geschäftsmodell oder auch eine Marketingstrategie, in welcher ein Publikationsprozess unterstützt wird, der nicht den strengen lektorarischen Auflagen unterliegt, den Verlage momentan an ihr Portfolio richten, ist für viele Verlage schwer vorstellbar. Es wird befürchtet, dass die Förderung der Prosumenten-Aktivitäten den eigenen Markenwert herabsetzt, da die Kontrolle über den publizierten Content nicht mehr gegeben ist.

Zwar gibt es zum heutigen Zeitpunkt genug Einflussfaktoren, durch die eine vorsichtige Haltung gegenüber der Umsetzung von Fanfiction-involvierenden Marktstrategien durch deutsche Verlage gerechtfertigt ist, dennoch lassen die Expertenmeinungen darauf schließen, dass eine stärkere Wahrnehmung und Beobachtung der Szene für die Zukunft ratsam wäre. Schon Toffler prognostizierte ein Wachstum der Prosumenten-Aktivitäten (292f) und auch Askwith hält einen Anstieg der »Productive Activities« für wahrscheinlich (82); das oben erwähnte Wachstum auf *fanfiction.de* unterstützt beispielhaft diese Vorhersagen der Experten. Deutsche Verlage beschränken sich bislang weitgehend auf den Touchpoint »Social Interaction«, um dem Prosumenten-Bedürfnis gerecht zu werden.

Durch das Potenzial der Fans als emotional engagierte Prosumenten sowie das stetige Wachstum der Szene in Deutschland ist zukünftig eine zunehmende Auseinandersetzung mit der Thematik durch deutsche Verlage nicht auszuschließen. Wie bereits aufgeführt, wurde im *buchreport*-Magazin innerhalb der letzten zwei Jahre zwar kein Artikel veröffentlicht, der sich schwerpunktmäßig mit Fanfiction beschäftigte, dennoch sind auf dem Online-Auftritt des Fachmagazins mehrere Artikel zu finden, in denen Fanwerke erwähnt werden. Im Jahresrückblick 2013 des *buchreports* wird zudem konstatiert, dass die Fanfiction-Szene von Verlagen aufgrund von anglo-amerikanischen Geschäftsmodellen und kommerziellen Erfolgsgeschichten wie *Shades of Grey* »nicht mehr belächelt« werde (*Jahresrückblick*). Dies lässt darauf schließen, dass sich die Wahrnehmung von Belletristik-Fanfictions durch die deutsche Verlagsbranche in einem Wandlungsprozess befindet, der noch nicht abgeschlossen ist.

Literatur

- Amazon Inc. FAQ. <https://kindleworlds.amazon.com/faqs> (20. Nov. 2013).
- Amazon Inc. Kindle Worlds – New stories inspired by books, shows, movies, comics, music, and games people love. <http://www.amazon.com/gp/feature.html?ie=UTF8&docId=1001197421> (20. Nov. 2013).
- Askwith, Ivan. *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium*. Master's thesis, MIT, 2007.
- buchreport-Umfrage zum Wettbewerb durch Selfpublisher, 29. Apr. 2013. http://www.buchreport.de/nachrichten/verlage/verlage_nachricht/datum/2013/04/29/ein-verlag-steht-fuer-qualitaet.htm (20. Nov. 2013).
- buchreport-Ranking ›Die 100 größten Verlage‹, 3. Apr. 2012. http://www.buchreport.de/nachrichten/nachrichten_detail/datum/2012/04/03/minus-statt-nullsumme.htm (16. Mär. 2014).
- buchreport Jahresbestseller Hardcover, 25. Jan. 2014. http://www.buchreport.de/bestseller/jahresbestseller/hardcover.htm?tx_bestseller (16. Apr. 2014).
- Bridle, James. How Kindle Worlds aims to colonise fan fiction, 1. Jun. 2013. <http://www.theguardian.com/books/2013/jun/02/kindle-worlds-amazon-fan-fiction> (20. Nov. 2013).
- Cygnnet, Leva. On the Demise of Fanlib, and Why Fan-run Sites Are More Likely to Succeed, 24. Jul. 2008. <http://firefox.org/news/articles/1677/1/On-the-Demise-of-Fanlib-and-Why-Fan-run-Sites-Are-More-Likely-to-Succeed/Page1.html> (27. Mär. 2014).
- Derecho, Abigail. Archontic literature: A definition, a history, and several theories of fan fiction. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Eds. Kristina Busse und Karen Hellekson, 61–78. Jefferson: McFarland, 2006.
- Der Jahresrückblick von buchreport.de: Teil 1, 23. Dez. 2013. http://www.buchreport.de/nachrichten/online/online_nachricht/datum/2013/12/23/der-gnadenlose-disruptor.htm (16. Mär. 2014).
- Hanekop, Heidemarie und Volker Wittke. Kollaboration der Prosumenten. *Prosumer Revisited: Zur Aktualität einer Debatte*. Eds. Birgit Blättel-Mink und Kai-Uwe Hellmann, 96–111. Wiesbaden: VS, 2010.
- Jenkins, Henry. Transforming Fan Culture into User-Generated Content, 22. Mai 2007. <http://henryjenkins.org> (19. Nov. 2013).
- Kreutzer, Till. *Das Modell des deutschen Urheberrechts und Regelungsalternativen*. Baden-Baden: Nomos, 2008.
- Pugh, Sheenagh. *The Democratic Genre: Fan Fiction in a Literary Context*. Bridgend: Seren, 2005.

- Roose, Jochen und Mike Schäfer. Fans und Partizipation. *Fans – Soziologische Perspektiven*. Eds. Jochen Roose, Mike Schäfer und Thomas Schmidt-Lux, 363–386. Wiesbaden: VS, 2010.
- Roose, Jochen, Mike Schäfer und Thomas Schmidt-Lux. Einleitung: Fans als Gegenstand soziologischer Forschung. *Fans – Soziologische Perspektiven*. Eds. Jochen Roose, Mike Schäfer und Thomas Schmidt-Lux, 9–26. Wiesbaden: VS, 2010.
- Sendlor, Charles. FanFiction.Net Member Statistics, 18. Jul. 2010. <http://ffnresearch.blogspot.de/2010/07/fanfictionnet-users.html> (23. Nov. 2013).
- Tobin, Vera. Ways of Reading Sherlock Holmes: The Enrichment of Discourse Blends. *Language and Literature* 15.1 (2006): 73–90.
- Toffler, Alvin. *Die Dritte Welle – Zukunftschance*. München: Goldmann, 1983.
- Tushnet, Rebecca. Legal Fictions: Copyright, Fan Fiction, and a New Common Law. *Loyola of L.A. Entertainment Law Journal* 17.3 (1997): 651–686.
- Veh, Anna von. Anna von Veh über Perspektiven der Kindle Worlds, 31. Mai 2013. http://www.buchreport.de/nachrichten/verlage/verlage_nachricht/datum/2013/05/31/ohne-fanfiction-verlieren-wir-generation-en-von-lesern.htm (16. Mär. 2014).
- Wilking, Thomas. Die neue Durchlässigkeit. *buchreport.magazin* 4, 2013: 48–53.
- Williams, Chris. Chris Williams Responds to Our Questions, 25. Mai 2007. <http://henryjenkins.org> (19. Nov. 2013).