

Neuere indische Literatur in Deutschland

Eine Bestandsaufnahme

Als einziges Land war Indien bereits zweimal Gastland der Frankfurter Buchmesse. 1986 und 2006. Dennoch ist besonders der Bereich der modernen indischen Literatur kaum ausreichend am deutschen Buchmarkt präsent. Daraus ergibt sich die Frage nach den Ursachen, vor allem im Bereich der Vermarktung neuerer indischer Literatur auf dem Buchmarkt.

Dieser Frage ging eine Podiumsdiskussion anlässlich der Jahreshauptversammlung der Deutsch-Indischen Gesellschaft e.V. (DIG) am 23. September 2011 in Dresden nach. Teilnehmer/-innen der Diskussion waren Veena Kade-Luthra (freie Autorin), Dr. Christina Oesterheld (Südasien Institut Heidelberg), Jose Punnamparambil (Literaturforum Indien e.V.), Dr. Thomas Sparr (Suhrkamp Verlag, Berlin) und Christian Weiß (Draupadi-Verlag). Moderiert wurde die Veranstaltung von Tobias Grote-Beverborg (Deutsche Welle). Hier die Zusammenfassung der wichtigsten Thesen.

Sichtbar gewachsenes Interesse

Die freie Autorin Veena Kade-Luthra vertritt die Auffassung, dass das Interesse für Indien auf dem deutschen Buchmarkt in den letzten fünfundzwanzig Jahren sichtbar gewachsen sei. Als Indien 1986 zum ersten Mal Schwerpunktthema der Frankfurter Buchmesse war, seien es vor allem kleinere Verlage gewesen, die die sogenannte „Dritte-Welt“-Literatur im deutschsprachigen Bereich präsentierten und verbreiteten.

Zwanzig Jahre später, 2006 – Indien war nun zum zweiten Mal Gastland der Buchmesse – wurden namhafte indische Autoren auch von größeren Verlagen wie Suhrkamp und Beck publiziert, was offensichtlich für eine breitere Vermarktung indischer Literatur gesorgt habe. Es sei jedoch nicht zu verkennen, dass die größeren Verlage (Suhrkamp, Beck) überwiegend indische Literatur verlegen, die schon auf dem internationalen englischsprachigen Buchmarkt als erfolgversprechend eingeschätzt werden oder bereits erfolgreich vermarktet wurden (z.B. Autoren wie Suketu Mehta, Aravind Adiga, Shashi Tharoor): Eine Literatur, die Indien im Sog der Globalisierung präsentiert und aus Verlagsperspektive den deutschen Lesern zugänglicher erscheine. Mit Autorenlesungen und Werbung werde für die Vermarktung dieser Bücher gesorgt.

Regionalsprachige Literatur auf dem Vormarsch

Auf der anderen Seite gebe es kleinere Verlage (z.B. A1 Verlag, Draupadi Verlag), die mit geringeren finanziellen Mitteln unter anderem die moderne indische Literatur in



„Regionalsprachen“ (z.B. Hindi, Bengali, Marathi, Kanada, Malayalam) in deutscher Übersetzung zu verbreiten versuchen – eine Literatur, die in Indien enorm wachse. Hier seien die Kontakte und das Gespür der Verleger vor Ort von ausschlaggebender Bedeutung. Die kleineren Verlage haben jedoch bei der Finanzierung und vor allem bei der Vermarktung ihre Schwierigkeiten. Um den Reichtum dieser Literaturen für den deutschen Büchermarkt zu erhalten und in der Zukunft weiterführen zu können, wäre nach Einschätzung von Veena Kade-Luthra eine verstärkte finanzielle Förderung dieser Arbeit notwendig.

Vormacht der englischsprachigen Literatur

Christina Oesterheld vom Südasien-Institut Heidelberg stellte ebenfalls fest, dass Indien durch Sachbücher sehr gut auf dem deutschen Markt vertreten ist und sich in den letzten zehn bis zwanzig Jahren die Präsenz schöngestiger Literatur aus Indien wesentlich verbessert habe.

Kritisch anzumerken sei aber nach wie vor, dass die in englischer Sprache verfasste indische Literatur stark überrepräsentiert ist. Gegen Übersetzungen dieser Literatur sei zwar nichts einzuwenden, aber sie solle das Bild der indischen Literatur(en) nicht in dem Maße prägen, wie sie es gegenwärtig tue.

Oesterhelds Kritik richtete sich in diesem Zusammenhang vor allem gegen die Praxis der großen Verlage, den Vorgaben der angelsächsischen Verlagsindustrie zu folgen. Es wäre sicher nicht teurer und wesentlich repräsentativer für die indische Literaturszene, sich Empfehlungen und Hinweise direkt aus Indien zu holen. Der indische Buchmarkt und die literarische Öffentlichkeit böten genügend Möglichkeiten dafür.

Schlechte Vermarktung

Auch die derzeitige Vermarktung der Titel durch die großen Verlage sieht Oesterheld kritisch. Mit optisch auffälligen Werbemitteln (Plakaten, Hinweisen in den Medien etc.) könnte sicher verstärkt auf literarische Werke indischer Autoren aufmerksam gemacht werden. Sie könne sich nicht vorstellen, dass die Mittel dafür nicht vorhanden seien. Dabei sollten die Bücher als spannende, literarisch interessante Lektüre beworben und nicht in eine exotische Nische gestellt werden. Wünschenswert wäre es natürlich auch, Publikationen kleinerer Verlage wie die des Draupadi Verlags besser in die Buchläden zu bringen, vor allem in die großen Ketten. „Beim Stöbern nach einer unterhaltsamen Lektüre kann kein Leser zufällig auf diese Bücher stoßen, weil sie nirgends ausliegen“, so Oesterheld. Ihr sei aber klar, dass es kaum möglich sei, in diesem Sektor Boden zu gewinnen, da dieser sehr stark von einigen wenigen Großverlagen und ihrem aufwändigen Marketing dominiert werde.

Interesse an Literatur aus Indien wecken

Insgesamt könne man aber durchaus zuversichtlich sein. Das wachsende internationale Gewicht Indiens werde gewiss dazu beitragen, das Interesse an Literatur aus Indien zu wecken, und an Übersetzern aus indischen Sprachen sollte es in Zukunft ebenfalls nicht mangeln. Wichtig für die Qualität der Übersetzungen bleibe allerdings nach wie vor eine gründliche sprachliche Überarbeitung, da die Übersetzer selbst in der Regel nicht die nötige Distanz zum Original aufbrächten. Angesichts kleiner Auflagen und schlechter finanzieller Ausstattung von Kleinverlagen scheitert dies allerdings oft an der Finanzierungsfrage. Eine gute Lektorierung entscheide letztlich aber über den Erfolg beim deutschen Publikum.

Baby Halder, links, im Oktober 2008 auf der Frankfurter Buchmesse

Foto: Draupadi Verlag



Erfolg mit Lesereisen

Christian Weiß vom Draupadi-Verlag stellte abschließend fest, es gebe eine große Diskrepanz zwischen dem, was in Indien und in Deutschland unter „indischer Literatur“ verstanden werde. Bekannt seien in Deutschland fast ausschließlich indische Autoren, die auf Englisch schreiben und häufig im Ausland leben. Die regionalsprachige indische Literatur (Hindi, Bengali, Tamil usw.) finde immer noch viel zu wenig Beachtung auf dem deutschen Buchmarkt. Trotz dieser Einschätzung gab sich Weiß vorsichtig optimistisch. In den letzten Jahrzehnten habe sich einiges zum Positiven verändert. An den Universitäten würden inzwischen viel mehr Hindi-Kurse angeboten. Dadurch gebe es mehr gute Hindi-Übersetzer und -Übersetzerinnen. Erfolgreich waren nach Einschätzung des Verlegers auch die Lesereisen mit Lesungen aus den Büchern von Baby Halder, Uday Prakash und Geetanjali Shree, die das Interesse an regionalsprachigen Literaturen Indiens nachhaltig geweckt hätten.