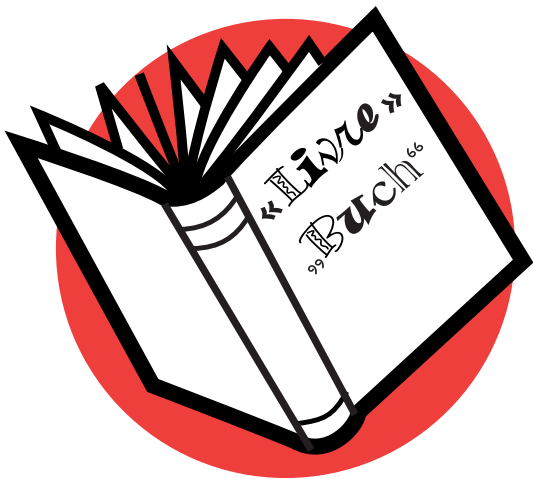


Métiers du livre Buchwesen

Français – Allemand *Französisch – Deutsch*
Allemand – Français *Deutsch – Französisch*



Glossaire/Glossar

Métiers du livre Buchwesen

Sous la direction de / Unter der Leitung von

Bernadette Bricaud Anne Jardin

Rédaction lexicographique / Lexikographische Endredaktion

Jean Klein Ralf Pflieger

Coordination du manuscrit / Koordinierung des Manuskripts

Annie Lamiral

Auteurs / Autoren

**Maryse Bourgoïn · Christiane Klein
Niki Théron · Andreas Jandl**

En coopération avec / In Zusammenarbeit mit

Céline Maurice · Barbara Porpaczy · Martina Wolff de Carrasco

Regards croisés / Interkulturelle Betrachtungen

Céline Maurice · Martina Bergmann

Nous remercions pour leur soutien / Für ihre Unterstützung danken wir :
Pierre Myszkowski (BIEF), Katja Petrovic (BIEF), Patrick Suel (Librairie Zadig, Berlin),
Yvonne Holtkamp (OFAJ / DFJW), Annette Schwichtenberg (OFAJ / DFJW)

Préface

Depuis de nombreuses années, l'Office franco-allemand pour la Jeunesse (OFAJ) soutient les échanges de jeunes professionnels dans les domaines de l'édition et de la librairie. Un partenariat de longue date avec le BIEF (Bureau international de l'édition française) et le *Börsenverein des deutschen Buchhandels* permet chaque année à de jeunes professionnels de vivre un séjour dans une entreprise, librairie ou maison d'édition, et de faire connaissance « de l'intérieur » du milieu professionnel dans l'autre pays. En général, ces jeunes deviennent ensuite des passeurs culturels importants entre le secteur de l'édition en France et en Allemagne. Depuis quelques années, le programme pour jeunes traducteurs littéraires ou programme « Goldschmidt » complète cette action et contribue lui aussi à jeter des ponts entre le monde littéraire en France et en Allemagne.

Ce glossaire « Métiers du livre » vient enrichir une série d'une trentaine de titres conçus pour encourager et faciliter la communication dans les rencontres entre jeunes Français et jeunes Allemands. Ils proposent aux participants un vocabulaire spécifique tenant compte du sujet qui les réunit : séjour de formation professionnelle, échange de jeunes artistes, rencontre sportive... Ainsi l'OFAJ encourage les participants aux rencontres à communiquer en français et en allemand et à développer une conscience et une ouverture à la diversité linguistique et culturelle en Europe.

Pour les jeunes qui participent à ces programmes d'échanges mais également pour tous les autres jeunes qui effectuent un stage ou autre séjour professionnel dans un des domaines de la chaîne du livre dans l'autre pays, ce glossaire se veut être un outil pratique afin de faciliter la communication dans le contexte professionnel. Il devrait aider les jeunes à réaliser leur projet franco-allemand et leur permettre de maîtriser des situations où des connaissances linguistiques techniques sont indispensables.

L'OFAJ a décidé de publier ce nouveau glossaire en lui adjoignant, comme il est désormais d'usage, des « regards croisés ». En effet, le monde du livre est structuré d'une manière différente en France et en Allemagne. Certains termes sont difficilement traduisibles dans le glossaire car l'équivalent exact n'existe pas dans l'autre pays. Il nous paraissait important de les expliquer. Par ailleurs nous avons souhaité donner quelques informations sur les institutions majeures de la vie lit-

téraire de chaque pays. Nous espérons que ce texte suscitera des discussions et stimulera les échanges entre les lecteurs.

Nous remercions les auteurs et l'équipe de rédaction ainsi que les nombreuses personnes qui ont contribué à l'élaboration de ce glossaire et souhaitons à tous une bonne lecture et une utilisation fréquente !

Béatrice Angrand et Eva Sabine Kuntz
Secrétaires Générales de l'OFAJ

Vorwort

Seit mehreren Jahren unterstützt das Deutsch-Französische Jugendwerk (DFJW) den Austausch junger deutscher und französischer Verleger und Buchhändler. Dank der engen Zusammenarbeit mit dem *Börsenverein des deutschen Buchhandels* und dem *BIEF (Bureau International de l'Édition française)* können jedes Jahr junge Verlegerinnen und Verleger und junge Buchhändlerinnen und Buchhändler bei einem Aufenthalt im Nachbarland die berufliche Welt des Buches von innen kennenlernen. Oft werden sie nach diesem Blick hinter die Kulissen wichtige Mittler zwischen Buchwelt und Kulturleben in Deutschland und Frankreich. Seit einigen Jahren bietet das Goldschmidt-Programm eine weitere Erfahrungsmöglichkeit für junge Übersetzerinnen und Übersetzer und trägt dazu bei, Brücken zwischen der literarischen Welt in Deutschland und in Frankreich zu schlagen.

Das vorliegende Glossar „Buchwesen“ ist nicht das erste, das das DFJW veröffentlicht: Mehr als 30 Glossare erleichtern und fördern die Diskussion in den deutsch-französischen Austauschbegegnungen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer finden hier das nötige Fachvokabular zur Thematik ihres Austausches, von „Integration und Chancengleichheit“ über den berufsorientierten Austausch und den Sport bis hin zur Küche. Das DFJW ermutigt die Teilnehmer dazu, auf Deutsch und Französisch miteinander zu kommunizieren und möchte auf diese Weise ein Bewusstsein für den kulturellen Reichtum der sprachlichen Vielfalt in Europa schaffen.

Für die jungen Leute, die an diesen Programmen teilnehmen, aber auch für alle anderen, die ein Praktikum oder einen Arbeitsaufenthalt in einem Betrieb der Buchbranche im Nachbarland planen, möchte das vorliegende Glossar eine praktische Kommunikationshilfe sein, um den Austausch in diesem besonderen Berufsfeld zu erleichtern. Es soll jungen Leuten bei der Umsetzung ihres deutsch-französischen Projekts behilflich sein und ihnen ermöglichen, Situationen zu meistern, in denen spezifische sprachliche Fachkenntnisse unentbehrlich sind.

Das DFJW hat sich dazu entschlossen, dieses Glossar zum Thema Buchwesen, genauso wie alle neueren Hefte, mit einem Mittelteil „interkultureller Betrachtungen“ zu versehen. Die Buchbranche ist nicht in jedem Land gleich strukturiert; manche Begriffe sind schwierig zu übersetzen, weil der passende Begriff in der anderen Sprache nicht existiert. Es ist deshalb notwendig, die Unterschiede im Rahmen eines solchen Glossars zu erklären. Mit diesen Anmerkungen sollen inhaltliche Diskussionen und der Austausch zwischen den Leserinnen und Lesern gefördert werden.

Wir danken den Autoren und dem Redaktionsteam sowie den zahlreichen Beteiligten, die zum Erscheinen dieses Glossars beigetragen haben. Wir hoffen, dass es häufig zum Einsatz kommt und wünschen eine anregende Lektüre.

Dr. Eva Sabine Kuntz und Béatrice Angrand
Generalsekretärinnen des DFJW

Introduction

L'échange franco-allemand est souvent thématique : professionnel, sportif, sociétal, activités de loisirs, etc. Au-delà du vocabulaire et des expressions nécessaires à la communication courante lors d'un échange, l'utilisation d'un vocabulaire spécifique à la thématique est indispensable. En règle générale, les dictionnaires spécialisés, résultats d'un travail scientifique, sont trop exhaustifs pour pouvoir être utilisés dans ces programmes. C'est la raison pour laquelle nous avons conçu les « Glossaires pour les échanges franco-allemands », à partir d'expériences faites dans les rencontres de jeunes.

Nous avons, dans un premier temps, défini les situations de communication auxquelles les jeunes peuvent être confrontés pendant l'échange, mais également celles que nous souhaiterions susciter grâce à l'utilisation de ces glossaires. Nous avons ensuite cerné le vocabulaire et les expressions nécessaires à une communication réussie. Le nombre d'entrées principales est d'environ 600 et comprend des substantifs, des verbes, des adjectifs et des expressions. L'utilisation de ces glossaires présuppose des connaissances de la langue du partenaire équivalant à environ deux années d'études, ce qui signifie : la maîtrise d'un corpus fondamental de verbes, de substantifs, d'adjectifs d'un usage fréquent dans la langue quotidienne ainsi que des notions de base en morphologie et en syntaxe. Nous n'avons retenu aucun internationalisme, termes semblables ou identiques en français et en allemand considérant que les jeunes, dans la communication, tenteront de les utiliser pour se faire comprendre et devraient être à même d'en saisir le sens. Le format des glossaires permet une utilisation aisée pendant la rencontre, ceux-ci pouvant être facilement glissés dans une poche.

Les métiers du livre couvrent des domaines si vastes qu'un glossaire de ce format ne peut les traiter dans son intégralité. Nous avons dû limiter le nombre d'entrées concernant certains champs lexicaux, les domaines de l'imprimerie et de la bibliothèque, par exemple, ne sont abordés que de manière succincte. Il est à noter qu'il existe également des variations d'une entreprise à une autre, toutes les maisons d'éditions, toutes les librairies n'étant pas structurées de manière identique. Nous n'avons pas pu tenir compte de toutes les particularités.

Ces glossaires s'inscrivent dans la philosophie du travail de l'OFAJ, l'apprentissage linguistique étant étroitement lié à un apprentissage interculturel. Dans cet esprit, nous avons tenu compte du fait que l'organisation de la chaîne profession-

nelle du livre se décline différemment en France et en Allemagne, c'est pourquoi nous trouvons certains termes dans une des langues seulement, avec une brève explication en italique dans l'autre langue. Nous conseillons aux utilisateurs de s'entretenir à propos de ces explications. Certains termes sont tellement spécifiques à l'une des deux cultures qu'il nous a paru nécessaire d'inciter les utilisateurs à s'expliquer mutuellement leur signification. Ils sont marqués par deux bulles : 🗨️ 🗨️. La communication peut ainsi être assurée, tout en tenant compte des différences culturelles.

Par ailleurs, nous avons intégré en partie centrale un texte, « Regards croisés ». Ce texte donne à l'utilisateur des clés pour comprendre les principales différences entre le monde du livre en France et en Allemagne. Il reflète l'opinion des auteurs. Bien entendu, la taille du glossaire ne permet que de donner un aperçu du sujet, nous souhaitons susciter la curiosité et motiver les jeunes à approfondir ces aspects pendant et après la rencontre.

Caractéristiques du présent glossaire

Le glossaire « Métiers du livre » s'adresse aux jeunes Français et Allemands qui envisagent un avenir dans cette branche professionnelle et qui, par ailleurs, souhaitent élargir leur domaine de compétence en participant à un échange avec des jeunes de l'autre pays ou en y faisant un stage en entreprise. De plus, il peut concerner également un autre public qui s'intéresse aux métiers du livre.

Ce glossaire comprend trois parties

1. Un lexique français-allemand.
2. Une partie centrale présentant sous forme de « regards croisés » le secteur du livre en France et en Allemagne.
3. Un lexique allemand-français.

La sélection des termes retenus s'est opérée afin de traiter les aspects suivants : maison d'édition, fabrication, distribution et vente du livre, librairie.

Le classement

Les termes ont été classés par ordre alphabétique sauf pour quelques expressions composées ou c'est le mot principal de l'expression qui sert de référence pour le classement alphabétique. Par exemple « accorder une **remise** à quelqu'un »

Les synonymes sont placés directement à côté du mot principal et précédés de *cf.* Exemple : « **folio** *m cf numéro de page* ». De plus, chaque synonyme est également repris comme entrée principale, exemple : « **numéro** *m de page cf folio* ».

Les vrais amis, c'est-à-dire les mots identiques dans les deux langues (par exemple « Best-seller » ou « Mangas » ne sont pas repris dans le glossaire. Par contre les **faux amis**, par exemple : « **Partie** (en allemand) lot de dix exemplaires dont un gratuit » sont suivis en général d'un ↗.

Les genres : ils sont indiqués pour les entrées principales. Pour les entrées secondaires, ils ne sont mentionnés que s'ils n'apparaissent pas sous la même entrée principale.

De nombreux termes n'ont pas de correspondants exacts, c'est pourquoi nous avons décidé de donner **une explication** dans l'autre langue, en italique, et de ne pas les faire apparaître dans l'autre partie du glossaire. Exemple : « **Barsortiment** *n ↗ grossiste qui distribue les ouvrages de plusieurs maisons d'édition* ».

La ponctuation : afin de faciliter la lecture de ce glossaire, les abréviations n'ont pas été suivies de points, comme l'exige l'orthographe française (*m, f, pl, cf*). Les indications entre crochets [...] précisent le terme lui-même, ou son contexte d'utilisation. La barre oblique / est placée entre deux termes ou groupes de termes qui ont le même sens dans l'expression dont il est question, par exemple « œuvre principale/maîtresse ».


Le symbole ↗ signifie que le terme dont il est question fait l'objet d'une explication dans la partie centrale.

Einführung

Deutsch-französische Begegnungen sind oft thematisch orientiert: Beruf, Sport, Gesellschaft, Freizeit usw. Neben dem Wortschatz und den Ausdrücken, die für die Alltagskommunikation während einer Begegnung erforderlich sind, ist es notwendig, das entsprechende Fachvokabular zu beherrschen. In der Regel sind Fachwörterbücher, die häufig auf einer wissenschaftlichen Basis beruhen, zu umfangreich, um in solchen Programmen zum Einsatz zu kommen. Aus diesem Grund haben wir die „Glossare für den deutsch-französischen Austausch“ konzipiert, die aus den Erfahrungen in deutsch-französischen Jugendbegegnungen entstanden sind.

Bei der Erstellung der Glossare werden zunächst die Kommunikationssituationen aufgelistet, die junge Menschen während eines Austausches erleben, aber auch solche, die wir durch den Gebrauch dieser Glossare herbeiführen möchten. Danach werden das für eine gelungene Kommunikation erforderliche Vokabular und die entsprechenden Ausdrücke erfasst. Die rund 600 Haupteinträge umfassen Substantive, Verben und Adjektive sowie Ausdrücke. Für den Gebrauch der Glossare werden Kenntnisse in der Partnersprache vorausgesetzt, die einem etwa zweijährigen Fremdsprachenunterricht entsprechen. Dies bedeutet die Beherrschung eines Grundwortschatzes aus häufig gebrauchten Verben, Substantiven und Adjektiven sowie grammatikalischer Grundregeln. Internationalismen, also Wörter, die in beiden Sprachen ähnlich oder identisch sind, wurden nur in begrenztem Maße aufgenommen, da wir davon ausgehen, dass junge Menschen in der Gesprächssituation versuchen werden, sie zur Verständigung zu verwenden und dabei in der Lage sein müssten, den Sinn zu erfassen. Die benutzerfreundlichen Glossare können dank ihres handlichen Formats leicht in eine Tasche gesteckt und somit in der konkreten Situation zum Einsatz kommen.

Das Buchwesen deckt ein so weitreichendes Feld ab, dass es in einem Glossar dieser Größe nicht in seinem ganzen Umfang behandelt werden kann. Die Zahl der Einträge zu bestimmten Wortschatzbereichen musste daher eingegrenzt werden, und so konnten beispielsweise die Bereiche Druckerei und Bibliothekswesen nicht umfassend behandelt werden. Auch gibt es zwischen den verschiedenen Unternehmen Unterschiede und nicht alle Verlagshäuser und Buchhandlungen sind auf die gleiche Weise strukturiert. Die vielen Besonderheiten konnten wir in diesem Kontext nicht berücksichtigen.

Diese Glossare entsprechen dem Verständnis der Spracharbeit des DFJW, weil das Erlernen einer Sprache eng mit dem interkulturellen Lernen verbunden ist. Die Organisation der Buchbranche stellt sich in Deutschland und in Frankreich unterschiedlich dar. Um dieser Tatsache gerecht zu werden, haben wir einige Begriffe nur in einer Sprachrichtung angegeben und sie in der Zielsprache in kursiver Schrift kurz erläutert. Wir empfehlen den Benutzern des Glossars, diese Erklärungen als Kommunikationsanlass zu nehmen und sich darüber auszutauschen. Einige Begriffe sind so kulturspezifisch, dass es uns notwendig erschien, unsere Leser anzuregen, sich ihre Bedeutung gegenseitig zu erklären. Diese sind durch zwei Sprechblasen markiert: . Damit ist es möglich, die Kommunikation zu gewährleisten und gleichzeitig kulturelle Unterschiede zu berücksichtigen.

Wir haben außerdem im Mittelteil einen Text „Interkulturelle Betrachtungen“ eingeführt. Diese Texte geben Informationen über die wesentlichen Unterschiede im Buchwesen in Frankreich und in Deutschland. Sie spiegeln die Meinung der Autorinnen wider. Selbstverständlich kann auf Grund des Glossarumfangs nur ein Einblick in das Thema gegeben werden; wir hoffen, dadurch Neugier zu wecken und junge Menschen zu motivieren, diese Aspekte während und nach der Begegnung zu vertiefen.

Hinweise zum vorliegenden Glossar

Das Glossar „Buchwesen“ wendet sich an alle jungen Menschen aus Deutschland und Frankreich, die in diesem Berufsfeld tätig sind oder sein wollen und die ihre Kompetenzen durch ein Praktikum im anderen Land oder durch die Teilnahme an einem Austausch erweitern möchten.

Das Glossar besteht aus drei Teilen

1. Einem französisch-deutschen Glossarteil.
2. Einem Mittelteil mit einer vergleichenden Darstellung der Buchbranche in Deutschland und Frankreich.
3. Einem deutsch-französischen Glossarteil.

Für die Auswahl der Einträge wurden folgende Bereiche berücksichtigt: Verlagswesen, Herstellung, Vertrieb und Verkauf von Büchern, Buchhandel.

Reihenfolge: Die Einträge sind alphabetisch geordnet, abgesehen von einigen zusammengesetzten Ausdrücken, bei denen der Haupteintrag als Referenz für die alphabetische Reihenfolge dient, z. B. „einen Text **redigieren**“.

Die **Synonyme** stehen direkt neben dem Haupteintrag und sind mit *siehe* gekennzeichnet: „**auspreisen** *siehe auszeichnen*“. Jedes Synonym erscheint außerdem als eigener Haupteintrag: „**auszeichnen** *siehe auspreisen*“.

Wörter, die in beiden Sprachen identisch sind, wurden nicht in das Glossar aufgenommen (z. B. „Bestseller“). Die **falschen Freunde** wie beispielsweise „**Redaktion** *f [Abteilung]*“ sind mit einem *f* gekennzeichnet.

Die **Genusangabe** erfolgt stets in den Haupteinträgen; in den Nebeneinträgen jedoch nur dann, wenn das Substantiv im jeweiligen Eintrag noch nicht genannt wurde.

Für einige Termini gibt es keine genaue Entsprechung, deshalb haben wir uns dafür entschieden, eine **Erklärung** in der Zielsprache anzugeben, die kursiv gedruckt ist und sich nicht im anderen Glossarteil findet. z. B. „**grand format** *m Buchformat, entspricht i. d. R. dem Hardcover*“.

Interpunktion: Zur besseren Lesbarkeit des Glossars sind die Abkürzungen entgegen den Rechtschreibregeln ohne Punkt angegeben (*m, f, n, pl, cf*). Die Hinweise in eckigen Klammern [...] geben Erläuterungen zum betreffenden Terminus oder den Kontext an, in dem er verwendet wird. Synonyme in der Zielsprache sind durch Komma getrennt; der Schrägstrich / steht zwischen zwei Wörtern oder Wortgruppen, die in dem betreffenden Ausdruck alternativ verwendet werden können.

Das Zeichen  weist darauf hin, dass der entsprechende Begriff im Mittelteil näher erläutert wird.

Métiers du livre / Buchwesen

Français – Allemand
Französisch – Deutsch

abîmé	beschädigt
abouti [<i>manuscrit</i>]	druckreif
achevé <i>m d'imprimer</i>	<i>Druckvermerk</i>
adaptation <i>f</i>	Umarbeitung <i>f</i>
adaptation cinématographique	Kinoverfilmung <i>f</i>
adaptation radiophonique	Hörspielfassung <i>f</i>
adaptation télévisée	Fernsehverfilmung
adaptation théâtrale	Bühnenfassung
affichage <i>m du prix</i>	Preisauszeichnung <i>f</i> [<i>Geschäft</i>]
affiche <i>f</i>	Plakat <i>n</i>
agent <i>m littéraire</i>	Literaturagent <i>m</i>
agrafe <i>f</i>	Heftklammer <i>f</i>
agrafeuse <i>f</i>	Hefter <i>m</i>
aide <i>f à la traduction</i>	Übersetzungsförderung <i>f</i>
album <i>m pour enfants</i> <i>cf livre d'images</i>	Bilderbuch <i>n</i>
alinéa <i>m</i>	Einzug <i>m</i> [<i>der ersten Zeile</i>]
année <i>f de parution</i>	Erscheinungsjahr <i>n</i>
annexe <i>f</i>	Anhang <i>m</i>
annoncer	ankündigen
annuaire <i>m</i>	Jahrbuch <i>n</i>
annuler	stornieren [<i>Bestellung</i>]
anthologie <i>f cf florilège</i>	Lesebuch <i>n</i> [<i>literarische Textsammlung</i>]
appareil <i>m critique</i>	textkritischer Apparat <i>m</i>
appel <i>m de note</i>	Fußnotenzeichen <i>n</i>
appendice <i>m</i>	Nachtrag <i>m</i>
approche <i>f</i> [<i>typographie</i>]	Laufweite <i>f</i>
argumentaire <i>m de vente</i>	<i>Vertretertext, Vorschautext</i>
atelier <i>m d'écriture</i>	Schreibwerkstatt <i>f</i>
atelier <i>m de composition</i>	Setzerei <i>f</i>
atelier <i>m de reliure</i>	Buchbinderei <i>f</i>
attachée <i>f de presse</i>	Pressereferentin <i>f</i>
attestation <i>f de stage</i>	Praktikumsbescheinigung <i>f</i>
auteur <i>m</i>	Autor <i>m</i> , Verfasser <i>m</i>
auteur à succès <i>ou</i> auteur de best-seller	Erfolgsautor

autofiction *f*

*autobiografische Erzählgattung mit
fiktionalen Elementen*

autorisation *f*

Genehmigung *f*

autorisation gracieuse

unentgeltliche (Abdruck-)

Genehmigung

à-valoir *m ou* **avance** *f*

Vorschuss *m*

avant-propos *m*

Vorwort *n*

avoir *m*

Gutschrift *f*

ayant droit *m*

Rechteinhaber *m*

B

bac *m* à livres

bande *f* dessinée *cf* BD

bandeau *m* ou **bande** *f*

bas *m* de casse *cf* bdc, minuscule

BAT *m* *cf* bon-à-tirer

BD *f* *cf* bande dessinée

bdc *m* *cf* bas de casse, minuscule

beaux livres *mpl* ←

bibliobus *m*

en **bichromie** *f* *cf* en deux couleurs

blanc *m* *cf* espace

blanc *m* de pied

blanc *m* de tête

bon à tirer

bon-à-tirer *m* *cf* BAT

bon *m* de commande

bon *m* de livraison

bouquiner

bouquiniste *m*

bourdon *m*

brader

braille *m*

brochage *m*

broché

broché *m* collé

broché cousu

bulle *f*

buzz *m*

Ramschkiste *f*

Comic *m*

Banderole *f*, Bauchbinde *f*

Kleinbuchstabe *m*

Druckfreigabe *f*, Imprimatur *n*

Comic *m*

Kleinbuchstabe *m*

Bildbände

Bücherbus *m*

zweifarbige

Leerzeichen *n*

Fußsteg *m*

Kopfsteg *m*

druckfertig, imprimatur

Druckfreigabe *f*, Imprimatur *n*

Bestellschein *m*

Lieferschein *m*

schmökern

Antiquar, meist an der Seine in Paris

Leiche *f*

verramschen

Blindenschrift *f*

Broschur *f* [Ausstattung]

broschiert

Klebebindung *f*

Fadenheftung *f*

Sprechblase *f*

Hype *m*

cahier <i>m</i>	Heft <i>n</i>
cahier d'exercices	Arbeitsbuch <i>n</i>
calibrer	auszählen
capitale <i>f cf majuscule</i>	Großbuchstabe <i>m</i> , Versal <i>m</i>
petite capitale	Kapitälchen <i>n</i>
caractère <i>m</i>	Zeichen <i>n</i>
carnet <i>m d'adresses</i> 🗨️ 🗨️	<i>persönliches Adressbuch</i>
carte <i>f de fidélité</i>	Kundenkarte <i>f</i>
cartonné	kartoniert
casier <i>m</i>	Abholfach <i>n</i>
catalogue <i>m</i>	Bücherverzeichnis <i>n</i>
catalogue général	Gesamtverzeichnis
catégories <i>fpl d'ouvrages</i>	Warengruppen <i>fpl</i>
caviarder	schwärzen
céder des droits <i>mpl</i>	lizenzieren
censurer	zensieren
certificat <i>m de stage</i>	Praktikumszeugnis <i>n</i>
cession <i>f des droits</i>	Rechteverkauf <i>m</i>
césure <i>f cf coupure des mots</i>	Silbentrennung <i>f</i>
GGDV <i>fpl cf conditions générales de vente</i>	allgemeine Geschäftsbedingungen <i>fpl</i> , AGB <i>fpl</i>
chaîne <i>f de librairies</i>	Buchhandelskette <i>f</i>
chaîne <i>f de production du livre</i>	Buchstraße <i>f</i>
chaîne <i>f du livre</i>	<i>sämtliche Phasen der Buchproduktion vom Manuskript bis zur Buchhandlung</i>
chapitre <i>m</i>	Kapitel <i>n</i>
chasse <i>f [typographie]</i>	Dicke <i>f</i>
chef-d'œuvre <i>m</i>	Meisterwerk <i>n</i>
chemin <i>m de fer</i>	Seitenaufriß <i>m</i>
chèque <i>m lire</i> 🗨️ 🗨️	<i>Gutschein zum Bücherkauf für Mitarbeiter größerer Unternehmen</i>
chiffre <i>m d'affaires</i>	Umsatz <i>m</i>
citation <i>f</i>	Zitat <i>n</i>
citer	zitieren

classer	ordnen
clavier <i>m</i>	Tastatur <i>f</i>
client <i>m</i>	Kunde <i>m</i>
client institutionnel [<i>d'un libraire</i>]	Institutskunde [<i>z. B. Bibliotheken, Firmen</i>]
clientèle <i>f</i>	Kundschaft <i>f</i>
club <i>m de livres</i>	Buchclub <i>m</i>
coauteur <i>m</i>	Mitautor <i>m</i>
code-barres <i>m</i>	Barcode <i>m</i> , Strichcode <i>m</i>
code <i>m typographique</i>	<i>typografisches Regelwerk</i>
coffret <i>m</i>	Schuber <i>m</i>
collection <i>f</i>	Reihe <i>f</i>
colonne <i>f</i>	Spalte <i>f</i>
comité <i>m de lecture</i>	<i>Gremium, das über das Verlagsprogramm entscheidet</i>
commande <i>f</i>	
1. [<i>service</i>]	Auftrag <i>m</i>
commande d'impression	Druckauftrag
passer une commande	einen Auftrag erteilen
2. [<i>produit</i>]	Bestellung <i>f</i>
commande au titre	Einzeltitelbestellung
commande avec FR (faculté de retour)	Bestellung mit RR (Rückgaberecht)
commande ferme	
passer une commande	Festbezug <i>m</i>
commander	eine Bestellung aufgeben
commercial <i>m</i>	bestellen
commission <i>f</i> [<i>pourcentage</i>]	Vertriebsmitarbeiter <i>m</i>
communiqué <i>m de presse</i>	Provision <i>f</i>
composer	Pressemitteilung <i>f</i>
composition <i>f</i>	setzen
composition en drapeau	Satz <i>m</i> [<i>Druck</i>]
conditions <i>fpl</i> générales de vente	Flattersatz
<i>cf</i> CGDV	allgemeine Geschäftsbedingungen <i>fpl</i> ,
conditions <i>fpl</i> spéciales	AGB <i>fpl</i>
	Sonderkonditionen <i>fpl</i>

conseiller la clientèle <i>f</i>	Kunden <i>mpl</i> beraten
consulter un ouvrage <i>m</i>	nachschlagen
conte <i>m</i>	Märchen <i>n</i>
contemporain	zeitgenössisch
contrat <i>m</i>	Vertrag <i>m</i>
contrat d'auteur	Autorenvertrag
contrat de cession	Lizenzvertrag
contribution <i>f</i> (à un ouvrage)	Beitrag <i>m</i> (zu einem Werk)
contrôler <i>cf vérifier</i>	überprüfen
convention <i>f de stage</i>	<i>von der Ausbildungseinrichtung und dem Unternehmen unterschriebene Praktikumsvereinbarung</i>
coquille <i>f</i>	Satzfehler <i>m</i> , Zwiebelfisch <i>m</i>
corps <i>m</i>	Schriftgrad <i>m</i> , Schriftgröße <i>f</i>
corps <i>m de l'ouvrage</i>	Buchblock <i>m</i>
correction <i>f</i>	Korrektur <i>f</i>
corrections d'auteur	Autorkorrektur
couleur <i>f d'impression</i>	Druckfarbe <i>f</i>
couleurs primaires	Grundfarben
en couleur(s)	farbig, in Farbe
en deux couleurs <i>cf en bichromie</i>	zweifarbige
en quatre couleurs <i>cf en quadrichromie</i>	vierfarbig
coup <i>m de cœur du libraire</i>	<i>besondere Empfehlung des Buchhändlers</i>
coup <i>m éditorial</i>	Schnellschuss <i>m</i>
coupure <i>f de mots</i> <i>cf césure</i>	Silbentrennung <i>f</i>
cousu	fadengeheftet
coûts <i>mpl d'impression</i>	Druckkosten <i>pl</i>
coûts de fabrication	Herstellungskosten
coûts de stockage	Lagerkosten
couverture <i>f</i>	Umschlag <i>m</i>
couverture souple	Softcover <i>n</i>
première <i>f de couverture</i>	Cover
quatrième <i>f de couverture</i>	U 4 <i>f</i> , Umschlagseite <i>f</i> 4

C

crédit *m* **iconographique** *cf source*

iconographique

crédit *m* **photo**

critique *f* **d'un livre**

cromalin *m*

1. [*impression*]

2. [*couverture*]

cutter *m*

Bildnachweis *m*

Fotonachweis *m*

Buchbesprechung *f*, Rezension *f*

Andruck *m*, Probedruck *m*

Umschlagandruck

Teppichmesser *n*

date f de livraison	Auslieferungstermin <i>m</i>
date f de mise en vente	Erstverkaufstag <i>m</i>
date f de parution	Erscheinungstermin <i>m</i>
déballer	auspacken
dédicace f	Widmung <i>f</i>
dédicacé	<i>handsigniert mit Widmung</i>
définition f [image] cf résolution	Auflösung <i>f</i> [Bild]
défraîchi	<i>nicht mehr neuwertig</i>
délai m	Frist <i>f</i>
dans les délais	termingerecht
délai de livraison	Lieferfrist
délai de paiement	Zahlungsfrist
délai de publication	Publikationsfrist
demande f	Nachfrage <i>f</i>
département m	
1. cf rayon 1. [librairie]	Abteilung <i>f</i> [Buchhandel]
2. cf service [maison d'édition]	Abteilung <i>f</i> [Verlag]
dépenses fpl publicitaires cf frais publicitaires	Werbekosten <i>pl</i>
dépliant m	Faltblatt <i>n</i>
dépôt m de la maison d'édition	Verlagsauslieferung <i>f</i>
dépôt m légal	
1. [formalité]	Pflichtabgabe <i>f</i>
2. [exemplaire]	Pflichtexemplar <i>n</i>
détail m iconographique	Bildausschnitt <i>m</i>
devis m	Angebot <i>n</i> , Kostenvoranschlag <i>m</i>
demande un devis	ein Angebot einholen
diable m	Sackkarre <i>f</i>
dictionnaire m	Lexikon <i>n</i> , Wörterbuch <i>n</i>
diffusion f [via représentants] ⇨	Vertriebspraxis
diffusion et distribution ⇨	<i>Buchvertrieb</i>
directeur m de collection ⇨	Herausgeber <i>m</i> einer Reihe
directeur m d'une maison d'édition	Verlagsleiter <i>m</i>
directeur m éditorial	Programmleiter <i>m</i>

directeur <i>m littéraire</i> <i>cf responsable éditorial</i>	Cheflektor <i>m</i>
diriger [<i>une publication, collection</i>] dirigé par <i>ou</i> sous la direction de	herausgeben herausgegeben von
disponible	lieferbar
distributeur <i>m de biens culturels</i>	Kulturkaufhaus
distribution <i>f [logistique]</i> →	Vertriebslogistik
grande distribution	<i>Buchabteilungen der Supermärkte</i>
domaine <i>m public</i>	Gemeinfreiheit <i>f</i>
tomber dans le domaine public	gemeinfrei werden
dorure <i>f sur tranche</i>	Goldschnitt <i>m</i>
dos <i>m</i>	Rücken <i>m</i>
dos carré	gerader Rücken
dos carré collé	Klebeumschlag <i>m</i>
dos du livre	Buchrücken
dos rond	runder Rücken
dossier <i>m de presse</i>	Pressemappe <i>f</i>
doublon <i>m</i>	<i>irrtümliche Wiederholung eines Wortes oder Satzteil</i>
douchette <i>f [caisse]</i>	Scanner <i>m [Kasse]</i>
droit	aufrecht
droit <i>m</i>	Recht <i>n</i>
droit d'auteur	Urheberrecht
droit de la personne	Persönlichkeitsrecht
droit de retour	Remissionsrecht, RR, Rückgaberecht
droit exclusif	Exklusivrecht
droits annexes <i>cf droits dérivés</i>	Nebenrechte
droits audiovisuels	Film- und Fernsehrechte
droits d'exploitation	Verwertungsrechte
droits de représentation	Aufführungsrechte
droits de reproduction	Abdruckrechte
droits de traduction	Übersetzungsrechte
droits dérivés <i>cf droits annexes</i>	Nebenrechte
droits iconographiques	Bildrechte
libre de droits	rechtfrei

durée *f* d'exploitation

Verwertungsdauer *f*

durée *f* de protection

Schutzfrist *f*

durée *f* du contrat

Vertragsdauer *f*

échelle f des droits	Rechtestaffel <i>f</i>
écrivain m	Schriftsteller <i>m</i>
éditer	verlegen
éditeur m	
1. [<i>chef d'une maison d'édition</i>]	Verleger <i>m</i>
2. <i>cf maison d'édition</i>	Verlag <i>m</i> , herstellender Buchhandel <i>m</i>
petit éditeur	Kleinverlag
3. [<i>interlocuteur de l'auteur</i>]	Lektor <i>m</i>
éditeur free-lance	freier Lektor
édition f	
1. [<i>secteur</i>]	Verlagswesen <i>n</i>
2. [<i>livre</i>]	Ausgabe <i>f</i>
édition à compte <i>m</i> d'auteur	im Selbstverlag <i>m</i> erschienene Ausgabe
édition abrégée	gekürzte Ausgabe
édition anniversaire	Jubiläumsausgabe
édition augmentée	erweiterte / ergänzte Ausgabe
édition bilingue	zweisprachige Ausgabe
édition bon marché	preiswerte Ausgabe
édition brochée	broschierte Ausgabe
édition cartonnée	kartonierte Ausgabe
édition club	Buchclubausgabe
édition corrigée et augmentée	erweiterte Neuausgabe
édition en gros caractères <i>mpl</i>	Großdruckausgabe
édition illustrée	illustrierte Ausgabe
édition intégrale	Gesamtausgabe
édition mise à jour	aktualisierte Ausgabe
édition numérotée	nummerierte Ausgabe
édition originale	Originalausgabe
édition pirate	Raubdruck <i>m</i>
édition revue et corrigée	überarbeitete Ausgabe
édition spéciale	Sonderausgabe
première édition	Erstausgabe
nouvelle édition	Neuausgabe
emballage m cadeau	Geschenkverpackung <i>f</i>

encadré <i>m</i>	Kasten <i>m</i> [Typografie]
encart <i>m</i>	Beilage <i>f</i>
enchères <i>fpl</i>	Auktion <i>f</i>
faire monter les enchères	den Preis <i>m</i> hochtreiben
enregistrement <i>m</i> des commandes	Bestellannahme <i>f</i>
enregistrer un livre <i>m</i> audio	ein Hörbuch <i>n</i> einlesen
en-tête <i>m</i>	Kopfzeile <i>f</i>
entrepôt <i>m</i>	Lager <i>n</i> [Gebäude]
épopée <i>f</i>	Epos <i>n</i>
épreuves <i>fpl</i>	Druckfahnen <i>fpl</i> , Fahnen,
épreuves reliées	Korrekturabzug <i>m</i>
tirer les épreuves <i>cf</i> sortir un jeu	Leseexemplar <i>n</i>
<i>d'épreuves</i>	Fahnen ausdrucken
épuisé	vergriffen
errata <i>mpl</i>	Druckfehlerverzeichnis <i>n</i>
erreur <i>f</i> d'impression	Druckfehler <i>m</i>
espace <i>f</i> <i>cf</i> blanc	Leerzeichen <i>n</i>
étagère <i>f</i> <i>cf</i> rayon 2.	Regal <i>n</i>
étiqueter	auspreisen, auszeichnen
étiquette <i>f</i> (du prix)	Preisschild <i>n</i>
exemplaire <i>m</i>	Exemplar <i>n</i>
exemplaire d'auteur	Autorenexemplar
exemplaire de consultation	Ansichtsexemplar
exemplaire de lecture	Prüfexemplar
exemplaire défraîchi	Mängelexemplar
exemplaire gratuit	Freiexemplar
exemplaire justificatif	Belegexemplar
exergue <i>m</i>	Motto <i>n</i>
exploitation <i>f</i>	Verwertung <i>f</i>
extrait <i>m</i>	Auszug <i>m</i>

F

fabricant <i>m</i>	Hersteller <i>m</i>
fabrication <i>f</i>	Herstellung <i>f</i>
facturation <i>f</i>	Rechnungstellung <i>f</i>
facture <i>f</i>	Rechnung <i>f</i>
facturer	berechnen
faute <i>f de frappe</i>	Tippfehler <i>m</i>
faux texte <i>m</i>	Blindtext <i>m</i>
au fer <i>m à droite</i>	rechtsbündig
au fer <i>m à gauche</i>	linksbündig
feuille <i>f</i>	Bogen <i>m</i>
feuille d'impression	Druckbogen
feuille de papier	Blatt <i>n</i>
bonnes feuilles <i>fpl cf prépublication</i>	Vorabdruck <i>m</i>
fiche <i>f de lecture cf note de lecture</i>	Gutachten <i>n</i>
fidélisation <i>f de la clientèle</i>	Kundenbindung <i>f</i>
figure <i>f cf illustration</i>	Abbildung <i>f</i>
figurer <i>cf être référencé</i>	verzeichnet sein
mis sous film <i>m rétractable</i>	eingeschweißt
 finition <i>f [d'un ouvrage]</i>	Ausstattung <i>f [eines Buches]</i>
florilège <i>m cf anthologie</i>	Lesebuch <i>n [literarische Textsammlung]</i>
foire <i>f du livre cf salon du livre</i>	Buchmesse <i>f</i>
folio <i>m cf numéro de page</i>	Pagina <i>f</i> , Seitenzahl <i>f</i>
folioter	paginieren
fonds <i>m (d'une maison d'édition)</i>	Backlist <i>f</i>
force <i>f de vente cf VRP</i>	Außendienstmitarbeiter <i>mpl</i>
format <i>m à l'italienne</i>	Querformat <i>n</i>
format <i>m à la française</i>	Hochformat <i>n</i>
format <i>m de feuille</i>	Bogenformat <i>n</i>
formation <i>f continue</i>	Weiterbildung <i>f</i>
frais <i>mpl</i>	Kosten <i>pl</i>
frais d'emballage	Verpackungskosten
frais d'expédition	Versandkosten
frais de port	Porto <i>n</i>
frais publicitaires <i>cf dépenses publicitaires</i>	Werbekosten
franco de port	portofrei

gâche *f cf passe*

genre *m littéraire*

gestion *f du stock*

mettre une **gommette** *f*

grand fond *m*

grand format *m* 🗨️ 🗨️

graphiste *m*

gras

grossiste *m*

groupe *m cible*

groupe *m d'édition*

groupe *m de médias*

guide *m de voyage*

Makulatur *f [Papier]*

Literaturgattung *f*

Lagerhaltung *f*

den Ladenpreis *m* überkleben

Außensteg *m*

*Buchformat, entspricht i.d.R. dem
Hardcover*

Grafiker *m*

fett

Großhändler *m*

Zielgruppe *f*

Verlagskonzern *m*, Verlagsgruppe *f*

Medienkonzern *m*

Reiseführer *m*

hors-texte *m*

Tafelteil *m*

iconographe *m*

illustration *f cf figure*

impression *f*

impression à la demande

impression couleur

impression en polychromie

impression en quadrichromie

impression numérique

impression offset feuilles

impression offset sur rotative

imprimerie *f*

imprimeur *m*

inchangé

index *m cf liste, table*

index des noms propres

index thématique

indication *f des sources*

industrie *f du livre*

inédit *m*

acheter une **insertion** *f publicitaire*

intégral

interlignage *m*

interligne *f*

introduction *f*

invendus *mpl*

retour *m* des invendus

retourner les invendus

inventaire *m*

en **italique**

Bildredakteur *m*

Abbildung *f*

Druck *m*

Print-on-Demand *n*, PoD *n*

Farbdruck

Mehrfarbindruck

Vierfarbdruck

Digitaldruck

Bogenoffsetdruck

Rollenoffsetdruck

Druckerei *f*

Drucker *m [Person]*

unverändert

Register *n*, Verzeichnis *n*

Namenregister

Sachregister

Quellenangabe *f*

Buchgewerbe *n*

bisher unveröffentlichtes Werk

eine Anzeige *f* schalten

ungekürzt

Durchschuss *m*

Zeilenabstand *m*

Einleitung *f*

Restauflage *f*

Remission *f*

remittieren

Inventur *f*

kursiv

jaquette *f*

jaunir

jeu *m d'épreuves*

sortir un jeu d'épreuves *cf tirer les épreuves*

journal *m intime*

justificatif *m de paiement*

justification *f*

1. [*mise en forme*]

2. [*largeur du bloc de texte*]

Schutzumschlag *m*

vergilben

Fahnensatz *m*

die Fahnen ausdrucken

Tagebuch *n*

Zahlungsbeleg *m*

Ausrichtung *f*, Satzart *f*

Kolumnenbreite *f*

L

de/en **langue f allemande**

de/en **langue f française**

lauréat m

lecteur m

1. [maison d'édition]

2. [consommateur final]

lectorat m →

lecture f

lecture à haute voix

lecture publique

1. [événement]

2. [politique]

légende f d'une illustration

lettre f [alphabet]

lettrine f

libraire m

libraire de livres d'occasion

libraire indépendant

librairie f

librairie de gare

librairie de livres soldés *cf* *soldeur*

librairie en ligne

librairie générale

librairie spécialisée

librairie spécialisée en livres anciens

librairie spécialisée en livres d'art

lieu m de parution

ligne f

à la ligne

ligne de blanc

ligne f éditoriale

linéaire m

liste f cf index, table

liste d'adresses

liste des abréviations

liste des meilleures ventes

deutschsprachig

französischsprachig

Preisträger *m*

Gutachter *m*

Leser *m*

Leserschaft *f*

Lesen *n*

Vorlesen *n*

Lesung *f*

politisches Konzept der Leseförderung

Bildlegende *f*, Bildunterschrift *f*

Buchstabe *m*

Initial *n*

Buchhändler *m*

Antiquar *m*

unabhängiger Buchhändler

Buchhandlung *f*

Bahnhofsbuchhandlung

Modernes Antiquariat *n*, MA *n*

[*Buchhandlung*]

Online-Buchhandel *m*

Sortimentsbuchhandlung

Fachbuchhandlung

Antiquariat *n*

Kunstabhandlung

Erscheinungsort *m*

Zeile *f*

neue Zeile

Leerzeile

Programmausrichtung *f*

Auslageflächen *fp*, Präsentationsflächen

Register *n*, Verzeichnis *n*

Adressenverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis

Bestsellerliste *f*

littérature *f* (de référence)

littérature contemporaine
 littérature étrangère
 littérature de voyage
 littérature générale
 littérature grand public
 littérature universelle

livraison *f***livre** *m*

livre animé
 livre audio
 livre broché
 livre-cadeau
 livre cartonné ✎
 livre culte
 livre d'art
 livre de cuisine
 livre de lecture
 livre de photos
 livre de poche
 livre d'images *cf album pour enfants*
 livre électronique
 livre jeunesse
 livre pour enfants
 livre pratique
 livre relié
 livre relié pleine peau
 livre scolaire *cf manuel / ouvrage scolaire*
 livres en dépôt
 premier livre
 recommander un livre

longueur *f* de rayonnementanspruchsvolle Literatur *f*

Gegenwartsliteratur
 fremdsprachige Literatur
 Reiseliteratur
 Belletristik *f*
 Unterhaltungsliteratur
 Weltliteratur

Auslieferung *f* [Vorgang], Lieferung *f*Buch *n*

Klappbilderbuch
 Hörbuch
 Broschur *f*
 Geschenkbuch
 Pappband *m*
 Kultbuch
 Kunstbuch
 Kochbuch
 Lesebuch [für Kinder]
 Fotoband
 Taschenbuch
 Bilderbuch
 E-Book *n*
 Jugendbuch
 Kinderbuch
 Ratgeber
 gebundenes Buch *m*, Hardcover *n*
 Ganzleiderband *m*
 Schulbuch
 Kommissionsware *f*
 Erstlingswerk *n*
 ein Buch empfehlen

Regalmeter *m*

maigre

main *f* **du papier**

maison *f* **d'édition** *cf* *éditeur* 2.

maison d'édition généraliste

maison d'édition spécialisée

majuscule *f* *cf* *capitale*

manuel *m*

manuel scolaire *cf* *livre* / *ouvrage*

scolaire

maquette *f*

maquette de couverture

maquette en blanc

maquettiste *m*

marché *m* **du livre**

marge *f*

1. [*livre*]

2. [*comptabilité*]

marge brute

marquage *m* **des prix**

marque *f* **éditoriale**

marque-page *m*

massicot *m*

mentions *fp/* **légales**

méthode *f* [*livre*]

mettre en page *f*

micro-édition *f*

minuscule *f* *cf* *bas de casse*, *bdc*

mise *f* **en page**

mise *f* **en place**

modification *f*

sous réserve de modifications

monochrome

montant *m* **de la facture**

mot-clé *m*

mager

Papierstärke *f*

Verlag *m*, herstellender Buchhandel *m*

Publikumsverlag

Fachverlag

Großbuchstabe *m*, Versal *m*

Handbuch *n*

Schulbuch

Layout *n*

Umschlaglayout

Blindband *m*, Dummy *m*

Layouter *m*

Buchmarkt *m*

Seitensteg *m*

Gewinnspanne *f*

Deckungsbeitrag *m*

Preisauszeichnung *f* [*Buch*]

Imprint *n*

Lesezeichen *n*

Papierschneidemaschine *f*

Impressum *n*

Lehrbuch *n*

umbrechen

Kleinstverlag *m*

Kleinbuchstabe *m*

Umbruch *m*

Einverkauf *m*

Änderung *f*

Änderungen vorbehalten

einfarbig

Rechnungsbetrag *m*

Schlagwort *n*, Stichwort

narrateur <i>m</i>	Erzähler <i>m</i>
négociier	verhandeln
nègre <i>m</i>	Ghostwriter <i>m</i>
noir et blanc	schwarz-weiß
nombre <i>m de pages</i>	Seitenumfang <i>m</i> , Umfang
nombre <i>m d'or</i>	goldener Schnitt <i>m</i>
note <i>f cf remarque</i>	Anmerkung <i>f</i>
note de bas de page	Fußnote <i>f</i>
note de fin de chapitre	Endnote [<i>am Ende des Kapitels</i>]
note de fin de volume	Endnote [<i>am Ende des Buches</i>]
note de lecture <i>cf fiche de lecture</i>	Gutachten <i>n</i>
note marginale	Marginalie <i>f</i>
note manuscrite	handschriftliche Anmerkung
noté [<i>titre</i>]	vorgemerkt
notés <i>mpl</i>	<i>über Vertreter vorbestellte Bücher</i>
nouveauté <i>f</i>	Neuerscheinung <i>f</i> , Novität <i>f</i>
nouvelle <i>f</i>	Novelle <i>f</i>
nuancier <i>m</i>	Farbfächer <i>m</i>
numérisation <i>f</i>	Digitalisierung <i>f</i>
numéro <i>m de cahier</i>	Bogensignatur <i>f</i>
numéro <i>m de commande</i>	Bestellnummer <i>f</i>
numéro <i>m de page cf folio</i>	Pagina <i>f</i> , Seitenzahl <i>f</i>

œuvre *f cf ouvrage*

œuvre inachevée

œuvre maîtresse *cf œuvre principale*

œuvre posthume

œuvre principale *cf œuvre maîtresse*

œuvres choisies

œuvres complètes

office *m*

1. [maison d'édition]

office sauvage

2. [librairie]

offre *f***ordonnance** *f de référé***orpheline** *f***orthographe** *f***ouvrage** *m cf œuvre*

ouvrage à feuillets mobiles

ouvrage collectif

ouvrage de référence

1. [encyclopédie]

2. [qui fait autorité]

ouvrage de vulgarisation

ouvrage scolaire *cf livre / manuel**scolaire*

ouvrage spécialisé

ouvrages *mpl* destinés au pilon**Werk** *n*

unvollendetes Werk

Hauptwerk

nachgelassenes Werk

Hauptwerk

ausgewählte Werke

gesammelte Werke, Gesamtwerk

*regelmäßiger Erscheinungstermin
von Novitäten im Verlag*Unverlangtsendung *f [des Verlags
an die Buchhandlung]*

Novitäten [Buchhandel]

Angebot *n [Verkauf]*einstweilige Verfügung *f*Schusterjunge *m*Rechtschreibung *f***Werk** *n*

Loseblattwerk

Gemeinschaftswerk

Nachschlagewerk

Standardwerk

populärwissenschaftliches Werk

Schulbuch

Fachbuch

Makulatur *f [Buch]*

page *f*

belle page
 page blanche
 page de copyright
 page de garde
 page de titre
 page type 🗨️ 🗨️

pagination *f***paiement** *m*

paiement au comptant
 paiement échelonné
 paiement à échéance

PAO *f cf publication assistée par ordinateur***papier** *m*

papier bible
 papier bouffant
 papier couché
 papier glacé
 papier recyclé
 papier sans bois

faire un **paquet-cadeau** *m*

paragraphe *m***paraître**

à paraître prochainement
 paru chez
 vient de paraître

partie *f* *ℵ***parution** *f***passé** *f cf gâche***pavé** *m***pelliculage** *m***petit fond** *m***photocomposition** *f***pied** *m de page***Seite** *f*

rechte Seite
 Vakant *n*
 Impressumseite
 Vorsatz *n*
 Haupttitel *m*
 Normseite

Seitennummerierung *f***Zahlung** *f*

Bargeschäft *n*
 Ratenzahlung
 Rechnungsgeschäft

DTP *n, Desktop-Publishing* *n***Papier** *n*

Dünndruckpapier
 Naturpapier
 gestrichenes Papier
 Hochglanzpapier
 Umweltpapier
 holzfreies Papier

als Geschenk *n* verpacken

Absatz *m [Typographie]***erscheinen**

erscheint demnächst
 erschienen bei
 soeben erschienen

Teil *m***Erscheinen** *n***Makulatur** *f [Papier]***Schinken** *m, Wälzer* *m***Folienkaschierung** *f***Bundsteg** *m***Fotosatz** *m***Fußzeile** *f*

pile <i>f</i>	Stapel <i>m</i>
mettre au pilon <i>m</i>	einstampfen, makulieren
plaque <i>f d'imprimerie</i>	Druckplatte <i>f</i>
pli <i>m</i>	Falz <i>f</i>
PLV <i>f cf publicité sur le lieu de vente</i>	Display <i>n</i>
pochothèque <i>f</i>	
1. [rayon]	Taschenbuchabteilung <i>f</i>
2. [librairie]	Buchhandlung mit reinem Taschenbuchsoriment
poème <i>m</i>	Gedicht <i>n</i>
poésie <i>f lyrique</i>	Lyrik <i>f</i>
poète <i>m</i>	Dichter <i>m</i>
poète lyrique	Lyriker <i>m</i>
points <i>mpl de vente</i>	Buchverkaufsstellen
points de vente de premier niveau	große Buchhandlungen, Kulturkaufhäuser
points de vente de deuxième niveau	mittlere Buchhandlungen
points de vente de troisième niveau	kleine Buchhandlungen ohne Vertreterbesuch
point <i>m mort cf seuil de rentabilité</i>	Rentabilitätsschwelle <i>f</i> , Break-even <i>m</i>
polar <i>m cf roman policier</i>	Krimi <i>m</i> , Kriminalroman <i>m</i>
police <i>f de caractères</i>	Schriftart <i>f</i>
polychrome	mehrfarbig
ponctuation <i>f</i>	Zeichensetzung <i>f</i>
postface <i>f</i>	Nachwort <i>n</i>
précommandes <i>fpl</i>	Vorbestellung <i>f</i>
préempter	auf dem Weg des Vorkaufsrechts erwerben
préface <i>f</i>	Geleitwort <i>n</i>
préfacé par	mit einem Geleitwort von
préparation <i>f de copie</i> ☞ ☞	orthografisches und typografisches Lektorat
préresse <i>f</i>	Druckvorstufe <i>f</i>
prépublication <i>f cf bonnes feuilles</i>	Vorabdruck <i>m</i>
présentoir <i>m</i>	Aufsteller <i>m</i>
prière <i>f d'insérer</i>	Waschzettel <i>m</i>
primé	preisgekrönt [Gegenstand]

prix *m*

prix de revient
 prix hors taxe *ou* prix HT
 prix net *↗* *cf* *prix TTC*
 prix préférentiel
 prix public
 prix recommandé
 prix spécial
 prix TTC (toutes taxes comprises)
cf *prix net*
 prix unique du livre

prix *m* **littéraire**

décerner un prix littéraire
 recevoir un prix littéraire

prix *m* **Nobel** [*personne*]**produit** *m* **dérivé****programme** *m* **éditorial****propriété** *f* **intellectuelle****protection** *f* **anti-vol****protection** *f* **du titre****protégé par le droit** *m* **d'auteur****protocole** *m* **de composition****publication** *f*

publication assistée par ordinateur
cf *PAO*

publicité *f* **sur le lieu de vente** *cf* *PLV***publier****puce** *f* **de papier****Preis** *m*

Selbstkostenpreis
 Nettopreis, Preis zzgl. Mehrwertsteuer
 Preis inklusive Mehrwertsteuer
 Vorzugspreis
 Ladenpreis
 unverbindliche Preisempfehlung *f*
 Sonderpreis
 Preis inklusive Mehrwertsteuer

Buchpreisbindung *f*, Preisbindung

Literaturpreis *m*

einen Literaturpreis verleihen
 einen Literaturpreis bekommen

Nobelpreisträger *m***Non-Book-Artikel** *m***Verlagsprogramm** *n***geistiges Eigentum** *n***Diebstahlschutz** *m***Titelschutz** *m***urheberrechtlich geschützt****Satzanweisung** *f***Veröffentlichung** *f*

Desktop-Publishing *n*, DTP *n*

Display *n***veröffentlichen****Bücherlaus** *f*

en **quadrichromie** *cf* *en quatre couleurs* vierfarbig

rabat *m* ✎**rayon** *m*1. *cf* *département* 1.2. *cf* *étagère*ranger des livres *mpl* en rayon**réassort** *m***réception** *f* des marchandises**récit** *m***recto verso****reçu** *m***recueil** *m*

recueil de poèmes

réécrire *cf* *rewriter***réédition** *f***référence** *f* *cf* *renvoi*être **référéncé** *cf* *figurer*

non référéncé

référer**références** *fp* **bibliographiques**

références d'un ouvrage

refus *m* d'un manuscrit**réimpression** *f***relevés** *mpl* de ventes**relieur** *m***reliure** *f*

reliure à spirale

reliure cuir

reliure toile

reliure toilée

remaniement *m***remarque** *f* *cf* *note***remerciements** *mpl*Umschlagklappe *f*Abteilung *f* [*Buchhandel*]Regal *n*Bücher *npl* ins Regal einräumenNachbestellung *f*Wareneingang *m*Erzählung *f*

beidseitig

Quittung *f*Sammelband *m*

Gedichtband

überarbeiten

Neuauflage *f*Verweis *m*

verzeichnet sein

nicht verzeichnet, nicht gesigelt

*einen Titel in das Sortiment aufnehmen*bibliographische Angaben *fp*Titeldaten *npl*Ablehnung *f* eines ManuskriptsNachdruck *m*Honorarabrechnung *f*Buchbinder *m*Bindung *f*

Spiralbindung

Ledereinband *m*

Leineneinband

Ganzleinen *n*Neubearbeitung *f*Anmerkung *f*Danksagung *f*

remise *f*1. [*rabais*]

remise du libraire

remise sur quantité

accorder une remise à quelqu'un

2. [*d'un manuscrit*]**rémunération** *f* **forfaitaire****renforcement** *m***rentrée** *f* **littéraire** ⇨**renvoi** *m* *cf* *référence***répertoire** *m***réponses** *fpl***représentant** *m***reproduction** *f*1. [*copie*]2. [*processus*]**réserve** *f***résilier****résolution** *f* [*image*] *cf* *définition***responsable** *m* **éditorial** *cf* *directeur*
*littéraire***résumé** *m***retirage** *m***retours** *mpl***retrait** *m* [*de paragraphe*]**retravailler un texte** *m***réunion** *f* **des représentants****révision** *f***revue** *f* **littéraire****rewriter** *cf* *réécrire*Nachlass *m*, Preisnachlass, Rabatt *m*

Buchhändler Rabatt

Mengenrabatt

jemandem einen Preisnachlass
gewährenAbgabe *f* [*eines Manuskripts*]Festhonorar *n*, PauschalhonorarEinzug *m* [*allgemein*]

Großereignis im französischen

*Literaturbetrieb: nahezu**gleichzeitige Veröffentlichung**mehrerer hundert Belletristik-**Neuerscheinungen im September*Verweis *m*Verzeichnis *n* [*Werk*]Meldeschlüssel *m*Verlagsvertreter *m*Abdruck *m*Vervielfältigung *f*Lager *n* [*Raum*]stornieren [*Abonnement*]Auflösung *f* [*Bild*]Cheflektor *m*Zusammenfassung *f*Nachauflage *f*Remittenden *fpl*Einzug *m* [*eines Absatzes*]einen Text *m* redigierenVertreterkonferenz *f*Bearbeitung *f*Literaturzeitschrift *f*

überarbeiten

R

rogné

roman *m*

premier roman
roman à clé
roman à succès
roman d'anticipation
roman d'aventure(s)
roman d'épouvante
roman de gare
roman de plage
roman de terroir
roman épistolaire
roman feuilleton
roman fleuve
roman historique
roman policier *cf polar*
roman sentimental

rossignol *m*

rotative *f*

royalties *fpl*

beschnitten

Roman *m*

Debütroman
Schlüsselroman
Erfolgsroman
Zukunftsroman
Abenteuerroman
Schauerroman
Schmöker *m*
Strandlektüre *f*
Heimatroman
Briefroman
Fortsetzungsroman
Familiensaga
historischer Roman
Kriminalroman, Krimi *m*
Liebesroman
Ladenhüter *m*
Rotationspresse *f*
Absatzhonorar *n*

salon *m du livre* *cf foire du livre*

sciences *fpl humaines*

séance *f de signature*

secteur *m*

secteur du livre

semi-poche *m*

sérigraphie *f*

service *m cf département 2.*

service commercial

service de cessions de droits

service des contrats

service éditorial

service *m de presse*

1. [département]

2. [livre] *cf SP*

seuil *m de rentabilité* *cf point mort*

signe *m de correction*

signes *mpl* 

signet *m*

site *m Internet*

soldeur *m cf librairie de livres soldés*

sommaire *m*

sortie *f papier*

source *f iconographique* *cf crédit*

iconographique

sous-titre *m*

SP *m cf service de presse*

spécimen *m*

stage *m*

stagiaire *m*

Buchmesse *f*

Geisteswissenschaften *fpl*

Signierstunde *f*

Sparte *f*

Buchbranche *f*

Format zwischen Hardcover und Taschenbuch

Siebdruck *m*

Abteilung *f [Verlag]*

Vertrieb *m*, Vertriebsabteilung

Lizenzabteilung

Vertragsabteilung

Lektorat *n*

Presseabteilung *f*

Besprechungs-, Presse-,

Rezensionsexemplar *n*

Rentabilitätsschwelle *f*, Break-even *m*

Korrekturzeichen *n*

Anschläge *mpl*

Lesebändchen *n*

Internetauftritt *m*

Modernes Antiquariat *n*, MA *n*

[Buchhandlung]

Inhaltsverzeichnis *n* [knapp, am Anfang]

Ausdruck *m [Papier]*

Bildnachweis *m*

Untertitel *m*

Besprechungs-, Presse-,

Rezensionsexemplar *n*

Musterexemplar *n*

Praktikum *n*

Praktikant *m*

S

stock *m* (de livres)

avoir en stock
en stock
en rupture *f* de stock
entrer des marchandises *fp* en stock
faire l'état des stocks
stock restant

subvention *f*

succès *m* de librairie

succession *f* [*œuvres et droits*]

supplément *m* littéraire

surface *f* d'impression

synopsis *m*

système *m* de référencement

Buchbestand *m*

auf Lager *n* haben
vorrätig
zurzeit nicht lieferbar
den Wareneingang *m* machen
die Lageraufnahme *f* machen
Restbestand

Zuschuss *m*

Verkaufsschlager *m*

Nachlass *m* [*Autor*]

Literaturbeilage *f*

Satzspiegel *m*

Abriss *m*

Warenwirtschaftssystem *n*

- table** *f cf index, liste*
 table des illustrations
 table des matières
- table** *f de présentation*
 faire une table de présentation
- tableau** *m*
- tablette** *f*
- TAD** *m cf travailleur à domicile*
- tamponner**
- taxe** *f sur la valeur ajoutée cf TVA*
- teinte** *f du papier*
- télécharger**
- tendance** *f*
- texte** *m courant*
- texte** *m justifié*
- tirage** *m*
 tirage initial
 tirage prévisionnel
 tirage total
- tiré-à-part** *m*
- titraille** *f*
- titre** *m*
 faux titre
 titre abrégé
 titre courant
 titre en réassort permanent
 titre phare [*programme*]
 titre provisoire *cf TP*
- tome** *m cf volume*
 en plusieurs tomes *cf en plusieurs volumes*
- TP** *m cf titre provisoire*
- traducteur** *m*
- traduction** *f*
- Register *n*, Verzeichnis *n*
 Abbildungsverzeichnis
 Inhaltsverzeichnis [*ausführlich, am Ende*]
- Auslagetisch *m*
 einen Auslagetisch gestalten
- Tabelle *f*
- Regalfach *n*
- Heimarbeiter *m*
 stempeln
- Mehrwertsteuer *f*, MwSt. *f*
- Papierfärbung *f*
 herunterladen
- Trend *m*
- Fließtext *m*
- Text im Blocksatz *m*
- Auflage *f*, Auflagenhöhe *f*
 Startauflage
 Auflagenkalkulation *f*
 Gesamtauflage
- Sonderdruck *m*
- Titelei *f*
- Titel *m*
 Schmutztitel
 Kurztitel
 Kolummentitel
 Lagertitel
 Spitzentitel
 AT *m*, Arbeitstitel,
- Band *m* [*einzelnes Buch*]
 mehrbändig
- AT *m*, Arbeitstitel *m*
- Übersetzer *m*
- Übersetzung *f*

T

traitement <i>m de l'image</i>	Bildbearbeitung <i>f</i>
traitement <i>m de texte</i>	Textverarbeitung <i>f</i>
trame <i>f</i>	Raster <i>n</i>
tranche <i>f</i>	Schnitt <i>m</i>
transporteur <i>m</i>	Spediteur <i>m</i>
travailleur <i>m à domicile</i> <i>cf TAD</i>	Heimarbeiter <i>m</i>
travailleur <i>m indépendant</i>	freier Mitarbeiter <i>m</i>
trichrome	dreifarbig
trimestriel	vierteljährlich
TVA <i>f cf taxe sur la valeur ajoutée</i>	Mehrwertsteuer <i>f</i> , MwSt. <i>f</i>
taux <i>m de TVA réduit</i>	ermäßigter Mehrwertsteuersatz <i>m</i>

V

vente <i>f</i>	Verkauf <i>m</i>
en vente en librairie <i>f</i>	im Buchhandel <i>m</i> erhältlich
vente directe [<i>d'un éditeur à une entreprise</i>]	Industriegeschäft <i>n</i>
vente par correspondance	Versandhandel <i>m</i>
ventes <i>fpl</i>	Absatz <i>m</i> [<i>Vertrieb</i>]
vérifier <i>cf contrôler</i>	überprüfen
veuve <i>f</i> [<i>ligne</i>]	Hurenkind <i>n</i>
vitrine <i>f</i>	Schaufenster <i>n</i>
faire une vitrine	ein Schaufenster gestalten
volume <i>m cf tome</i>	Band <i>m</i> [<i>einzelnes Buch</i>]
en plusieurs volumes <i>cf en plusieurs tomes</i>	mehrbändig
VRP <i>mpl cf force de vente</i>	Außendienstmitarbeiter <i>mpl</i>

Regards croisés

Par Céline Maurice et Martina Bergmann

Un peu d'histoire

Au commencement était Gutenberg. L'invention de l'imprimerie révolutionna l'échange d'informations des deux côtés du Rhin, permettant de toucher un public beaucoup plus vaste. Historiquement, c'était le moment idéal : les critiques de l'Église et les révoltés contre Rome, Martin Luther en tête, obtinrent la séparation de l'Église de Rome. Celui-ci créa, avec sa bible en langue allemande, la première bible imprimée en langue vulgaire – et le premier best-seller. Imprimée pour la première fois en 1522, la Bible de Luther connut de nombreuses et rapides réimpressions.

En France aussi, l'art de l'imprimerie se répandit rapidement pendant la seconde moitié du XV^e siècle. Aucun événement de l'ampleur médiatique de la Bible de Luther n'y fut relevé, mais l'importance grandissante de la langue nationale face au latin y prenait de l'avance. À l'inverse des micro-États du Saint Empire Romain germanique, la France était depuis le début du Moyen Âge une nation dotée d'une métropole : Paris. On trouvait des imprimeries dans les lieux clés des voies commerciales, particulièrement le long du Rhin, mais le rattachement du mot imprimé au pouvoir politique eut lieu à Paris. François I^{er} nomma en 1538 des « imprimeurs du Roi », rendant techniquement possible la diffusion du savoir humaniste, et un siècle plus tard fut créée, sous l'impulsion du cardinal Richelieu, l'Imprimerie nationale (1640).

Indépendamment des structures politiques, les imprimeurs étaient, au début, également éditeurs et vendeurs d'écrits. Comme il n'existait pas de droit d'auteur au sens actuel, on pouvait imprimer, relier et vendre tout, partout. On échangea d'abord plus qu'on ne vendit, particulièrement dans l'espace germanophone, où, du fait des micro-États avec leurs barrières et leurs douanes, les foires étaient les lieux de commerce les plus importants. Francfort-sur-le-Main s'établit vite comme la ville centrale du livre et le resta bien des années. Dans la seconde moitié du XVIII^e siècle, elle fut devancée par Leipzig, devenue plus centrale et surtout plus libre.

C'est à cette époque qu'eut lieu, après l'humanisme, le deuxième grand mouvement culturel, devant avoir une importance pour le livre : les Lumières. Issu de France, où il mena à la Révolution ce mouvement provoqua en Allemagne des réformes, et l'absolutisme éclairé. En France, avec la Convention du 19 juillet 1793, chacun devint libre d'être éditeur et libraire : plus besoin de patentes ni de privilèges. En Allemagne, les choses prirent une tournure différente : il ne s'agissait pas de mettre à bas une monarchie, mais bien d'introduire une structure. Les éditeurs-libraires des micro-États s'accordèrent au cours du XVIII^e siècle sur des codes de commerce communs, lesquels furent officialisés en 1788 par la *Nürnbergischer Schlussnahme*. L'institution du *Börsenverein der deutschen Buchhändler zu Leipzig* suivit en 1825.

Le XIX^e siècle ne révolutionna pas tant la communication que la rapidité de ses modes de diffusion. L'invention de la machine à vapeur et, avec elle, d'une fabrication plus rapide et plus simple des livres, mais aussi l'arrivée du chemin de fer comme moyen de transport des biens et des pensées, contribuèrent à une augmentation considérable de la production de livres. Si, au XIX^e siècle, les idées étaient devenues plus libres, elles étaient désormais nombreuses, même si souvent sujettes à la censure en Allemagne. À mesure que l'économie de l'édition grandissait, discussions et controverses apparurent au sujet de la protection de la propriété intellectuelle. En Allemagne, on se mit d'accord en 1835 sur une interdiction de réimpression sans autorisation, concrétisée en 1880 par les *Krönische Reformen* du *Börsenverein*. En France, c'est dès l'Ancien Régime qu'on s'était battu pour le droit d'auteur. Pierre Augustin Caron de Beaumarchais, auteur du « Barbier de Séville » et des « Noces de Figaro », défendit les droits de ses œuvres et fonda en 1777 la première société d'auteurs. Dans la constitution de 1791, le droit d'auteur fut officiellement reconnu.

Le début du XX^e siècle voit donc le foisonnement d'auteurs reconnus comme tels, d'éditeurs qui font avec leurs textes des livres qu'ils vendent, et de libraires qui, désormais plus souvent dans de réelles boutiques que lors de tournées de foires, créent des stocks d'après les programmes de ces éditeurs. Toute la période étant dominée par un vif échange d'idées, y compris entre les prétendus ennemis héréditaires. En Allemagne, le national-socialisme détruit dès 1933 le paysage libéral de l'édition et de la presse. La terrible date du 10 mai 1933, à laquelle des milliers de livres sont brûlés, donna un signal sans équivoque – même si, durant

les six premières années de la dictature, la production de livres fut importante, ce ne fut jamais dans des conditions de liberté totale. Lors de la Seconde Guerre mondiale, ce qui était depuis longtemps déjà tombé sous la coupe intellectuelle de l'idéologie nazie fut aussi détruit matériellement. Königsberg, ville de premier plan pour le livre, fut complètement rasée par les bombardements; des centres importants comme Leipzig furent gravement touchés, quant à Berlin, ce n'était en 1945 plus qu'une ruine.

Le milieu du livre allemand dut, après la guerre, se réorganiser, et cela dans deux Allemagnes désormais séparées, alors qu'en France, Paris restait la ville de toutes les grandes maisons d'édition et devint, pendant la Guerre froide, un refuge pour les auteurs est-européens. On associe volontiers au marché du livre français de l'après-guerre les auteurs d'Europe de l'Est, comme Berberova et Szczypiorski : les éditions originales de leurs livres sont souvent parues en France, et même en français.

Paris a toujours attiré les auteurs privés de liberté, tandis que la foire de Francfort, fondée en 1949, devint le point de rencontre mondial des « faiseurs » de livres.

Les principaux services d'une maison d'édition

Les services et fonctions décrits ci-dessous sont ceux que l'on retrouve en règle générale dans une maison d'édition en France.

* Les termes signalés par un astérisque désignent des tâches qui, selon les maisons, sont souvent effectuées par des travailleurs extérieurs indépendants.

Direction administrative et financière	
Direction éditoriale	
Service éditorial	Directeur littéraire Directeurs de collection* Éditeurs Comité de lecture Lecteurs* Assistants et secrétaires d'édition
Service des contrats d'auteurs (achats de droits)	
Service de fabrication	Chef de fabrication Fabricants Préparateurs de copie* ¹⁾ Correcteurs* Maquettistes* Infographistes* Iconographes*
Service de presse	Attachées de presse*
Service de cession de droits ²⁾	
Service commercial et marketing	Directeur commercial Commerciaux Représentants* Publicitaires*
Service du personnel (ressources humaines)	
Service de comptabilité	

Cette structure n'est pas tout à fait équivalente à celle de la maison d'édition en Allemagne qui est décrite page 24, les différences marquantes sont les suivantes :

1) Le travail de « préparation de copie », c'est-à-dire la mise au propre orthographique et typographique du manuscrit après le travail de fond effectué par l'éditeur, ainsi que l'indication des critères de mise en page, est en France une spécialité pour laquelle il existe des formations spécifiques. Le préparateur de copie, tout comme le correcteur, est rattaché au service de fabrication même s'il travaille la plupart du temps à domicile. En Allemagne en revanche, la préparation de copie n'existe pas en tant qu'étape particulière : ce travail relève des tâches des *Lektoren* qui l'effectuent parallèlement à leur travail sur le fond du texte.

2) Le service de cession de droits est, selon les maisons, rattaché soit à la direction éditoriale (cas le plus fréquent), soit à la direction administrative et financière.

Notons qu'en Allemagne, les auteurs sont de plus en plus souvent représentés par des agents à la manière des auteurs américains. On constate un parallèle de cette évolution avec la tendance croissante des maisons à faire traiter en extérieur leurs travaux de réécriture. Il arrive que l'agence de l'auteur se charge aussi de faire retravailler le texte, même si généralement, les *Lektoren* des maisons d'édition ont leur propre équipe de travailleurs indépendants.

Attention à ce faux ami : en français, le terme de « rédaction » évoque inmanquablement un journal. En Allemagne, *die Redaktion (redigieren)* est le travail sur le texte à proprement parler, au même titre que *lektorieren*.

Les secteurs de l'édition et de la librairie

En France comme en Allemagne, les livres sont communément répartis en secteurs permettant de faciliter la recherche de titres, aussi bien pour les lecteurs (librairie, bibliothèque) que pour les professionnels (répartition des chiffres de vente, spécialisation des éditeurs...).

Certains types d'ouvrages sont classifiés de manière similaire dans les deux pays : bande dessinée et *Comics*, livres pour enfants et livres jeunesse et *Kinder- und*

Jugendbücher, littérature générale et *Belletristik*, sciences humaines et *Geisteswissenschaften*, livres scolaires et *Schulbücher*, livres pratiques et *Ratgeber*.

D'autres catégories sont moins nettement assimilables. Ainsi, le terme générique de *Sachbuch* n'a pas réellement d'équivalent en français, sinon le très vague (et très anglophone) « non-fiction », employé uniquement par les professionnels de l'édition. En France, un livre qui n'est pas de la littérature a besoin d'une définition plus précise : est-il scientifique ? un document d'actualité ? une biographie ?

De même, le terme de « beaux livres », qui désigne de manière générale les ouvrages d'assez grand format dont les illustrations occupent la part la plus importante, n'a pas de correspondance en allemand ; à la rigueur a-t-on, là aussi, recours à un anglicisme avec les *coffee table books*, mais il faudra dans la pratique être plus précis : *Fotoalbum, Kunstbuch, Bildband*...

Citons aussi l'exemple d'une catégorie très allemande de lecteurs : les *Erstleser*, les lecteurs débutants, entre cinq et huit ans, qu'on appelle en France, tout simplement, « enfants », sans pour autant leur dédier une catégorie à part en librairie.

Parution de nouveautés

Alors qu'en France, les nouveautés sont livrées à un rythme hebdomadaire ou mensuel, tous formats confondus, en Allemagne, elles le sont chaque trimestre pour les ouvrages grand format et chaque mois pour les livres de poche. Les libraires auront auparavant passé leurs commandes aux représentants des éditeurs (ou aux diffuseurs, en France), qui leur rendent en général visite deux fois par an, soutenus par les catalogues et les exemplaires de lecture imprimés pour l'occasion. Le système des offices, d'après lequel les nouvelles parutions sont envoyées automatiquement aux libraires d'après des critères (types d'ouvrage, quantités...) négociés à l'avance et rediscutés régulièrement, n'existe pas en Allemagne. Certains titres dont les éditeurs attendent beaucoup sont particulièrement mis en avant avec des campagnes de publicité, et livrés en dehors des dates habituelles.

Dans les deux pays, les commandes complémentaires (dites, en France, de réasort) peuvent être effectuées à tout moment par télécopie, courriel ou via Internet.

La distribution

En France, deux intervenants jouent les intermédiaires entre éditeurs et libraires : les diffuseurs et les distributeurs (qui sont parfois une seule et même entreprise).

La diffusion désigne l'ensemble des opérations commerciales y compris marketing, mises en œuvre par les éditeurs dans les réseaux de vente, le démarchage des libraires (pour les petits éditeurs ne disposant pas d'un service commercial) et la prise de commandes, le contrôle de la mise en place et du réassort.

La distribution désigne les tâches logistiques : stockage des livres pour les éditeurs, acheminement vers les librairies ou les petits comptoirs et contrôle des factures. Les entreprises de distribution sont directement liées aux groupes d'édition et peuvent aussi prendre en charge la distribution des ouvrages d'autres maisons.

Ce système reste très centralisé, les grands centres de distribution, pas aussi bien répartis sur le territoire que les *Barsortimente* allemands, ne permettant pas une réactivité comparable.

En Allemagne, le rôle des diffuseurs français est en général tenu en interne par les maisons d'édition. En plus des commandes passées directement aux éditeurs, il existe un second mode de commande, au moins aussi important : le *Barsortiment*, traduit ici par « grossiste qui distribue les ouvrages de différentes maisons d'édition ». Il est situé entre librairies et maisons d'édition et porte donc le nom de *Zwischenbuchhandel*, « secteur des diffuseurs et distributeurs ». Ces centres de stockage qui, contrairement à la France, sont des entreprises indépendantes des maisons d'éditions, ont en permanence entre 400 000 et 450 000 titres disponibles et peuvent les livrer dans la nuit. Ce système unique au monde est notamment rendu possible par des services de livraison qui sillonnent le pays pendant la nuit et apportent chaque jour aux librairies les commandes issues directement de leur stock.

La librairie

Les livres, en France comme en Allemagne et malgré leurs indéniables différences, restent un bloc de feuilles, imprimées noir sur blanc, à l'intérieur d'une couverture. L'équivalent français du *Hardcover* allemand est, sous sa couverture souple, appelé « grand format ». Mais on ne peut prétendre qu'il n'existe pas de *Hardcovers* en France : éditions classiques dites « de luxe », beaux livres illustrés ou éditions club ont recours à ce mode de reliure.

Il en va de même pour les catégories d'ouvrages, aussi connues dans les deux pays sous le nom d'*Abteilungen* ou « rayons ».

Si les mécanismes modernes de fusions et de développement des chaînes n'épargnent aucun des deux pays, ils y prennent toutefois des formes très différentes.

En France, les librairies dites de premier niveau, définies en fonction de leur chiffre d'affaires, sont :

- les grandes librairies indépendantes, parfois avec des dépendances locales ; on trouve ce type de structure dans les deux pays (*Sauramps* à Montpellier, *Mollat* à Bordeaux, *Heymann* dans le nord de l'Allemagne ou *Osiander* dans le sud) ;
- les grandes surfaces culturelles de type *Fnac* ou *Virgin Megastore*.

Ces librairies de premier niveau sont les seules en mesure d'accorder à leurs clients la remise de 5 % autorisée par la loi sur le prix unique du livre, ce qui renforce encore leur attraction sur le public.

Elles ne peuvent réellement être comparées aux grandes chaînes allemandes *Thalia* ou *Hugendubel*, qui restent des librairies vendant en plus, occasionnellement, d'autres produits, et sont loin d'occuper une place aussi prépondérante en termes de parts de marché.

Le développement exponentiel de ces chaînes, depuis une dizaine d'années en Allemagne, provoque une modification structurelle fondamentale du paysage de la

librairie. Les grandes chaînes s'installent dans les zones les plus commerçantes des villes, ce que ne peuvent se permettre les boutiques plus petites, ou dans les centres commerciaux. Elles sont en mesure d'imposer aux éditeurs des conditions et des remises inaccessibles aux plus petites librairies.

Les chaînes régionales sont par ailleurs des acteurs importants du marché du livre allemand. Ces entreprises moyennes, généralement familiales, sont principalement situées dans des zones fortement urbanisées (*Heymann*, 16 filiales à Hambourg) ou dans les villes universitaires du sud-ouest du pays (*Osiandersche Buchhandlung*, 18 filiales). Elles ont une offre adaptée à leur lieu d'implantation et jouent un rôle important dans la vie culturelle locale. La librairie *Mayersche*, originaire d'Aix-la-Chapelle et toujours propriété familiale, a récemment, grâce à d'importants investissements, étendu son réseau à 40 boutiques en Rhénanie du Nord-Westphalie et est désormais considérée comme la « troisième force » de l'Ouest du pays. Citons aussi la chaîne de librairies universitaires *Lehmann*, présente dans 24 villes, ainsi que le réseau *Zweitausendeins* – qui était à l'origine une entreprise (à tendance intellectuelle de gauche) de vente par correspondance de livres soldés – dispose aujourd'hui de boutiques dans la majorité des grandes villes.

La situation des plus petites librairies est similaire en France (où elles constituent le deuxième niveau) et en Allemagne : combat quotidien pour équilibrer leur offre entre titres grand public et fonds exigeant, course aux rabais auprès des éditeurs...

Quant à la place occupée par les hyper et supermarchés, elle est sans comparaison : s'ils bénéficient, dans les deux pays, d'équipes de représentants spécialisées, les « hyper » français vendent autant de livres que toutes les librairies de premier niveau réunies, ce qui est loin d'être le cas en Allemagne, où on trouve – et achète – bien plus rarement ses livres au supermarché.

Les formations

En France, il existe des formations dites initiales (cursus d'études classique), en alternance (ou apprentissage) plus proche du modèle d'*Ausbildung* et des formations continues.

Citons, pour les formations courtes :

- Le CAP de vendeur spécialisé option presse-librairie-papeterie (recrutement au niveau 3^e).
- Le Brevet professionnel de libraire (recrutement au niveau Bac).
- Le BTS édition prépare au métier de technicien de fabrication (recrutement au niveau Bac).
- Le BTS Communication et Industries graphiques prépare au travail en imprimerie.
- Le DUT Information communication option Métiers du livre et du patrimoine aborde plus généralement tous les métiers de l'édition, de la librairie et de la bibliothèque.

En Allemagne, les métiers « commerciaux » du livre sont accessibles par des formations non universitaires, toutes régies par le *Börsenverein*. Sans avoir son baccalauréat (donc avec un diplôme de fin de *Realschule* ou *Hauptschule*, dès seize ans), on peut suivre en apprentissage une formation aux métiers du livre (*Buchhändler*, avec comme point fort la librairie générale, l'édition ou le livre ancien) ou aux métiers de l'édition en particulier (*Medienkaufmann*, anciennement *Verlagskaufmann*). Cette formation n'a pas d'équivalent en France et est très appréciée des employeurs, alors que les formations « courtes » comparables à un BTS sont rares en Allemagne, et peu prisées.

Pour travailler dans le secteur éditorial, les formations en sciences humaines, notamment littéraires et linguistiques, restent toujours la voie royale idéalement complétées par une approche plus pratique. Les formations universitaires subissent ces dernières années dans les deux pays une réorientation dans ce sens. Les jeunes

diplômés, mis en contact plus concrètement avec le marché du travail, sont formés à devenir les futurs chefs d'entreprises des secteurs de l'édition et de la librairie.

Les universités françaises proposent, depuis quelques années, des bachelors et masters aux intitulés évocateurs : Édition, livre et multimédia, Management de l'édition, Édition, Commercialisation du livre, Politiques éditoriales ou encore Ingénierie éditoriale et communication. Il existe même un bachelor professionnel Manager commercial cross media et une licence professionnelle Flux numériques, édition et production d'imprimés.

En Allemagne, on trouve les « sciences du livre » dans les universités suivantes : Munich (marketing, commercial), Erlangen-Nuremberg (histoire du marché du livre), Mayence (imprimerie et technique), Leipzig (librairie et édition, mise en page), Munster (histoire du livre avant l'imprimerie). À l'université Humboldt de Berlin existe depuis longtemps un cycle en sciences des bibliothèques avec une option très réputée en sciences de la publication.

Sigles et institutions

On retrouve ici l'une des différences fondamentales du fonctionnement administratif et culturel entre la France et l'Allemagne : les pendants allemands des instituts nationaux français sont souvent répartis en bureaux au niveau des Länder.

- Syndicat national de l'édition (SNE) - www.sne.fr
Organisation professionnelle qui défend les intérêts des éditeurs et regroupe environ 500 maisons d'édition.
- Syndicat de la librairie française (SLF) - www.syndicat-librairie.fr
Le SLF regroupe près de 600 librairies de toutes tailles. Il représente la profession et défend les intérêts moraux et matériels de ses adhérents.
- Bureau international de l'édition française (BIEF) - www.bief.org
Le BIEF soutient près de 300 éditeurs français dans le développement des exportations, les échanges de droits et les partenariats internationaux. Il n'a pas d'équivalent direct en Allemagne, les intérêts internationaux des éditeurs sont

représentés par le *Börsenverein* à travers les activités de la *Frankfurter Buchmesse* (www.buchmesse.de).

- Centre national du livre (CNL) - www.centrenationaldulivre.fr
Établissement public du ministère de la Culture et de la Communication, il encourage la création et la diffusion d'ouvrages de qualité à travers divers dispositifs de soutien (subventions, bourses, rencontres...) aux acteurs de la chaîne du livre. Ses actions sont financées par une redevance sur le chiffre d'affaires de l'édition mais surtout (à 75 %) par la taxe sur la reprographie.

En Allemagne, la culture est sous la responsabilité des Länder, qui comptent des organisations et fondations locales influentes.

- Bibliothèque nationale de France - www.bnf.fr
Ses fonds sont répartis dans quatre sites à Paris et plusieurs autres en province. Ses principales missions sont la constitution, la conservation et la communication au public de collections, la coopération avec d'autres établissements au niveau national et international et la participation à des programmes de recherche.

Pas d'équivalent direct en Allemagne. La *Deutsche Nationalbibliothek* à Francfort-sur-le-Main et ses délégations de Leipzig et Berlin regroupent les dépôts légaux des éditeurs (www.d-nb.de). Accessibles au public, elles ne semblent toutefois pas autant utilisées par le public qu'en France la Bibliothèque nationale de France (BNF). En revanche, les deux grandes *Staatsbibliothek* de Berlin et de Munich sont davantage fréquentées, tout comme les nombreuses bibliothèques universitaires, souvent dotées de rayons spécialisés. Citons enfin la *Deutsches Literaturarchiv* de Marbach-sur-le-Neckar avec ses collections de documents originaux et legs d'auteurs (www.dla-marbach.de).

En Allemagne, l'équivalent des syndicats indiqués plus haut est le *Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.* qui regroupe libraires, maisons d'édition et distributeurs – www.boersenverein.de. Sous le « toit » du *Börsenverein* cohabitent des instituts qui, en France, sont indépendants : le *Börsenblatt des Deutschen Buchhandels*, journal professionnel (www.boersenblatt.net) (en France : Livres Hebdo – www.livreshebdo.fr) et le répertoire des ouvrages disponibles, le *Verzeichnis lieferbarer Bücher* (www.vlb.de), dont l'équivalent français serait Electre (www.electre.com).

Salons et foires

Salons et foires du livre semblent en Allemagne moins importants qu'en France, avec les exceptions notables de Leipzig et Francfort. Ils sont en tout cas moins nombreux. En revanche, le réseau des *Literaturhäuser* à Berlin, Hambourg, Munich, Stuttgart et Francfort entretient toute l'année un programme littéraire de qualité, accessible à tout public.

En France, une manifestation touchant au livre, même avec des lectures et des représentations culturelles variées, comprend presque toujours un regroupement de stands d'éditeurs.

– Salon du Livre de Paris

Chaque année au mois de mars. C'est un événement principalement national qui n'a pas l'envergure de la foire de Francfort, mais pas non plus la même optique, puisqu'il s'adresse principalement au public.

– Salon du Livre et de la Presse Jeunesse de Seine-Saint-Denis

Appelé communément « Salon de Montreuil », il se tient chaque année en novembre. C'est le plus grand salon « grand public » dédié à la littérature jeunesse en Europe.

– Étonnants voyageurs, Festival international du Livre et du Film

Tous les ans en mai à Saint-Malo, depuis 1989. Salon grand public et ensemble de manifestations culturelles ayant pour thème principal la littérature de voyage.

– Foire du Livre de Brives-la-Gaillarde

Créée en 1982, la Foire du Livre de Brive-la-Gaillarde a lieu chaque année au début du mois de novembre et est la deuxième manifestation touchant au livre après le Salon du Livre de Paris.

– Festival international de la Bande dessinée d'Angoulême

Depuis 1974, le festival d'Angoulême a lieu chaque année en janvier. C'est la première manifestation culturelle européenne consacrée à la bande dessinée.

– *Frankfurter Buchmesse*

La plus grande foire du livre du monde, elle réunit depuis 1949, chaque année en octobre, les professionnels mondiaux de l'édition (plus de 7 000 exposants venus de plus de 100 pays, presque 300 000 visiteurs de 120 pays, 190 000 d'entre eux étant des professionnels, 10 000 journalistes de plus de 60 pays). Elle ne fonctionne pas, à l'inverse du Salon du Livre de Paris, comme une librairie géante, n'étant ouverte au public que pendant deux jours. C'est le lieu le plus important au monde pour les négociations de licences de livres.

– *Leipziger Buchmesse*

La foire de Leipzig, qui existe sous une forme ou une autre pratiquement depuis le XVIII^e siècle, est celle des auteurs et de leur public. Elle a lieu au mois de mars.

– *lit.Cologne*

Fête internationale du Livre qui a lieu chaque année au printemps depuis 2001. Pendant 10 à 15 jours, elle regroupe plus d'une centaine de manifestations publiques.

Les nombreux salons et foires qui attirent régulièrement un public nombreux en France sont peut-être, en Allemagne, compensés par les nombreuses manifestations proposées par les très actives *Literaturhäuser*.

Les prix littéraires

Le marché du livre français est inimaginable sans ses innombrables prix littéraires. Ils peuvent être attribués par des comités fixes, par des entreprises, par le public lui-même (prix des lecteurs), décernés lors de salons et foires ou encore concerner des genres précis (polar, littérature jeunesse).

Ces prix ont une résonance médiatique que l'on accuse parfois d'être sans commune mesure avec la qualité des ouvrages primés, créant entre les éditeurs une compétition au cours de laquelle un sens aigu de la communication semble au moins aussi important que la qualité des livres en lice. Si certains de ces prix ne sont dotés que symboliquement (l'auteur recevant le prix Goncourt touche

par exemple un chèque de 10 €), leur obtention donne généralement un coup de pouce non négligeable aux chiffres de vente : un ouvrage primé par le Goncourt se vend ainsi en moyenne à 230 000 exemplaires.

Sur le marché du livre allemand, les prix littéraires n'ont pas une importance comparable à celle qu'ils rencontrent en France. Certes, il existe depuis un certain temps des distinctions très renommées dans le domaine de la littérature, comme les prix Kleist ou Ingeborg-Bachmann, mais il est rare qu'un prix ait une influence considérable sur les chiffres de vente d'un ouvrage. Un prix a toutefois une signification particulière : le *Friedenspreis des Deutschen Buchhandels* (prix de la Paix, décerné par l'Association des éditeurs, libraires et grossistes en Allemagne), remis chaque année depuis 1949 pendant la Foire du Livre de Francfort. Plus qu'une distinction littéraire, il récompense l'engagement politique et civique.

La frontière entre la critique littéraire dans la presse et la perception du livre comme objet commercial reste cependant pratiquement infranchissable. Depuis quelques années seulement, des prix à orientation plutôt commerciale (*Deutscher Buchpreis, Corine*) ont participé à faire entrer les livres primés sur la liste des best-sellers.

Les récompenses remises peuvent être considérables : sommes à 5 chiffres, bourses de création ou encore offres de logement dans des lieux attractifs. Il existe en Allemagne le concept des *Stadtschreiber* : une petite ville, en général située dans une région pittoresque, invite un auteur pour six mois ou un an, lui fournissant un logement et une bourse pour ses frais courants. En échange, l'auteur contribue à animer la vie culturelle des lieux et compose un texte, assez long et destiné à être imprimé, sur la région qui l'accueille.

Quelques spécificités culturelles...

Francophonie et allemand comme langue culturelle européenne

Le terme de « littérature francophone » désigne, par déformation du sens, les œuvres d'auteurs écrivant en français bien que n'étant pas de nationalité française. À part pour la Suisse et la Belgique, cette littérature s'est développée principalement à partir de l'émigration française du XVIII^e siècle (Québec) et les vagues de colo-

nisation du XIX^e (Afrique). Ses auteurs sont depuis des années des acteurs à part entière de la scène littéraire francophone.

Les éditeurs français, du fait de l'étendue de la pratique de la langue française, disposent d'un marché international plus étendu que leurs confrères allemands. Les exportations constituent une part importante des revenus des éditeurs : depuis plusieurs années, le montant des exportations de livres français représente un quart du chiffre d'affaires de l'édition française.

On ne peut plus parler, aujourd'hui, d'une expansion comparable de l'allemand comme langue culturelle. Le marché du livre allemand s'étend, certes, à l'Autriche et à une part de la Suisse, mais on parle plus ici d'un marché global : le système de distribution allemand s'est étendu à l'Autriche. Le préfixe national « 3 » des ISBN est d'ailleurs commun à l'Autriche et l'Allemagne, et tous les ouvrages y sont disponibles en 24 heures.

En Suisse, toutefois, certaines conditions sont différentes. Le prix unique y est ainsi toujours sujet à débat, car la monnaie suisse est différente, et forte. Par ailleurs, les livres suisses germanophones restent, du fait d'un certain hermétisme culturel et de différences linguistiques marquées, plutôt étrangers en Allemagne et en Autriche.

La rentrée littéraire

En Allemagne, on l'a vu, les nouveautés, présentées dans des catalogues bisannuels (programmes de printemps et d'automne), sont livrées à un rythme trimestriel (mensuel pour les livres de poche). Les livraisons de printemps et d'automne, correspondant aux foires de Leipzig (mars) et Francfort (octobre), lors desquelles l'attention de la presse et du public est particulièrement tournée vers le livre, sont les plus conséquentes avec une encore plus grande importance attachée à celle d'automne, qui « enchaînera » directement sur les ventes de Noël. Un phénomène de l'ampleur de la rentrée littéraire française au cours de laquelle un raz-de-marée de 600 à 700 nouveautés recouvre les tables des librairies de fin août à début novembre, entre autres pour prendre part à la course aux prix littéraires, n'existe pas en Allemagne. On vise les critiques à paraître dans les suppléments littéraires *Buchmesse* des journaux et magazines, mais le nombre de nouveautés publiées n'atteint pas des dimensions aussi pharaoniques qu'en France. De nombreux édi-

teurs français ont d'ailleurs reconnu le caractère exagéré de l'importance attachée à cette rentrée et font des efforts pour mieux contrôler leur production et répartir leurs publications de manière plus rationnelle.

Lectures et signatures : deux types de rencontres entre auteurs et lecteurs

En Allemagne, c'est généralement sur invitation d'un libraire qu'un auteur se rend dans une ville et lit des extraits de son œuvre devant son public. Les auteurs encore peu connus participent à de véritables tournées de lecture durant lesquelles ils peuvent présenter leur titre dans plus d'une vingtaine de lieux. À la fin de la manifestation, souvent tenue en dehors des horaires d'ouverture de la librairie, dans une bibliothèque ou un théâtre, le public a la possibilité de poser des questions à l'auteur, de discuter avec lui – et d'acheter son livre. L'auteur est rémunéré pour ces prestations.

Ces lectures font partie intégrante de la vie culturelle locale. Elles se déroulent souvent dans les *Literaturhäuser*, les « maisons de la littérature » des grandes villes comme Hambourg, Francfort, Stuttgart, Munich et Berlin – qui sont constituées en réseau – dans lesquelles ont lieu presque chaque semaine des lectures et toutes sortes d'événements liés à la littérature. Par ailleurs, il existe à Berlin le *Literarisches Colloquium* qui dispose de salles de conférence mais aussi de logements temporaires pour auteurs et traducteurs.

En France, ce type de lecture n'existe pas sous cette forme. Certes, il arrive que des auteurs lisent, lors d'un salon, un passage d'un ouvrage et certains auteurs particulièrement célèbres donnent en effet des lectures publiques de leurs nouveaux ouvrages, mais cela reste exceptionnel. Les lectures publiques en France sont bien plus souvent des événements presque théâtraux avec la participation d'acteurs ou de lecteurs professionnels, mais rarement de l'auteur lui-même. L'échange avec les auteurs est de ce fait principalement réduit aux brefs échanges lors des séances de signatures tenues par les auteurs lors de salons, ou dans des librairies à l'occasion de la sortie d'un ouvrage, séances organisées par l'éditeur ou le diffuseur. Dans le cas d'auteurs célèbres, elles sont suivies par un public nombreux.

Les livres audio

Le « livre audio » est le texte d'un livre, entier ou abrégé, enregistré par un ou plusieurs lecteurs et vendu sur un support audio (CD) ou par téléchargement. Le développement des formats numériques concerne encore plus directement les livres audio que les ouvrages imprimés. Ainsi, de nombreux textes sont déjà formatés directement pour être téléchargés en format MP3 ou sur smartphone.

Le livre audio remporte en Allemagne un succès encore inconnu en France. Le secteur a quadruplé son chiffre d'affaires en dix ans et représente actuellement presque 10 % du marché global du livre allemand avec des maisons d'édition spécialisées, parfois indépendantes, parfois rattachées à une maison éditant des livres imprimés. Les romans à succès sortent quasi systématiquement aussi en livres audio, souvent d'ailleurs parallèlement au livre imprimé. Editeurs et libraires ne les considèrent pas comme des médias concurrents, mais bien complémentaires.

En France, le livre audio se développe très lentement même si les éditeurs, aléchés par le succès du format dans les pays voisins, redoublent d'efforts. Plusieurs grands éditeurs ont lancé récemment leur marque de livres audio (Hachette, Flammarion...). En 2009, cependant, Electre indique moins de 2 000 références disponibles, toutes catégories confondues, et le secteur ne représente qu'environ 0,7 % du marché du livre en France.

La bande dessinée

En France, la bande dessinée, dont on parle souvent comme du « neuvième art », a toujours occupé une place à part sur le marché de l'édition, notamment grâce au succès de séries cultes (Astérix, Lucky Luke, Tintin et Milou, Gaston Lagaffe...), d'ailleurs souvent franco-belges, popularisées notamment dans les années 60 et 70 par leur publication dans des revues jeunesse. Avec le développement, depuis la fin des années 1970, de titres « pour adultes », aux scénarios et graphismes extrêmement exigeants (par exemple les œuvres de Bilal ou d'Hugo Pratt), la BD est devenue un genre littéraire à part entière, sortant du champ des ouvrages uniquement humoristiques ou destinés aux enfants.

La BD jeunesse n'est cependant pas en reste ; certains personnages sont aujourd'hui des habitués des listes des meilleures ventes (par exemple Titeuf de Zep, dont l'album *Le Sens de la vie* fut le deuxième livre le plus vendu en France en 2008, toutes ca-

tégories confondues, ou les aventures humoristico-fantasy de Lanfeust de Troy par Arleston et Tarquin). Les mangas (bandes dessinées japonaises) rencontrent également depuis des années un succès constant auprès des adolescents.

En 2007, le marché de la bande dessinée en France représentait 6,5 % du chiffre d'affaires de l'édition avec 33,6 millions d'albums vendus. La BD est célébrée chaque année au festival d'Angoulême.

Citons quelques grosses maisons d'édition francophones de bande dessinée : Glénat, Dargaud, Delcourt, Casterman (belge).

En Allemagne, cet engouement est loin d'être aussi développé. D'ailleurs, en allemand, on emploie un terme anglais, *comic*, qui semble toujours assez réducteur. Le genre n'est pas vraiment pris au sérieux, conservant cette aura d'édition bon marché venue d'Amérique, vite lue et vite jetée. Le succès des personnages de Walt Disney ne se dément pas, les mangas touchent, comme en France, un public immense, mais alors que les grands classiques (Tintin, Astérix ou Gaston Lagaffe) sont connus du public allemand et que la traduction des aventures de Lanfeust de Troy a aussi trouvé son public, la BD « sérieuse » n'atteint pas la reconnaissance dont elle jouit en France et reste rangée sous l'étiquette « alternatif / indépendant ». Certes, le style dit Graphic Novel a acquis depuis *Maus* d'Art Spiegelman ou, plus récemment, *Persepolis* de Marjan Satrapi, une certaine respectabilité outre-Rhin, mais les chiffres de vente demeurent modestes. Le marché allemand repose donc sur les traductions, les gros éditeurs ne prenant pas le risque de donner leur chance à des auteurs locaux. Par ailleurs, pour des raisons historiques, les bandes dessinées sont en Allemagne distribuées par des distributeurs de presse, n'atteignant de ce fait pas automatiquement les librairies généralistes mais restant cantonnées aux maisons de la presse, librairies de gare et boutiques spécialisées.

L'OFAJ et ses partenaires, passeurs de culture...

Malgré des différences dans l'organisation du secteur professionnel et dans la vie littéraire de chaque pays, les points de contact et influences réciproques entre monde du livre en France et en Allemagne sont nombreux. De tous temps, il a existé des passeurs pour faire connaître dans l'autre pays la production culturelle du pays voisin. Editeurs, traducteurs, libraires... leur travail, leur curiosité et leur connaissance souvent pointue des deux sphères culturelles sont des passerelles précieuses entre nos deux pays.

Depuis 1989, l'Office franco-allemand pour la Jeunesse (OFAJ), le Bureau International de l'Édition Française (BIEF) et la Frankfurter Buchmesse contribuent à former les passeurs de demain en permettant à de jeunes professionnels du secteur du livre de découvrir la réalité professionnelle de l'autre pays. Le programme franco-allemand pour jeunes libraires et éditeurs a permis à ce jour à 400 jeunes Français et Allemands de vivre un séjour professionnel dans l'autre pays et à travers différents séminaires, de prendre conscience des similitudes comme des différences entre le secteur professionnel de chaque pays. Il n'est pas rare que les anciens stagiaires gardent des contacts avec l'entreprise qui les a accueillis, ou même parfois restent y travailler. Quel que soit leur chemin professionnel, ils en gardent la richesse d'une expérience qui leur donne les moyens de devenir les passeurs éclairés entre deux sphères culturelles. Depuis 2000, le programme Georges-Arthur Goldschmidt constitue une contribution essentielle à la formation de jeunes traducteurs littéraires. Dans le cadre de ce programme et grâce au soutien financier de l'OFAJ, les futurs professionnels travaillent à la traduction d'un ouvrage et certains d'entre eux réussissent ainsi à publier leur première traduction.

Interkulturelle Betrachtungen

von Martina Bergmann und Céline Maurice

Geschichte

Am Anfang war Gutenberg. Die Erfindung des Buchdrucks revolutionierte auf beiden Seiten des Rheins den Informationsaustausch. Von der mittelalterlichen, lateinischen Handschrift, wie sie zumeist nur Kirchenmänner, vor allem Mönche in der Abgeschlossenheit der Klöster, anfertigen konnten, entstand durch den technischen Fortschritt des Vervielfältigens die Möglichkeit, wesentlich mehr Menschen zu informieren. Der historische Augenblick war günstig – nicht nur war die Informationsvermittlung möglich, sie war auch nötig. Kirchenkritik und Aufbegehren gegen Rom führten, personalisiert durch Martin Luther, zur Spaltung der Universalkirche. In der Abgeschlossenheit der Wartburg schuf er mit seiner deutschen Bibel das erste Buch in der Volkssprache. Und er schrieb den ersten Bestseller. 1522 zum ersten Mal gedruckt, erlebte die „Luther-Bibel“ in rascher Folge zahlreiche Nachdrucke.

Auch in Frankreich verbreitete sich die Kunst des Buchdrucks in der zweiten Hälfte des 15. Jahrhunderts zügig. Ein mediales Großereignis wie Luthers deutsche Bibelübersetzung ist hier nicht auszuweisen, aber die zunehmende Bedeutung der verschiedenen Nationalsprachen gegenüber dem gemeinsamen Latein leistete auch hier Vorschub. Anders als die Klein- und Teilstaaten des Heiligen Römischen Reichs Deutscher Nation war Frankreich seit dem frühen Mittelalter eine Nation mit einer Metropole – Paris. Druckorte gab es auch an den Schnittstellen der Handelswege und insbesondere entlang des Rheins, aber die Verknüpfung des gedruckten Wortes mit der politischen Macht und ihren Strukturen geschah in Paris. Franz I. ernannte 1538 so genannte „Imprimeurs du Roi“, die die Verbreitung humanistischen Bildungswissens technisch ermöglichten, und gerade einhundert Jahre später entstand unter dem Kardinal Richelieu die Institution einer staatlichen Druckerei, die „Imprimerie Nationale“ (1640).

Von der politischen Struktur unabhängig, waren die Drucker aber in der Anfangszeit zugleich Verleger (Drucker, Hersteller) und Händler von Schriften. Da ein Urheberrecht im heutigen Sinne nicht bestand, konnte allerorten nahezu alles gedruckt,

gebunden und gehandelt werden. In der Anfangszeit wurde weniger verkauft als getauscht; dies insbesondere im deutschen Sprachraum, wo durch die Kleinstaaterei mit Barrieren und Zöllen die Messen der wichtigste Handelsort waren. Frankfurt am Main etablierte sich rasch als Buchmetropole und sollte dies für lange Zeit bleiben. Erst in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts wurde es von Leipzig abgelöst, das nunmehr zentraler lag und größere politische Freiheit genoss. In diese Zeit fällt auch die zweite große Bildungsbewegung nach dem Humanismus, die für das Buchwesen von Bedeutung sein sollte: die Aufklärung. Von Frankreich ausgehend, führte sie hier zur Revolution und in Deutschland zu Reformen, zu einem aufgeklärten Absolutismus. Die Philosophie der Aufklärung stärkte aber den Einzelnen in seiner Eigenständigkeit und sie machte den Verleger zum Unternehmer. In Frankreich stand es nach der Convention vom 19. Juli 1793 jedem frei, sich als Verleger und Buchhändler zu betätigen; Privilegien und Patente waren also nicht mehr vonnöten. In Deutschland verlief der Weg zwangsläufig anders, denn es musste nicht eine Monarchie abgeschafft, sondern eine Struktur eingeführt werden. Die Verlagsbuchhändler der Klein- und Kleinststaaten verständigten sich im Laufe des 18. Jahrhunderts auf gemeinsame Handelsabläufe, die 1788 in der „Nürnberger Schlussnahme“ niedergelegt wurden. Als Institution folgte 1825 der „Börsenverein der deutschen Buchhändler zu Leipzig“.

Das 19. Jahrhundert revolutionierte weniger die Kommunikation als die Geschwindigkeit ihrer Verbreitung. Die Erfindung der Dampfmaschine und mit ihr die schneller und einfacher werdende (proto-) industrielle Buchherstellung, aber auch die Eisenbahn als Transportmittel von Gütern und Gedanken erweiterten die Buchproduktion in erheblichem Umfang. Waren im 18. Jahrhundert die Ideen freier, so wurden sie jetzt zahlreicher, selbst wenn sie in deutschen Landen häufig der Zensur unterlegen blieben. Es kam zu Diskussionen, auch zu Kontroversen um den Schutz geistigen Eigentums, da dieser Wirtschaftszweig immer größer wurde. In Deutschland einigte man sich 1835 auf ein Verbot unerlaubten Nachdrucks, das 1880 mit den „Krönerschen Reformen“ des Börsenvereins konkretisiert wurde. In Frankreich war schon unter dem Ancien Régime um das Urheberrecht gestritten worden – Pierre Augustin Caron de Beaumarchais, der Autor des „Barbiers von Sevilla“ und der „Hochzeit des Figaro“ stritt um seine Rechte am Text und gründete 1777 die erste Autoren-Gesellschaft. In der Verfassung von 1791 wurde das Urheberrecht offiziell anerkannt.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts treffen wir also auf Autoren, die als solche anerkannt sind. Wir treffen Verleger, die aus den Texten dieser Autoren Bücher machen und diese verkaufen, und wir treffen Buchhändler, die – nunmehr in Ladengeschäften und weniger auf der Reise – aus den Programmen der Verlage Sortimente zusammenstellen. Diese Situation ist von der jeweiligen politischen Situation weitgehend unabhängig und führt während der ökonomisch stabilen Phase der Jahrhundertwende zu einer reichhaltigen, während der instabilen Zwischenkriegszeit zu einer vielfältigen und vielfach kontroversen Buchproduktion und diese ganze Zeit hindurch zu einem regen Austausch auch unter den so genannten Erbfeinden. In Deutschland zerstört der Nationalsozialismus schon 1933 die liberale Buch- und Presselandschaft. Die Bücherverbrennung am 10. Mai 1933 war ein unmissverständliches Signal. Zwar konnten in den sechs ersten Jahren der Diktatur Bücher noch reichlich produziert werden, jedoch nur mit Einschränkungen. Im Zweiten Weltkrieg wurde auch physisch vielfach zerstört, was geistig längst gleichgeschaltet worden war. Königsberg als bedeutende Buchstadt wurde vollständig zerstört, wichtige Buchzentren in Mitteldeutschland, darunter Leipzig, wurden schwer bombardiert, und Berlin als Metropole lag spätestens im Frühjahr 1945 in Trümmern.

Das deutsche Buchwesen musste sich nach 1945 in den beiden deutschen Staaten neu organisieren, während in Frankreich Paris die prägende Stadt mit allen wichtigen Verlagshäusern blieb. Im Kalten Krieg war Paris zudem ein Schutzraum für osteuropäische Autoren. Mit dem französischen Buchmarkt der Nachkriegszeit assoziiert man die Autoren Osteuropas, wie Berberova und Szczypiorski, die in Frankreich, oft auch in französischer Sprache, erstmals an die Öffentlichkeit treten konnten. Paris war also neben dem Wirtschaftsstandort auch ein Sehnsuchtsort unfreier Autoren, während auf deutschem Boden mit der 1949 gegründeten Frankfurter Buchmesse der weltweit bedeutendste Treffpunkt der Buchhersteller entstand.

Die wichtigsten Abteilungen eines deutschen Verlags

Die hier aufgeführten Abteilungen und Funktionen treffen im Wesentlichen auf deutsche Verlage zu.

* Mit einem Sternchen versehene Begriffe bezeichnen Tätigkeiten, die häufig von externen Mitarbeitern verrichtet werden.

Verlegerische Geschäftsführung	
Kaufmännische Geschäftsführung	
Lektorat	Cheflektor Programmleiter Reihenherausgeber Lektoren Sekretariate / Redaktion* ¹⁾
Vertragsabteilung (Einkaufsverträge: Autoren, Übersetzer, Illustratoren...)	
Herstellung	Herstellungsleitung Kalkulation Projekt-Manager Hersteller Gestalter* / Typographen* Korrektoren*
Lizenzabteilung ²⁾	
Presseabteilung	Pressereferenten*
Marketingabteilung / Werbeabteilung*	
Vertrieb	Vertriebsleiter Vertriebsmitarbeiter Vertreter*
Verwaltung	Verwaltung Buchhaltung Personal Honorarbuchhaltung

Die wichtigsten Abteilungen eines deutschen Verlags sind nicht in jedem Falle identisch mit denen eines französischen Verlagshauses. Diese sind auf Seite 4 beschrieben. Markante Unterschiede sind folgende:

1) Achtung, falscher Freund: Der französische Begriff *rédaction* lässt unmittelbar an eine Zeitungsredaktion denken, während die deutsche „Redaktion“ den Vorgang der Textbearbeitung im Lektorat bezeichnet. Das entsprechende Verb heißt „redigieren“, häufig ist auch die Rede von „lektorieren“.

2) Die Rechte- und Lizenzabteilung eines Verlags untersteht meist der verlegerischen, gelegentlich aber auch der kaufmännischen Geschäftsführung.

Es fällt auf, dass sich deutsche Autoren immer häufiger von Literaturagenten nach US-amerikanischem Vorbild vertreten lassen, während in Frankreich nach wie vor internationale Lizenz-Agenturen am Markt agieren.

Eine Berufsbezeichnung namens *préparateur de copie*, also die technische Einrichtung eines Manuskripts und die Fahnenkorrektur mit einer eigenen schulischen Ausbildung gibt es in Deutschland nicht. Die Einrichtung des Manuskripts, oft Auszeichnung genannt, ist eine Aufgabe des Lektors, die er oft zeitgleich mit der eigentlichen Textredaktion erledigt. Die Fahnenkorrektur liegt in Händen eines Korrektors, der aber nur in den seltensten Fällen Verlagsangestellter ist. Das Kollationieren von Autor-, Lektor-, Redakteurs- und Korrektorendurchsicht übernimmt zumeist der Lektor im Verlag.

Warengruppen des Buchhandels und Abteilungen eines Verlags

Buchhandlungen sind zunächst einmal Räume mit Regalen und Tischen, die zur Aufbewahrung und Präsentation der Ware dienen. Diese Ware, die Bücher, CDs und diversen anderen Artikel, sortiert man in so genannten Warengruppen. Einiges ist in beiden Ländern gleich, so etwa Kinder- und Jugendbuch/*livres pour enfants et livres jeunesse*, Belletristik/*littérature générale*, Schulbücher/*livres scolaires* oder Ratgeber/*livres pratiques*.

Anderes ist weniger deckungsgleich. Das deutsche Sachbuch etwa hat kein direktes französisches Äquivalent – am ehesten die ungenaue (und dazu anglophone) Bezeichnung *non-fiction*, was man manchmal in Verlagen, aber so gut wie nie im Buchhandel hört. Ein Buch, das nicht der schönen Literatur angehört, wird eher umschrieben denn definiert. Ist es: Wissenschaftlich? Politisch aktuell? Eine Biografie?

Das gleiche Phänomen, nur andersherum: *Beaux livres*. Einen analogen Begriff zu Büchern, die großformatig sind und mehr Bilder als Text zeigen, gibt es im Deutschen nicht. Der Bildband wäre zu eng gefasst; Bildbände sind prächtige Bücher mit Kunstdrucken oder alten Karten. *Beaux livres* können aber auch schön fotografierte Koch- oder Gartenbücher sein, die im Deutschen manchmal *coffee table books* genannt werden, aber im Grunde umschrieben werden wie die französischen Sachbücher.

Abschließend ein ausgesprochen deutsches Beispiel: die Erstleser. Für Erstleser, also Kinder zwischen fünf und sieben oder acht Jahren, die sich an regelmäßige Lektüren gewöhnen sollen, werden spezielle Reihen produziert, die so genannten Erstlesebücher. Kurze Texte, viele Bilder, ein pädagogisch ausgefeiltes Konzept. In Frankreich spricht man demgegenüber einfach von „*enfants*“, ohne ihnen aber ganze Abteilungen von Buchhandlungen zu widmen.

Neuerscheinungen

Während in Frankreich Novitäten unabhängig von Format und Marketing-Potential in wöchentlichem oder monatlichem Rhythmus (dies je nach Größe und Bedeutung des Verlags) ausgeliefert werden, liefern die meisten deutschen Verlage Hardcover und Taschenbücher getrennt aus. Zweimal pro Jahr werden Vorschauen und Le-seexemplare verschickt, und bald darauf kommt ein Vertreter, um mit dem Buchhändler die Titel, Stückzahlen, Werbemittel und Veranstaltungen zu diskutieren. Die auf diese Weise entstehenden Reiseaufträge werden in den Vertriebsabteilungen oder den externen Bestellanstalten hinterlegt und im Rahmen der monatlichen Taschenbuch-Auslieferungen abgewickelt; für das Hardcover quartalsweise. Für Spitzentitel mit erhöhter Medienaufmerksamkeit und großem Werbebudget werden mitunter Sonderauslieferungen arrangiert.

Vertrieb

Auf dem französischen Buchmarkt gibt es zwei Dienstleistungsstufen zwischen Buchhandlungen und Verlagen, die in der Hand eines Unternehmens sein können, aber nicht müssen: *diffusion*, eine Art Verlagservice, der sich um Bestellwege, Buchhaltung, Controlling und auch wesentliche Teile des Handelsmarketings kümmert, und *distribution*, der logistische Bestandteil der Auslieferung mit dem Warenlager, der Kommissionierung von Bestellungen und dem Versand an die Geschäftspartner. Anbieter von *diffusion* und *distribution* sind zumeist eigene, von den Verlagen juristisch abgetrennte Unternehmen, aber sie gehören nahezu ausschließlich den jeweiligen Konzernen/Mediengruppen an.

Der Weg des Buches vom Verlag zum Buchhändler ist in Deutschland nicht wesentlich anders; auch hier wird beworben, eingekauft und ausgeliefert. Herkömmlicherweise werden die meisten Dienstleistungen einer französischen *diffusion* verlagsintern erledigt, während die Logistik, analog zur *distribution* von so genannten Verlagsauslieferungen übernommen wird. Das wesentliche Unterscheidungsmerkmal ist der deutsche Zwischenbuchhandel, also die Barsortimente als eigenständige Unternehmen mit einem Lagerbestand der Marktführer zwischen 400 000 und 450 000 Titeln, die zum nächsten Tag geliefert werden können. Der deutsche Bücherwagendienst, also das dichte Netz von Buchtransportern, die während der Nacht an entlegene Orte fahren und den Sortimentern die so genannten „Wannen“ vor die Tür oder sogar ins Geschäft tragen, ist weltweit einmalig.

Buchhandel

Bücher sehen in Frankreich und Deutschland jeweils spezifisch aus, aber grundsätzlich liegt zwischen zwei Deckeln ein Buchblock, und die Lettern stehen schwarz auf weiß von links nach rechts. Anders verhält es sich mit dem *grand format*, jenem Äquivalent zum deutschen Festeinband, das als recht großformatige biegsame Klappenbroschur daherkommt und am ehesten dem gebundenen Buch in Deutschland entspricht. Doch auch das Hardcover (HC) kennt der französische Buchmarkt – Klassiker- und Buchclubausgaben, Bildbände, auch Koch- und Reisebücher genügen den landläufigen Kriterien für das HC.

Gleichermaßen verhält es sich mit den Warengruppen, im Deutschen auch – für Ausländer oft missverständlich – Abteilungen genannt. Eine Abteilung muss nichts Großartiges sein; drei Bretter mögen genügen, um eine Ansammlung von Taschenbüchern „Sachbuch-Abteilung“ zu nennen. Die Mengeneinheit einer Abteilung ist der so genannte Regalmeter. Jedes Brett in einem Regal wird abgemessen und gezählt, so dass man belletristische Titel oder Kinderbücher oder welche Warengruppe auch immer relativ einfach ins Verhältnis zu anderen Abteilungen oder auch zu gleichen Artikeln in fremden Buchhandlungen setzen kann.

Die Einteilung der Bücher in Abteilungen ist in Deutschland und Frankreich gewiss jeweils spezifisch, aber auch nicht grundsätzlich verschieden. Hüben wie drüben gibt es Kriminal- und Liebesromane, Kinderbücher, Reiseführer und Anleitungen zum Kochen, Backen, Fotografieren.

Unternehmensbeteiligungen, Verflechtungen auf nationaler und internationaler Ebene, die Organisation in Verlagsgruppen und Medienkonzernen haben in Frankreich und Deutschland unterschiedliche Ausprägungen. War in Deutschland der klassische Buchhandel noch bis zur Jahrtausendwende nahezu konkurrenzlos, so gab es in Frankreich früh Medienkaufhäuser wie die *Fnac* oder *Virgin Megastore*. Vereinzelte Versuche, das Modell eines großen Kaufhauses mit einem umfassenden Angebot an Unterhaltungsmedien und -elektronik nach Deutschland zu übertragen, scheiterten, wie etwa 1995 die *Fnac* in Berlin. In Frankreich konnten sich neben den beiden Giganten *Fnac* und *Virgin* einzelne große Buchhandlungen in Privatbesitz wie *Sauramps* in Montpellier oder *Mollat* in Bordeaux am Markt behaupten. Diese großen Händler bezeichnet man in ihrer Gesamtheit als Buchhandlungen erster Ordnung. Sie erzielen den Löwenanteil des Buchumsatzes, und sind zumeist als einzige in der Lage, ihren Kunden den ihm Rahmen der Buchpreisbindung maximal erlaubten Nachlass von fünf Prozent zu gewähren.

Der erhebliche Strukturwandel auf dem deutschen Buchmarkt der letzten Jahre ist mit zwei Namen zu verbinden: *Thalia* und *Hugendubel*. Wobei es verfehlt wäre, diese beiden Unternehmen mit der *Fnac* oder *Virgin Megastore* gleichzusetzen, denn bei allen zusätzlich angebotenen Produkten bleibt doch das Buch als weitaus prominenteste Ware. *Thalia*, eine Tochter der Douglas-Holding in Hagen, verfügt mit einem Filialnetz von mehr als 200 Buchhandlungen verschiedener Größe und Ausstattung über eine erhebliche Marktmacht und wird aufgrund der einheitlichen

Corporate Identity als Marktführer wahrgenommen. Etwas anders verhält es sich mit der *DBH*, der Deutschen Buch Handels GmbH & Co. KG, die zur Hälfte der Münchner Buchhandelsunternehmung *Hugendubel* (Familienbesitz) und der Verlagsgruppe *Weltbild* in Augsburg gehört. Durch das Fehlen einer gemeinsamen Optik und durch verschiedene Geschäftsmodelle (*Hugendubel* als klassische Sortimentsbuchhandlung, *Weiland* als Buchkaufhaus und *Weltbild Plus* als Basis-sortiment) ist die *DBH* nicht so auffällig wie *Thalia*, aber in Zahlen ist die *DBH* Marktführer, nicht *Thalia*.

Wichtige Marktteilnehmer sind darüber hinaus die regionalen Ketten, mittelständische Unternehmen, die sich zumeist in Familienbesitz befinden und in Ballungszentren wie Hamburg (*Buchzentrum Heymann*, 16 Filialen) oder den Universitätsstädten Südwestdeutschlands (*Osiandersche Buchhandlung*, 18 Filialen) attraktive Buchhandlungen mit jeweils spezifischem Zuschnitt unterhalten und das kulturelle Leben vor Ort maßgeblich prägen. Die *Mayersche Buchhandlung* mit Stammhaus in Aachen und nach wie vor in Familienbesitz, hat zuletzt mit erheblichen Investitionen vor allem in Nordrhein-Westfalen ihr Netz auf über vierzig Läden erweitert und wird im Westen als dritte Kraft wahrgenommen. Zu nennen sind weiterhin in ihrer Warenauswahl spezifische Ketten wie Lehmanns Fachbuchhandlung, die in 24 Universitätsstädten akademische Sortimente unterhält, und *Zweitausendeins*. Ursprünglich ein Katalogversender für Restauflagen im linksintellektuellen Bereich, verfügt dieses Unternehmen heute in den meisten Großstädten über eigene Geschäfte. Nach einem Shop-in-Shop-System bietet *Zweitausendeins* zudem an Buchhandelsstandorten der Mittelstädte seine Ware in Auswahl an.

Die Sorgen der kleinen und sehr kleinen Einzelunternehmungen sind hüten wie drüben kaum verschieden: täglicher „Nahkampf“ gegen die Filialisten und harte Verhandlungen mit Verlagen und Barsortimenten. Ein rein französisches Phänomen hingegen sind die Supermärkte und *hypermarchés*, die, auf Stückzahlen bezogen, genauso viele Bücher verkaufen wie alle Buchhandlungen erster Ordnung zusammen. Zwar werden auch in Deutschland Bücher inzwischen nahezu überall verkauft – in Kaufhäusern, Supermärkten, an Tankstellen und am Kiosk – aber mehr als die Hälfte des Branchenumsatzes entfällt auf den traditionellen Buchhandel (52,6 %).

Berufsausbildung und Studiengänge

Anders als in Deutschland, wo nur im kaufmännischen Bereich spezifische Qualifikationen im Rahmen der dualen Ausbildung geläufig sind, die nach der Mittleren Reife erlangt werden können (Buchhändler mit den Schwerpunkten Sortiment, Antiquariat, Verlag bzw. Medien-, ehemals Verlagskaufleute), gibt es in Frankreich auch akademische Abschlüsse. Die deutsche Dauerklage nach den ungewissen Aussichten für Geisteswissenschaftler, die gern Verlagslektor würden, ohne einen vorgezeichneten Weg dafür zu kennen, ist angesichts der verschiedenen Studiengänge mit Ausrichtung *édition* in Frankreich selten zu vernehmen. Die nicht-akademischen Berufe in deutschen Buchhandlungen und Verlagen beruhen auf der dualen Ausbildung in Lehrbetrieb und Berufsschule; dem stehen in Frankreich die so genannten *formations courtes* gegenüber, die während eines zweijährigen Schulbesuchs nach dem Abitur zu berufsqualifizierenden Abschlüssen führen. Als Beispiele seien genannt:

- *BTS édition (Brevet de technicien supérieur)*, eine schulische Ausbildung zum Buchhersteller in Verlagen;
- *DUT information communication option Métier du livre et du patrimoine (Diplôme universitaire technologique)*, eine ebenfalls schulische Ausbildung, die in breiterem Rahmen in die Arbeitsabläufe von Verlagen und anderen kulturellen Institutionen einführt.

Zu hoch qualifizierten Aufgaben in Verlagen und Buchhandlungen führt als Königsweg noch immer ein geisteswissenschaftliches Studium – das mindestens eine fremdsprachige Philologie umfasst. Die langen Studienzeiten in Deutschland, aber auch die Veränderung der Arbeitswelt durch Wirtschaftskrisen und Globalisierung haben in beiden Ländern zu Forderungen nach mehr Praxisnähe geführt. An konkreter Umsetzung sind in Deutschland vorrangig die so genannten Buchwissenschaften zu nennen. Mit jeweils verschiedenen Schwerpunkten kann man sie in

- München (Vertrieb und Marketing),
- Erlangen-Nürnberg (historische Ausrichtung, juristische Fragen),

- Mainz (Buchdruck und -technik),
- Leipzig (Buchhandelsgeschichte, Typographie und Gestaltung) und
- Münster (Mediengeschichte vor dem Buchdruck)

studieren. An der Humboldt-Universität zu Berlin gibt es seit vielen Jahren das Studienfach „Bibliothekswissenschaften“, wo auch für das wissenschaftliche Publizieren relevante Fähigkeiten vermittelt werden.

Neben den deutschen Buchwissenschaften als eigenständigem Studienfach gibt es neuerdings in beiden Ländern eine Vielzahl von Masterabschlüssen namens „Medienwirtschaft“ oder „Verlagsmanagement“, häufig in Verbindung mit einer Zusatzqualifikation im Bereich der Neuen Medien.

Einrichtungen und Abkürzungen

An der nachfolgenden Auflistung wird einer der wesentlichen Unterschiede der französischen und deutschen Kulturbetriebe deutlich. Viele der für ganz Frankreich zuständigen Organisationen haben ihre deutschen Entsprechungen in Gremien der einzelnen Bundesländer. Daher steht nicht in jedem Fall eine unmittelbare Entsprechung, sondern oft der Verweis auf andere Strukturen.

- *Syndicat national de l'édition (SNE)* – www.sne.fr
Interessengemeinschaft der Verlage, der rund 500 Verlagshäuser angehören.
- *Syndicat de la librairie française (SLF)* – www.syndicat-librairie.fr
Interessengemeinschaft der Buchhändler mit fast 600 angeschlossenen Unternehmen.

Demgegenüber steht in Deutschland der Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. als spartenübergreifende Dachorganisation der Buchhändler, Verleger und Zwischenbuchhändler – www.boersenverein.de.

Unter dem Dach des Börsenvereins versammeln sich zahlreiche Einrichtungen, die in Frankreich eigenständig sind – darunter das Börsenblatt des Deutschen Buchhandels als Mitgliederzeitschrift (www.boersenblatt.net) [Frankreich: Livres Hebdo – www.livreshebdo.fr] und das Verzeichnis lieferbarer Bücher (www.vlb.de) [Frankreich: Electre SA – www.electre.com].

- *Bureau international de l'édition française (BIEF)* – www.bief.org

Internationales Büro des französischen Verlagswesens. Repräsentation im Ausland. In Deutschland keine direkte Entsprechung; die Interessenvertretung der Verlage liegt weitgehend bei der zum Börsenverein gehörenden Frankfurter Buchmesse mit ihren Büros in aller Welt – www.buchmesse.de.

- *Centre national du livre (CNL)* – www.centrenationaldulivre.fr

Öffentliche Einrichtung des Kulturministeriums, das mit einer Vielzahl von Fördergeldern in Form von Stipendien oder Druckkostenzuschüssen das Entstehen und die Produktion von für wichtig erachteten Werken fördert. Drei Viertel des Budgets sind Einnahmen aus der Steuer auf Fotokopien (*photocopillage*).

In Deutschland unterliegt die Kultur der Länderhoheit. In den einzelnen Bundesländern gibt es zum Teil einflussreiche Organisationen, Stiftungen oder wenigstens Budgets in den Kulturretats. Wirtschafts- und finanzstarke Bundesländer haben mehr zu vergeben, auf diese einfache Formel lässt es sich (leider) bringen.

- *Bibliothèque nationale de France* – www.bnf.fr

Französische Nationalbibliothek. Neben ihrer Funktion als Sammelstelle für alle in Frankreich verlegten Bücher ist die BNF auch die wichtigste wissenschaftliche Bibliothek des Landes und fördert zahlreiche Editionen und Forschungsprojekte. In Deutschland keine direkte Entsprechung. Es gibt die Deutsche Nationalbibliothek in Frankfurt am Main als Sammelstelle für die Pflichtabgaben mit ihrer Nebenstelle, der Deutschen Bücherei in Leipzig, neuerdings auch eine Berliner Filiale (für alle: www.d-nb.de). Sie sind für das Publikum zugänglich, werden aber offensichtlich nicht aktiv genutzt wie die BNF. Demgegenüber stehen die beiden großen Staatsbibliotheken in Berlin (www.staatsbibliothek-berlin.de) und München (www.bsb-muenchen.de) und die zahlreichen, häufig gut ausgestatteten Universitätsbibliotheken mit ihren Spezialsammlungen. Weiter sind zu nennen: das Deutsche Literaturarchiv in Marbach am Neckar mit seinen Sammlungen von Autorenvor- und -nachlässen (www.dla-marbach.de).

Buchmessen, Ausstellungen und Veranstaltungsreihen

Der Begriff Buchmesse wird in Deutschland schnell mit den beiden Großveranstaltungen in Frankfurt (Oktober) und Leipzig (März) gleichgesetzt. Wenn man die Frankfurter Buchmesse als den wichtigsten Handelsplatz des internationalen Lizenzgeschäfts und die Organisation Frankfurt Book Fair als Veranstalter von Bücherschauen in aller Welt vom innerdeutschen Literaturbetrieb ausnimmt, bleiben als Großereignisse die historische Leipziger Buchmesse, die heute eher mehrtägiges Bücherfest mit vielen Veranstaltungen auf dem Messegelände wie in der Stadt, denn eine Handelsmesse ist und einige Literaturfestivals in größeren Städten wie die Lit.Cologne oder neuerdings das Harbour Front Festival in Hamburg. Die zahlreichen *Salons* und *Foires*, die sich in Frankreich regen Zulaufs erfreuen, werden in Deutschland vielleicht ersetzt durch die Literaturhäuser mit ihren gut gefüllten Veranstaltungskalendern.

In Frankreich lässt sich beobachten, dass überall dort, wo Veranstaltungen in Zusammenhang mit Büchern organisiert werden – und sei es einfach eine Reihe von Autorenlesungen –, auch Verlage ihre Stände aufbauen.

Zu nennen wären:

- *Salon du Livre de Paris*. Immer im März in Paris, oft zeitgleich mit der Leipziger Buchmesse. Trotz Gastland und ausländischer Teilnehmer eher innerfranzösische Bücherschau, aber wirklich mit nationaler Reichweite und Wahrnehmung.
- *Foire du Livre de Brives-la-Gaillarde*. Anfang November, von ähnlicher Bedeutung wie der Salon du Livre, wenn auch kleiner.
- *Salon du Livre et de la Presse Jeunesse de Seine-Saint-Denis*, auch: *Salon de Montreuil*. Findet im November statt und ist die wichtigste Publikumsmesse Europas in Sachen Kinder- und Jugendliteratur.
- *Étonnants voyageurs*. Jedes Jahr im Mai in Saint-Malo; Schwerpunkt Reiseliteratur.
- *Festival international de la Bande dessinée d'Angoulême*. Immer im Januar; Schwerpunkt Comic.

Preise und Auszeichnungen

Der französische Buchmarkt ist ohne die Literaturpreise kaum denkbar. Literaturpreise gibt es für nahezu jedes Genre, und dieser Varietät von Auszeichnungen entspricht eine Vielzahl von Stiftern und Jurys. Literaturpreise können von Komitees und Fachgremien verliehen werden, von Unternehmen und von staatlichen Einrichtungen, aber durchaus auch von den Lesern selbst. Innerhalb dieser enormen Bandbreite stechen einige besonders prestigeträchtige Auszeichnungen hervor, denen man nachsagt, dass ihre Bedeutung mitunter die eigentliche literarische Qualität des ausgezeichneten Werkes deutlich übersteigt. Über die Grenzen Frankreichs hinaus bekannt ist etwa der Anfang November als erster der „großen“ Preise verliehene *prix Goncourt*. Ein *Goncourt*, der zwar nur mit einem symbolischen Preisgeld von zehn Euro dotiert ist, verspricht Verkaufszahlen von durchschnittlich 230 000 Exemplaren.

Einige wichtige Preise:

- *Prix Goncourt*: Seit 1903 von den Mitgliedern einer Akademie gleichen Namens für einen Roman in französischer Sprache verliehen.
- *Prix Fémina*: 1904 gegründet und von einem ausschließlich mit Frauen besetzten Gremium für einen französischsprachigen Roman oder eine entsprechende Dichtung vergeben.
- *Prix Interallié*: Würdigt seit 1930 den besten von einem Journalisten geschriebenen Roman.
- *Prix Théophraste-Renaudot*: Seit 1926 für eine herausragende Neuerscheinung in französischer Sprache verliehen.
- *Prix Médicis*: 1958 ins Leben gerufen, wichtigste Auszeichnung für talentierte Autoren und Nachwuchshoffnungen.

In Deutschland sind Literaturpreise demgegenüber wenig einflussreich. Innerhalb der hermetischen Milieus von Literaturkritik und Universität haben sie sehr wohl einen Stellenwert, und die Preisgelder sind im Gegensatz zu Frankreich mitunter großzügig fünfstellig. Genannt seien hier der Kleist- und der Ingeborg-Bachmann-

Preis. Zeitweilig machen Literatursendungen im Fernsehen – wie das legendäre „Literarische Quartett“ mit Marcel Reich-Ranicki oder zuletzt „Lesen!“ von Elke Heidenreich – Literatur zu Bestsellern, regional auch Buchempfehlungen über das Radio. Neuerdings gibt es mit dem „Deutschen Buchpreis“ und dem „Corine“ zwei medial stark wahrgenommene Auszeichnungen, die den Sieger tatsächlich auf die Bestsellerlisten katapultieren.

Eine außerordentlich wichtige Auszeichnung ist der seit 1949 alljährlich am Messesonntag in der Frankfurter Paulskirche vom Vorsteher des Börsenvereins verliehene „Friedenspreis des Deutschen Buchhandels“. Weniger eine literarische, denn eine gesellschaftliche Auszeichnung, rückt er ein herausragendes politisches oder humanitäres Engagement und außergewöhnliche Zivilcourage in den Blickpunkt der Öffentlichkeit.

In Frankreich eher unvertraut ist das Konzept des „Stadtschreibers“, eines für Wochen oder Monate in eine schöne Landschaft, eine komfortable Wohnung eingeladenen Autors, der dort – durch ein Stipendium auch pekuniär sorglos – ein wichtiges Werk verfassen oder vollenden kann und als Gegenleistung etwa Auftritte in der zumeist ländlich abgeschiedenen Region absolviert oder vor Schülern und Studenten spricht.

Einige kulturelle Besonderheiten ...

Francophonie und Deutsch als europäische Kultursprache

Unter frankophoner Literatur versteht man die Werke von Autoren, die in französischer Sprache schreiben und publizieren, aber keine Franzosen sind. Mit der romanischen Schweiz und Belgien verhält es sich im Grunde ähnlich wie mit Österreich und der Ostschweiz, wo selbstverständlich Deutsch gesprochen und geschrieben wird und ein gemeinsamer Buchmarkt besteht. Die eigentliche frankophone Literatur steht vielmehr in Zusammenhang mit zwei historischen Phänomenen: der Emigration im 18. Jahrhundert insbesondere nach Nordamerika (Quebec) und der Kolonialisierung von Afrika im 19. Jahrhundert. Autoren dieser beiden Sprachräume, insbesondere der nord- und zentralafrikanischen Staaten, die erst nach dem Zweiten Weltkrieg unabhängig wurden, sind Teil des französischen Literaturbetriebs. Als individuelle Autoren sind sie dies lange, ihre spezifischen The-

men und auch sprachlichen Ausprägungen und Dialekte werden erst in jüngeren Jahren wahr und ernst genommen.

Französische Verlage verfügen durch die globale Verbreitung der französischen Sprache auch an Orten mit kaum vorhandener Infrastruktur über große Absatzmärkte weit in die Welt hinaus. Exporte, neuerdings verstärkt via Internet, machen einen erheblichen Teil der Verlagsumsätze aus. Rund ein Viertel aller in Frankreich verlegten Bücher wird außerhalb des Hexagons verkauft, ein seit Jahren stabiler Wert.

Von einer Reichweite der deutschen Sprache über die Staatsgrenzen von Deutschland, Österreich und der Schweiz hinaus kann heute kaum mehr die Rede sein, und durch die späte und wenig erfolgreiche Kolonialisierung gelangte das Deutsche auch nicht wesentlich über Europa hinaus. Sehr wohl war es aber die Kultursprache des Ostens, und dies über Jahrhunderte. Mit den beiden historischen Katastrophen des Völkermords an den europäischen Juden und der Vertreibungen nach 1945 haben sich ganze Räume der deutschen Sprache verschlossen. Das dem Deutschen eng verwandte Jiddisch in der Kombination mit Deutsch als Amts- und Handelssprache ebenso wie Deutsch als Literatursprache verschiedener Bevölkerungsgruppen der österreichisch-ungarischen Doppelmonarchie sind faktisch untergegangen. Aber Franz Kafka aus Prag wird heute selbstverständlich in den Pantheon der deutschen Hochliteratur aufgenommen, und das ausgelöschte Lemberg der vielen Ethnien und Nationalitäten zählt zu den meist besuchten Erinnerungsorten deutscher Leser.

Wenn französische Verlage Bücher in alle Welt liefern, dann lässt sich umgekehrt feststellen, dass Vieles, was zum Schönsten (auch: Verkäuflichsten) der deutschen Literatur zählt, an Orten entstanden ist, wo heute kein Deutsch mehr gesprochen wird, geschweige denn, dass dort Bundesbürger lebten.

La rentrée littéraire

Ein auf dem deutschen Buchmarkt unbekanntes Phänomen ist die sogenannte *rentrée littéraire*. Etwa zeitgleich mit der *rentrée scolaire*, dem Schulanfang nach den Sommerferien, Anfang September beginnt die Auslieferung der Herbstnovitäten, der mit 600 bis 700 Neuerscheinungen zwischen August und November schon rein quantitativ eine wesentlich größere Bedeutung zukommt als den im Titelvolu-

men vergleichbar starken Frühjahrs- und Herbstkatalogen der deutschsprachigen Verlage. Beginnend mit dem Auftauchen der Bücher in den Geschäften erstreckt sich die *rentrée littéraire* als Hochzeit der medialen Aufmerksamkeit bis in den November. Den Schlusspunkt markiert die Verleihung der wichtigen Literaturpreise binnen weniger Tage zu Beginn des Monats November. Hier werden die Bestseller für das Weihnachtsgeschäft gemacht; ein in dieser Deutlichkeit in Deutschland nicht zu beobachtendes Phänomen. Während die *rentrée littéraire* sich vor allem an der Literaturkritik der großen Feuilletons und den Urteilen bedeutender Intellektueller orientiert, setzt auf dem deutschen Buchmarkt die Frankfurter Buchmesse Anfang Oktober den Akzent. Die Literaturbeilagen der großen Tageszeitungen sind von nicht zu unterschätzender Bedeutung, aber sie werden nicht in gleicher Weise aufgenommen wie in Frankreich.

Autorenlesungen und Signierstunden: Zwei Möglichkeiten der Begegnung von Autoren und ihren Lesern

Autorenlesungen genießen in Deutschland einen hohen Stellenwert. Zumeist auf Einladung des Buchhändlers kommt ein Autor auch von weither in eine Stadt und liest vor Publikum aus seinen Werken. Gerade eingeführte Autoren gehen auf regelrechte Lesereisen, während derer sie an zwanzig oder mehr Orten ein Buch vorstellen. Im Anschluss an die Veranstaltung – häufig außerhalb der Öffnungszeiten in der Buchhandlung selbst, alternativ in Stadtbibliotheken oder Theatern abgehalten – haben die Gäste Gelegenheit zu Rückfragen und zur Diskussion. Insbesondere außerhalb der Ballungszentren zählen Autorenlesungen zum Kernbestand öffentlichen Lebens. Räumlich verstetigt sind diese Veranstaltungen in den Literaturhäusern der Großstädte, wo nahezu jede Woche Lesungen stattfinden und darüber hinaus Räumlichkeiten für alle Art von literarischen Aktivitäten zur Verfügung stehen. Die wichtigsten, auch untereinander kooptierten Literaturhäuser sind Hamburg, Frankfurt, Stuttgart, München und Berlin. In Berlin gibt es außerdem das Literarische Colloquium, das neben Veranstaltungsräumen auch über Zimmer für längere Aufenthalte von Autoren und Übersetzern („Writers in Residence“) verfügt.

Signierstunden, wie sie in Frankreich gebräuchlich sind, kennt man in Deutschland kaum. Zwar lassen sich Gäste einer Lesung Bücher gern signieren, und an den Publikumstagen der Buchmessen stehen Leser um Autogramme ihrer Lieblingsautoren an, aber als Event in Buchhandlungen ist die Signierstunde unüblich.

Veranstaltungen in Theatern, wie sie in Paris für besonders prominente Autoren/Intellektuelle organisiert werden, sind in Deutschland auch nicht die Regel. Mitunter werden Theater als Veranstaltungsort genutzt, wenn etwa der Zulauf die räumlichen Kapazitäten einer Buchhandlung oder Bücherei sprengt oder wenn es sich um einen besonders festlichen Anlass handelt, aber über die jeweilige Stadt hinaus wird so etwas öffentlich kaum wahrgenommen.

Hörbücher

Im Bereich des Hörbuchs macht Frankreich, einmal mehr, eine *exception culturelle*. Der durchschlagende Erfolg von Literatur zum Hören auf dem deutschen Buchmarkt steht nicht allein, sondern ist in anderen europäischen Ländern und auch in Nordamerika in ähnlicher Proportion zu beobachten. Nur Frankreich hinkt hinterher – und deutlich. Zwar bemühen sich französische Verlage, vom internationalen Erfolg und den sich stetig erweiternden technischen Möglichkeiten (MP3, Smartphones) angespornt, um eine Durchsetzung dieses Produktes am Markt, aber letzten Endes bleiben die Erfolge mehr als bescheiden.

Während Hörspiele als szenische Inszenierungen von Literatur mit verteilten Stimmen und Hintergrundgeräuschen aus dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland lange bekannt sind und eigentlich auch, sobald dies technisch möglich wurde, als Audio-Kassette im Buchhandel verfügbar waren, kam der eigentliche Erfolg mit dem Hörbuch. In Hörbüchern wird vorgelesen: Der Buchtext, meist Belletristik, seltener im Bereich des erzählenden Sachbuchs, wird von einer aus Film oder Fernsehen bekannten Stimme, häufig eines beliebten Synchronsprechers vorgelesen. Der Umsatz mit Literatur zum Hören ist in den letzten Jahren exponentiell angestiegen; rund zehn Prozent des gesamten Buchumsatz erzielen inzwischen Hörbücher und -spiele sowohl für Kinder als auch für Erwachsene.

Comics

Anders als in Frankreich, wo die *bande dessinée (BD)* ganz selbstverständlich eine Buchgattung ist und, darüber hinaus, sogar als *neuvième art*, also neunte Kunst verstanden wird, haben Comics im Deutschen nicht einmal eine muttersprachliche Bezeichnung. *Comic strip*, komischer Streifen, so hießen gezeichnete Geschichten in amerikanischen Tageszeitungen, die Ende des 19. Jahrhunderts auch nach Deutschland kamen. Anders als die *BD* in Frankreich, ist der deutsche Comic nie aus den Kinderschuhen eines Imports mit eher schlechtem Leumund

herausgewachsen. Federführend bei den Comics waren und sind stets die Figuren von Walt Disney. Gleiches gilt für die Peanuts von Charles M. Schulz, aber auch für Lucky Luke und Garfield. Einen besseren Ruf und in Sammlerkreisen auch Kultstatus genießen Comics mit einem historischen Hintergrund, wie der, wiederum aus den USA importierte, Prinz Eisenherz oder aus Belgien „Tintin“ – in Deutschland aber als „Tim und Struppi“ geläufig. Unter den Bildungsbürgern mitunter augenzwinkernd, aber doch respektvoll goutiert: Asterix und Obelix, zwei Gallier gegen die Übermacht der römischen Besatzer. Ein Varus-Comic ist (leider) nicht bekannt. Einzige nennenswerte Ausnahme sind die „Dagedags“ von Hannes Hegen, die in der DDR zwischen 1955 und 1975 erhebliche Auflagenhöhen erreichten.

Unter dem Namen „Graphic Novel“ erreicht neuerdings eine Gattung den deutschen Buchmarkt, die eigentlich Art Spiegelman vor über zwanzig Jahren mit einem deutschen Thema begründet hat: „Maus. Mein Vater kotzt Geschichte aus“ erzählt in Comic-Form die Geschichte seiner jüdischen Eltern in den Vernichtungslagern der Nationalsozialisten. In den USA zuerst veröffentlicht, war die Resonanz in (West-)Deutschland erheblich, doch sollte es lange dauern, bis mit „Persepolis“ wiederum eine beklemmende Autobiographie vermittels des Bildes mit Sprache schlecht Sagbares vermitteln würde; hier die Revolution in Persien/Iran Ende der Siebziger Jahre. Die Graphic Novels werden in Deutschland inzwischen vermehrt wahrgenommen, erreichen aber nach wie vor keine hohen Verkaufszahlen. Anders verhält es sich mit den Mangas, die eine wichtige, wenn auch nicht besonders gern gesehene Abteilung im Kinder- und Jugendbuchbereich sind. Neben der unterschiedlichen kulturellen Wahrnehmung mögen auch die deutschen Vertriebskanäle ein Übriges tun. In Deutschland werden Comics eher im Zeitschriftenhandel und an Bahnhöfen verkauft. Auch in den Sortimentsbuchhandlungen ist der Lieferant von Comics eher der regionale Grossist für Tageszeitungen als ein überregionales Barsortiment.

Dagegen Frankreich: Mit Kultfiguren wie Asterix, Tintin oder Gaston Lagaffe über Jahrzehnte gewachsen und am Markt einführt, wurde die *BD* im Zuge des gesellschaftlichen Aufbruchs der Sechziger, von 1968 selbst und der Jugendkultur noch einmal befördert. Ganz gleich, ob für ein erwachsenes Publikum oder für Kinder gezeichnet, *BDs* stehen auf den vorderen Plätzen der französischen Bestsellerlisten. 2007 belief sich ihr Anteil am gesamten Buchumsatz auf 6,5 Prozent, in absoluten Zahlen: 33 600 000 verkaufte Comic-Alben.

Das DFJW und seine Partner als Kulturvermittler

Trotz vielfältiger Unterschiede in den beruflichen Strukturen und im literarischen Leben beider Länder, finden sich auch zahlreiche Gemeinsamkeiten, und das Buchwesen in Deutschland und in Frankreich beeinflusst sich gegenseitig. Zu allen Zeiten gab es Vermittler, die das kulturelle Leben des Nachbarn im jeweils anderen Land bekannt gemacht haben. Verleger, Übersetzer, Buchhändler ... ihre Arbeit, ihre Neugier und ihre oft genaue Kenntnis beider kulturellen Welten ermöglichen uns, unseren Nachbarn besser kennen zu lernen.

Seit 1989 leisten das Deutsch-Französische Jugendwerk (DFJW), die Frankfurter Buchmesse und das *Bureau International de l'Édition française (BIEF)* ihren Beitrag zur Ausbildung der künftigen Vermittler, indem sie jungen Menschen in der Buchbranche ermöglichen, den beruflichen Alltag des anderen Landes zu erfahren. Das deutsch-französische Austauschprogramm für junge Buchhändler und Verleger hat bis zum heutigen Tag 400 jungen Deutschen und Franzosen die Gelegenheit zu einem beruflichen Aufenthalt im anderen Land gegeben sowie im Verlauf verschiedener Seminare das Bewusstsein für Unterschiede und Gemeinsamkeiten in dieser Berufsbranche geschärft. Nicht selten bleiben ehemalige Praktikanten im regen Kontakt mit dem Betrieb, in dem sie aufgenommen worden sind, oder werden sogar in ein Arbeitsverhältnis übernommen. Unabhängig davon wie sich ihre Berufswege weiterentwickeln, sind sie an Erfahrungen reicher, die sie zu wachen Vermittlern zwischen diesen beiden kulturellen Kreisen werden lässt. Das Georges-Arthur-Goldschmidt-Programm unterstützt seit 2000 wesentlich die Ausbildung junger literarischer Übersetzer. Im Rahmen dieses Programms können sie mit einer finanziellen Unterstützung des DFJW ihre erste Übersetzungsarbeit anfertigen, und manche können sie sogar herausgeben.

Buchwesen / Métiers du livre

Deutsch – Französisch

Allemand – Français

Abbildung <i>f</i>	illustration <i>f</i> , figure <i>f</i>
Abbildungsverzeichnis <i>n</i>	table <i>f</i> des illustrations
Abdruck <i>m</i>	reproduction <i>f</i> [<i>copie</i>]
Abdruckrechte <i>npl</i>	droits <i>mpl</i> de reproduction
Abenteuerroman <i>m</i>	roman <i>m</i> d'aventure(s)
Abgabe <i>f</i> eines Manuskripts	remise <i>f</i> d'un manuscrit
Abhofach <i>n</i>	casier <i>m</i>
Abkürzungsverzeichnis <i>n</i>	liste <i>f</i> des abréviations
Ablehnung <i>f</i> eines Manuskripts	refus <i>m</i> d'un manuscrit
Absatz <i>m</i>	
1. [Typographie]	paragraphe <i>m</i>
2. [Vertrieb]	ventes <i>fpl</i>
Absatzhonorar <i>n</i>	royalties <i>fpl</i>
Abteilung <i>f</i>	
1. [Verlag]	service <i>m</i> , département <i>m</i>
2. [Buchhandel]	rayon <i>m</i> , département
Abriss <i>m</i>	synopsis <i>m</i>
Adressenverzeichnis <i>n</i>	liste <i>f</i> d'adresses
allgemeine Geschäftsbedingungen	conditions <i>fpl</i> (générales) de vente,
<i>fpl</i> oder AGB <i>fpl</i>	CGDV <i>fpl</i>
Änderung <i>f</i>	modification <i>f</i>
Änderungen vorbehalten	sous réserve de modifications
Andruck <i>m</i> siehe <i>Probedruck</i>	cromalin <i>m</i>
andrukken	produire le cromalin
Angebot <i>n</i>	
1. [Verkauf]	offre <i>f</i>
2. [Kostenvoranschlag]	devis <i>m</i>
ein Angebot einholen	demander un devis
Anhang <i>m</i>	annexe <i>f</i>
ankündigen	annoncer
Anmerkung <i>f</i>	note <i>f</i> , remarque <i>f</i>
Anschläge <i>mpl</i> ⇨	signes <i>mpl</i>
zur Ansicht <i>f</i> bestellen	<i>commander pour consultation</i>
Ansichtsexemplar <i>n</i>	exemplaire <i>m</i> de consultation
Antiquar <i>m</i>	libraire <i>m</i> de livres d'occasion

Antiquariat *n*

Modernes **Antiquariat** *n* oder **MA** *n*

1. [Buchhandlung]

2. [Bücher]

eine **Anzeige** *f* schalten

Arbeitsbuch *n*

Arbeitstitel *m* oder **AT** *m*

Aufführungsrechte *npl*

Auflage *f* oder **Auflagenhöhe** *f*

Auflagenkalkulation *f*

Auflösung *f* [Bild]

aufrecht

Aufsteller *m*

Auftrag *m*

einen Auftrag erteilen

Ausdruck *m* [Papier]

Auktion *f*

Ausgabe *f*

aktualisierte Ausgabe

broschierte Ausgabe

erweiterte / ergänzte Ausgabe

gebundene Ausgabe

gekürzte Ausgabe

illustrierte Ausgabe

kartonierete Ausgabe

nummerierte Ausgabe

preiswerte Ausgabe

zweisprachige Ausgabe

Auslageflächen *fpl* siehe *Präsentationsflächen*

Auslagetisch *m*

einen Auslagetisch gestalten

librairie *f* spécialisée en livres anciens

librairie *f* de livres soldés, soldeur
m [lieu]

livres soldés

acheter une insertion *f* publicitaire

cahier *m* d'exercices

titre *m* provisoire, TP *m*

droits *mpl* de représentation

tirage *m*

tirage prévisionnel

résolution *f*, définition *f* [image]

droit

présentoir *m*

commande *f* [service]

passer une commande

sortie *f* papier

enchères *fpl*

édition *f*

édition mise à jour

édition brochée

édition augmentée

édition reliée

édition abrégée

édition illustrée

édition cartonnée

édition numérotée

édition bon marché

édition bilingue

linéaire *m*

table *f* de présentation

faire une table de présentation

Auslieferung *f* ➔

1. [Unternehmen]

2. [Vorgang] siehe Lieferung

Auslieferungstermin *m*

auspacken

auspreisen siehe auszeichnen 2.

Ausrichtung *f* siehe Satzart

Außendienstmitarbeiter *mpl*

Außensteg *m*

Ausstattung *f* [eines Buches]

hochwertige Ausstattung

auszählen**auszeichnen**

1. [mit einem Literaturpreis]

2. siehe auspreisen

Auszubildender *m* siehe Azubi

Auszug *m*

Autor *m* siehe Verfasser

Autorenexemplar *n*

Autorenhonorar *n*

Autorenlesung *f* ➔

Autorenrabatt *m*

Autorenverlag *m*

Autorenvertrag *m*

Autorkorrektur *f*

Azubi *m* siehe Auszubildender

entreprise de stockage et de livraison pour une maison d'édition

livraison *f*

date *f* de livraison

déballer

étiqueter

justification *f* [mise en forme]

force *f* de vente, VRP *mpl*

grand fond *m*

finition *f* [d'un ouvrage]

édition de luxe

calibrer

récompenser par un prix littéraire

étiqueter

personne en formation professionnelle en alternance

extrait *m*

auteur *m*

exemplaire *m* d'auteur

rémunération *f* de l'auteur

lecture publique par l'auteur

remise faite à l'auteur

maison d'édition gérée par des auteurs

contrat *m* d'auteur

corrections *fpl* d'auteur

personne en formation professionnelle en alternance

Backlist <i>f</i>	fonds <i>m</i> (d'une maison d'édition)
Bahnhofsbuchhandlung <i>f</i>	librairie <i>f</i> de gare
Band <i>m</i>	tome <i>m</i> , volume <i>m</i>
Banderole <i>f</i> <i>↗</i> siehe <i>Bauchbinde</i>	bandeau <i>m</i> , bande <i>f</i>
Barcode <i>m</i> siehe <i>Strichcode</i>	code-barres <i>m</i>
Bargeschäft <i>n</i>	paiement <i>m</i> au comptant
Barsortiment <i>n</i> 	<i>grossiste qui distribue les ouvrages de différentes maisons d'édition</i>
Bauchbinde <i>f</i> siehe <i>Banderole</i>	bandeau <i>m</i> , bande <i>f</i>
Bearbeitung <i>f</i>	révision <i>f</i>
Beilage <i>f</i>	encart <i>m</i>
Beitrag <i>m</i> (zu einem Werk)	contribution <i>f</i> (à un ouvrage)
Belegexemplar <i>n</i>	exemplaire <i>m</i> justificatif
Belletristik <i>f</i>	littérature <i>f</i> générale
berechnen	facturer
beschädigt	abîmé
beschnitten	rogné
Besprechungsexemplar <i>n</i> siehe <i>Presse-, Rezensionsexemplar</i>	service <i>m</i> de presse, SP <i>m</i> [<i>livre</i>]
bestellen	commander
Bestellannahme <i>f</i>	enregistrement <i>m</i> des commandes
Bestellauftrag <i>m</i>	fiche <i>f</i> de suivi de commande
Bestellbuch <i>n</i> [<i>Abteilung</i>]	<i>service de gestion des commandes</i>
Bestellnummer <i>f</i>	numéro <i>m</i> de commande
Bestellschein <i>m</i>	bon <i>m</i> de commande
Bestellung <i>f</i>	commande <i>f</i> [<i>produit</i>]
eine Bestellung aufgeben	passer une commande
Bestellung mit RR (Rückgaberecht)	commande avec FR (faculté de retour)
Bestsellerliste <i>f</i>	liste <i>f</i> des meilleures ventes
bibliographische Angaben <i>fp/l</i>	références <i>fp/l</i> bibliographiques
Bildausschnitt <i>m</i>	détail <i>m</i> iconographique
Bildband <i>m</i>	beau livre <i>m</i>
Bildbearbeitung <i>f</i>	traitement <i>m</i> de l'image

Bilderbuch <i>n</i>	album <i>m</i> pour enfants, livre <i>m</i> d'images
Bildlegende <i>f</i> siehe <i>Bildunterschrift</i>	légende <i>f</i> d'une illustration
Bildnachweis <i>m</i>	source <i>f</i> / crédit <i>m</i> iconographique
Bildrechte <i>npl</i>	droits <i>mpl</i> iconographiques
Bildredakteur <i>m</i>	iconographe <i>m</i>
Bildungsroman <i>m</i>	<i>roman d'éducation</i>
Bildunterschrift <i>f</i> siehe <i>Bildlegende</i>	légende <i>f</i> d'une illustration
Bindung <i>f</i>	reliure <i>f</i>
Blatt <i>n</i>	feuille <i>f</i> de papier
Blindband <i>m</i> siehe <i>Dummy</i>	maquette <i>f</i> en blanc
Blindenschrift <i>f</i>	braille <i>m</i>
Blindtext <i>m</i>	faux texte <i>m</i>
BLK <i>f</i> siehe <i>Buchlaufkarte</i>	<i>en librairie, fiche signalétique insérée dans un livre indiquant l'état du stock</i>
Text im Blocksatz <i>m</i>	texte <i>m</i> justifié
Bogen <i>m</i> siehe <i>Druckbogen</i>	feuille <i>f</i> (d'impression)
Bogenformat <i>n</i>	format <i>m</i> de feuille
Bogenoffsetdruck <i>m</i>	impression <i>f</i> offset feuilles
Bogensignatur <i>f</i>	numéro <i>m</i> de cahier
Break-even <i>m</i> siehe <i>Rentabilitätsschwelle</i>	seuil <i>m</i> de rentabilité, point <i>m</i> mort
Briefroman <i>m</i>	roman <i>m</i> épistolaire
broschiert	broché
Broschur <i>f</i>	
1. [<i>Buch</i>]	livre <i>m</i> broché
2. [<i>Ausstattung</i>]	brochage <i>m</i>
Brotschrift <i>f</i>	<i>corps typographiques usuels</i>

Buch *n*Buchbesprechung *f siehe Rezension*Buchbestand *m*Buchbinder *m*Buchbinderei *f*Buchblock *m*Buchbranche *f*Buchclub *m*Buchclubausgabe *f*Buchgewerbe *n*Buchhandlung *f*Buchlaufkarte *f siehe BLK*Buchmarkt *m*Buchmesse *f* →Buchpreisbindung *f siehe Preisbindung*Buchrücken *m*gebundenes Buch *siehe Hardcover***Buchgroßhandel** *m siehe**Zwischenbuchhandel***Buchhandel** *m* →

herstellender Buchhandel

im Buchhandel erhältlich

verbreitender Buchhandel

Buchhandelskette *f***Buchhändler** *m*Buchhändlerabbatt *m*

unabhängiger Buchhändler

Buchmesse *f***Buchstabe** *m***Buchstraße** *f***Bücherbus** *m***Bücherei** *f*livre *m*critique *f* d'un livrestock *m* (de livres)relieur *m*atelier *m* de reliurecorps *m* de l'ouvragesecteur *m* du livreclub *m* de livresédition *f* clubindustrie *f* du livrelibrairie *f**en librairie, fiche signalétique insérée dans un livre indiquant l'état du stock*marché *m* du livresalon *m* / foire *f* du livreprix *m* unique du livredos *m* du livrelivre *m* relié*secteur des diffuseurs et distributeurs*économie *f* du livreensemble *m* des maisons d'éditionen vente en librairie *f*librairies *fp*chaîne *f* de librairieslibraire *m*remise *f* du libraire

libraire indépendant

salon *m*, foire *f* du livrelettre *f* (de l'alphabet)chaîne *f* de production du livrebibliobus *m*bibliothèque *f*

B

Büchergutschein <i>m</i>	<i>bon d'achat de livres</i>
Bücherkiste <i>f</i>	<i>sélection thématique de titres par le libraire pour un client, généralement institutionnel</i>
Bücherlaus <i>f</i>	<i>puce f de papier</i>
Büchersendung <i>f</i>	<i>envoi de livres à tarif préférentiel</i>
Büchertisch <i>m</i>	<i>stand du libraire</i>
Bücherverzeichnis <i>n</i>	<i>catalogue m</i>
Bücherwanne <i>f</i>	<i>bac de livraison en plastique</i>
Bücherwurm <i>m siehe Leseratte</i>	<i>lecteur passionné</i>
Bühnenfassung <i>f</i>	<i>adaptation f théâtrale</i>
Bundsteg <i>m</i>	<i>petit fond m</i>

C

Cheflektor <i>m</i>	<i>responsable m éditorial, directeur m littéraire</i>
Comic <i>m ↗</i>	<i>bande f dessinée, BD f</i>
Cover <i>n</i>	<i>première f de couverture</i>

Danksagung <i>f</i>	remerciements <i>mpl</i>
Debütroman <i>m</i>	premier roman <i>m</i>
Deckungsauflage <i>f</i>	<i>tirage minimum permettant d'amortir les coûts</i>
Deckungsbeitrag <i>m</i>	marge <i>f</i> brute
Desktop-Publishing <i>n</i> <i>siehe DTP</i>	publication <i>f</i> assistée par ordinateur, PAO <i>f</i>
deutschsprachig	
1. [Text]	en langue <i>f</i> allemande
2. [Person]	de langue allemande
Dichter <i>m</i>	poète <i>m</i>
Dicke <i>f</i>	chasse <i>f</i> [typographie]
Diebstahlschutz <i>m</i>	protection <i>f</i> anti-vol
Digitaldruck <i>m</i>	impression <i>f</i> numérique
Digitalisierung <i>f</i>	numérisation <i>f</i>
Direktbestellung <i>f</i>	<i>commande du libraire auprès de l'éditeur</i>
Display <i>n</i>	PLV <i>f</i> , publicité <i>f</i> sur le lieu de vente
Disposition <i>f</i>	<i>inventaire journalier</i>
dreifarbig	trichrome
Druck <i>m</i>	impression <i>f</i>
Druckauftrag <i>m</i>	commande <i>f</i> d'impression
Druckbogen <i>m</i> <i>siehe Bogen</i>	feuille <i>f</i> d'impression
Druckfahnen <i>fpl</i> <i>siehe Fahnen, Korrekturabzug</i>	épreuves <i>fpl</i>
Druckfarbe <i>f</i>	couleur <i>f</i> d'impression
Druckfehler <i>m</i>	erreur <i>f</i> d'impression
Druckfehlerteufel <i>m</i>	<i>mauvais génie auquel on attribue les coquilles</i>
Druckfehlerverzeichnis <i>n</i>	errata <i>mpl</i>
druckfertig <i>siehe imprimatur</i>	bon à tirer
Druckfreigabe <i>f</i> <i>siehe Imprimatur</i>	BAT <i>m</i> , bon-à-tirer <i>m</i>
Druckkosten <i>pl</i>	coûts <i>mpl</i> d'impression
Druckplatte <i>f</i>	plaque <i>f</i> d'imprimerie
druckreif	abouti [manuscrit]
Druckvorstufe <i>f</i>	prépresse <i>f</i>

D

Drucker *m* [Person]

Druckerei *f*

DTP *n* siehe *Desktop-Publishing*

Dummy *m* siehe *Blindband*

Dünndruckpapier *n*

Durchschuss *m*

imprimeur *m*

imprimerie *f*

PAO *f*, publication *f* assistée par
ordinateur

maquette *f* en blanc

papier *m* bible

interlignage *m*

E-Book <i>n</i>	livre <i>m</i> électronique
Einband <i>m</i>	<i>couverture d'un livre relié</i>
einfarbig	monochrome
Einleitung <i>f</i>	introduction <i>f</i>
Bücher ins Regal <i>n</i> einräumen	ranger des livres en rayon <i>m</i>
ingeschweißt	mis sous film <i>m</i> rétractable
einstampfen <i>siehe makulieren</i>	mettre au pilon <i>m</i>
einstweilige Verfügung <i>f</i>	ordonnance <i>f</i> de référé
Einverkauf <i>m</i>	mise <i>f</i> en place
Einzeltitlebestellung <i>f</i>	commande <i>f</i> au titre
Einzug <i>m</i>	
1. [<i>der ersten Zeile</i>]	alinéa <i>m</i>
2. [<i>eines Absatzes</i>]	retrait <i>m</i> (de paragraphe)
3. [<i>allgemein</i>]	renforcement <i>m</i>
ein Buch <i>n</i> empfehlen	recommander un livre <i>m</i>
Endnote <i>f</i>	
1. [<i>am Ende des Kapitels</i>]	note <i>f</i> de fin de chapitre
2. [<i>am Ende des Buches</i>]	note de fin de volume
Entwicklungsroman <i>m</i>	roman <i>m</i> d'initiation
Epiker <i>m</i>	poète <i>m</i> épique
Epos <i>n</i>	épopée <i>f</i>
Erfolgsautor <i>m</i>	auteur <i>m</i> à succès / de best-seller
Erfolgsroman <i>m</i>	roman <i>m</i> à succès
erscheinen	paraître
erschieden bei	paru chez
Erscheinungsjahr <i>n</i>	année <i>f</i> de parution
Erscheinungsort <i>m</i>	lieu <i>m</i> de parution
Erscheinungstermin <i>m</i>	date <i>f</i> de parution
Erstausgabe <i>f</i>	première édition <i>f</i>
Erstleser <i>m</i> →	<i>lecteur enfant débutant</i>
Erstlingswerk <i>n</i>	premier livre <i>m</i>
Erstverkaufstag <i>m</i>	date <i>f</i> de mise en vente
Erzähler <i>m</i>	narrateur <i>m</i>
Ich-Erzähler	<i>narrateur à la première personne</i>
Erzählung <i>f</i>	récit <i>m</i>

E

Eselsohr *n*

*page cornée, pour servir de
marque-page*

Exklusivrecht *n*

*droit *m* exclusif*

Fachbuch <i>n</i>	ouvrage <i>m</i> spécialisé
Fachbuchhandlung <i>f</i>	librairie <i>f</i> spécialisée
Fachverlag <i>m</i>	maison <i>f</i> d'édition spécialisée
Fadenheftung <i>f</i>	broché <i>m</i> cousu
Fahnen <i>fpl</i> <i>siehe Druckfahnen,</i> <i>Korrekturabzug</i>	épreuves <i>fpl</i>
Fahnensatz <i>m</i>	jeu <i>m</i> d'épreuves
die Fahnen ausdrucken	tirer les épreuves, sortir un jeu d'épreuves
Faltblatt <i>n</i>	dépliant <i>m</i>
Falz <i>f</i>	pli <i>m</i>
Farbdruck <i>m</i>	impression <i>f</i> couleur
Farbfächer <i>m</i>	nuancier <i>m</i>
Festbezug <i>m</i>	commande <i>f</i> ferme
fester Freier <i>m</i>	<i>vacataire régulier</i>
Festhonorar <i>n</i> <i>siehe Pauschalhonorar</i>	rémunération <i>f</i> forfaitaire
Festschrift <i>f</i>	<i>publication en hommage</i>
fett	gras
Feuilleton <i>n</i> <i>↗</i>	<i>rubrique culturelle d'un journal</i>
Film- und Fernsehrechte <i>npl</i>	droits <i>mpl</i> audiovisuels
Fließtext <i>m</i>	texte <i>m</i> courant
Flattersatz <i>m</i>	composition <i>f</i> en drapeau
Folienkaschierung <i>f</i>	pelliculage <i>m</i>
Fortsetzungsbezug <i>m</i>  	<i>commande supplémentaire du libraire</i>
Fortsetzungsroman <i>m</i>	roman <i>m</i> feuilleton
Fotoband <i>m</i>	livre <i>m</i> de photos
Fotonachweis <i>m</i>	crédit <i>m</i> photo
Fotosatz <i>m</i>	photocomposition <i>f</i>
französischsprachig	en langue <i>f</i> française
1. [Text]	de langue française
2. [Person]	
freier Mitarbeiter <i>m</i>	travailleur <i>m</i> indépendant
Freiexemplar <i>n</i>	exemplaire <i>m</i> gratuit
Frühjahrsprogramm <i>n</i>  	<i>parutions de printemps</i>

F

Fußnote *f*

Fußnotenzeichen *n*

Fußsteg *m*

Fußzeile *f*

note *f* de bas de page

appel *m* de note

blanc *m* de pied

pied *m* de page

Ganzlederband <i>m</i>	livre <i>m</i> relié pleine peau
Ganzleinen <i>n</i>	reliure <i>f</i> toilée
Garantiesumme <i>f</i>	avance <i>f</i> non remboursable
Gedicht <i>n</i>	poème <i>m</i>
Gedichtband <i>m</i>	recueil <i>m</i> de poèmes
Gegenwartsliteratur <i>f</i>	littérature <i>f</i> contemporaine
Geisteswissenschaften <i>fpl</i>	sciences <i>fpl</i> humaines
geistiges Eigentum <i>n</i>	propriété <i>f</i> intellectuelle
Geleitwort <i>n</i>	préface <i>f</i>
mit einem Geleitwort von	préfacé par
Gemeinfreiheit <i>f</i>	domaine <i>m</i> public
gemeinfreies Werk <i>n</i>	ouvrage <i>m</i> tombé dans le domaine public
Genehmigung <i>f</i>	autorisation <i>f</i>
Gesamtauflage <i>f</i>	tirage <i>m</i> total
Gesamtausgabe <i>f</i>	édition <i>f</i> intégrale
Gesamtverzeichnis <i>n</i>	catalogue <i>m</i> général
Gesamtwerk <i>n</i> <i>siehe</i> <i>gesammelte Werke</i>	œuvres <i>fpl</i> complètes
Geschenkbuch <i>n</i>	livre <i>m</i> cadeau
als Geschenk <i>m</i> verpacken	faire un paquet-cadeau <i>m</i>
Geschenkverpackung <i>f</i>	emballage <i>m</i> cadeau
Gesellschaftsroman <i>m</i>	<i>roman décrivant la société à une certaine époque</i>
Gewinnspanne <i>f</i>	marge <i>f</i> [<i>comptabilité</i>]
Ghostwriter <i>m</i>	nègre <i>m</i>
goldener Schnitt <i>m</i>	nombre <i>m</i> d'or
Goldschnitt <i>m</i>	dorure <i>f</i> sur tranche
Grafiker <i>m</i>	graphiste <i>m</i>
Groschenroman <i>m</i>	<i>roman à quatre sous</i>
Großbuchstabe <i>m</i> <i>siehe</i> <i>Versal</i>	majuscule <i>f</i> , capitale <i>f</i>
Großdruckausgabe <i>f</i>	édition <i>f</i> en gros caractères
Großhändler <i>m</i>	grossiste <i>m</i>
Großschreibung <i>f</i>	emploi <i>m</i> des majuscules
Grundfarben <i>fpl</i>	couleurs <i>fpl</i> primaires

G

Grundschrift <i>f</i>	<i>police non enrichie</i>
Gutachten <i>n</i>	<i>fiche f / note f de lecture</i>
Gutschrift <i>f</i>	<i>avoir m</i>

H

handsigniert	<i>signé</i>
Handbuch <i>n</i>	<i>manuel m</i>
handschriftliche Anmerkung <i>f</i>	<i>note f manuscrite</i>
Hardcover <i>n siehe gebundenes Buch</i>	<i>livre m relié</i>
Haupttitel <i>m</i>	<i>page f de titre</i>
Hauptwerk <i>n</i>	<i>œuvre f principale / maîtresse</i>
Heft <i>n</i>	<i>cahier m</i>
Hefter <i>m</i>	<i>agrafeuse f</i>
Heftklammer <i>f</i>	<i>agrafe f</i>
Heimarbeiter <i>m</i>	<i>travailleur m à domicile, TAD</i>
Heimatroman <i>m</i>	<i>roman de terroir</i>
herausgeben	<i>diriger [une publication, collection]</i>
herausgegeben von	<i>sous la direction de, dirigé par</i>
Herausgeber <i>m</i> einer Reihe	<i>directeur m de collection</i>
Herbstprogramm <i>n</i>	<i>parutions d'automne</i>
Hersteller <i>m</i>	<i>fabricant m</i>
Herstellung <i>f</i>	<i>fabrication f</i>
Herstellungskosten <i>pl</i>	<i>coûts mpl de fabrication</i>
herunterladen	<i>télécharger</i>
historischer Roman <i>m</i>	<i>roman m historique</i>
Hochformat <i>n</i>	<i>format m à la française</i>
Hochglanzpapier <i>n</i>	<i>papier m glacé</i>
Honorarabrechnung <i>f</i>	<i>relevés mpl de ventes</i>
Hörbuch <i>n</i> 	<i>livre m audio</i>
ein Hörbuch einlesen	<i>enregistrer un livre audio</i>
Hörspielfassung <i>f</i>	<i>adaptation f radiophonique</i>
Hurenkind <i>n</i>	<i>veuve f</i>
Hype <i>m</i>	<i>buzz m</i>

Impressum <i>n</i>	mentions <i>fpl</i> légales
Impressumseite <i>f</i>	page <i>f</i> de copyright
Imprimatur <i>n</i> <i>siehe Druckfreigabe</i>	bon-à-tirer <i>m</i> , BAT <i>m</i>
imprimatur <i>siehe druckfertig</i>	bon à tirer
Imprint <i>n</i>	marque <i>f</i> éditoriale
Industriegeschäft <i>n</i>	vente <i>f</i> directe [<i>d'un éditeur à une entreprise</i>]
Inhaltsverzeichnis <i>n</i> [<i>ausführlich, am Ende</i>]	table <i>f</i> des matières
Initial <i>n</i>	lettrine <i>f</i>
Institutskunde <i>m</i> [<i>z. B. Bibliotheken, Firmen</i>]	client <i>m</i> institutionnel [<i>d'un libraire</i>]
Internetauftritt <i>m</i>	site <i>m</i> Internet
Inventur <i>f</i>	inventaire <i>m</i>

Jahrbuch <i>n</i>	annuaire <i>m</i>
Jubiläumsausgabe <i>f</i>	édition <i>f</i> anniversaire
Jugendbuch <i>n</i>	livre <i>m</i> jeunesse
jugendgefährdende Schriften <i>fpl</i>	<i>ouvrages considérés comme dangereux pour la jeunesse</i>
Jungfer <i>f</i>	<i>page ou colonne sans fautes</i>

Kapitälchen <i>npl</i>	<i>petites capitales fpl</i>
Kapitel <i>n</i>	<i>chapitre m</i>
kartoniert	<i>cartonné</i>
Kinderbuch <i>n</i>	<i>livre m pour enfants</i>
Kinder- und Jugendbuch	<i>livres jeunesse</i>
Klappenbroschur <i>f</i>	<i>livre broché avec rabats</i>
Klappentext <i>m</i>	<i>texte de présentation sur le rabat d'un livre</i>
Klappbilderbuch <i>n</i>	<i>livre m animé</i>
Klebebindung <i>f</i>	<i>broché m collé</i>
Kleinbuchstabe <i>m</i>	<i>minuscule f, bas m de casse, bdc m</i>
Kleinschreibung <i>f</i>	<i>emploi m des minuscules</i>
Kleinverlag <i>m</i>	<i>petit éditeur m</i>
Kleinstverlag <i>m</i>	<i>micro-édition f</i>
Kochbuch <i>n</i>	<i>livre m de cuisine</i>
Kolumnenbreite <i>f</i>	<i>justification f [largeur du bloc de texte]</i>
Kolummentitel <i>m</i>	<i>titre m courant</i>
Kommissionsbuchhandel <i>m</i> 🗨️ 🗨️	<i>librairie intermédiaire entre l'éditeur et le libraire détaillant</i>
Kommissionsware <i>f</i>	<i>livres mpl en dépôt</i>
Kopfsteg <i>m</i>	<i>blanc m de tête</i>
Kopfzeile <i>f</i>	<i>en-tête m</i>
Korrektur <i>f</i>	<i>correction f</i>
Korrekturabzug <i>m siehe Fahnen, Druckfahnen</i>	<i>épreuves fpl</i>
Korrekturzeichen <i>n</i>	<i>signe m de correction</i>
Kosten <i>pl</i>	<i>frais mpl</i>
Kostenvoranschlag <i>m</i>	<i>devis m</i>
Kriminalroman <i>m oder Krimi m</i>	<i>roman m policier, polar m</i>
Kultbuch <i>n</i>	<i>livre m culte</i>
Kunde <i>m</i>	<i>client m</i>
Kundenbindung <i>f</i>	<i>fidélisation f de la clientèle</i>
Kunden beraten	<i>conseiller la clientèle f</i>
Kundschaft <i>f</i>	<i>clientèle f</i>

Kunstbuch *n*Kunstbuchhandlung *f***kursiv****Kurzgeschichte** *f***Kurztitel** *m*livre *m* d'artlibrairie *f* spécialisée en livres d'art

en italique

*court récit*titre *m* abrégé

L

Ladenhüter *m*

Ladenpreis *m*

fester / gebundener Ladenpreis
Ladenpreisaufhebung *f*

Lager *n*

1. [Gebäude]

2. [Raum]

auf Lager haben
die Lageraufnahme *f* machen
fehlt kurzfristig am Lager
Lagerhaltung *f*
Lagerkosten *pl*
Lagertitel *m*

Laufweite *f*

Layout *n*

Layouter *m*

Ledereinband *m*

Leerzeichen *n*

Leerzeile *f*

Lehrbuch *n*

Leiche *f*

Leineneinband *m*

Lektor *m* ✎

freier Lektor
lektorieren

Lektorat *n* ✎

Lesebändchen *n*

Lesebuch *n*

1. [literarische Textsammlung]
2. [für Kinder]

Leser *m*

Leserschaft *f*

Leseexemplar *n*

Leseförderung *f*

rossignol *m*

prix *m* public

prix unique du livre
réduction du prix initial d'un livre
par l'éditeur pour une mise en vente
chez les soldeurs

entrepôt *m*

réserve *f*

avoir en stock *m*

faire l'état des stocks
momentanément en rupture *f* de stock
gestion *f* du stock
coûts *mpl* de stockage
titre *m* en réassort permanent

approche *f* [typographie]

maquette *f*

maquettiste *m*

reliure *f* cuir

espace *f*, blanc *m*

ligne *f* de blanc

méthode *f* [livre]

bourdon *m*

reliure *f* toile

éditeur *m* [interlocuteur de l'auteur]

éditeur free-lance

retravailler un texte

service *m* éditorial

signet *m*

anthologie *f*, florilège *m*

livre *m* de lecture

lecteur *m* [consommateur final]

lectorat *m*

épreuves *fpl* reliées

incitation à la lecture

Lesen <i>n</i>	lecture <i>f</i>
Leseprobe <i>f</i>	<i>extrait d'un livre destiné à la promotion</i>
Leseratte <i>f</i> <i>siehe Bücherwurm</i>	<i>lecteur passionné</i>
Lesereise <i>f</i>	<i>tournée de promotion d'un auteur qui lit des extraits de ses œuvres</i>
Lesezeichen <i>n</i>	marque-page <i>m</i>
Lesung <i>f</i>	lecture <i>f</i> publique [événement]
Lexikon <i>n</i>	
1. [Nachschlagewerk]	<i>dictionnaire encyclopédique succinct qui traite d'un thème spécialisé</i>
2. <i>siehe Wörterbuch</i>	<i>dictionnaire <i>m</i></i>
Liebesroman <i>m</i>	roman <i>m</i> sentimental
lieferbar	disponible
zurzeit nicht lieferbar	en rupture <i>f</i> de stock
Lieferung <i>f</i> <i>siehe Auslieferung</i> 2.	livraison <i>f</i>
Lieferfrist <i>f</i>	délai <i>m</i> de livraison
Lieferschein <i>m</i>	bon <i>m</i> de livraison
linksbündig	au fer <i>m</i> à gauche
anspruchsvolle Literatur <i>f</i>	littérature <i>f</i> (de référence)
fremdsprachige Literatur	littérature étrangère
Literaturagent <i>m</i>	agent <i>m</i> littéraire
Literaturbeilage <i>f</i>	supplément <i>m</i> littéraire
Literaturgattung <i>f</i>	genre <i>m</i> littéraire
Literaturpreis <i>m</i>	prix <i>m</i> littéraire
Literaturverzeichnis <i>n</i>	bibliographie <i>f</i>
Literaturzeitschrift <i>f</i>	revue <i>f</i> littéraire
Lizenzabteilung <i>f</i>	service <i>m</i> de cessions de droits
Lizenzausgabe <i>f</i>	<i>édition sous licence (club, poche, traduction, ...)</i>
lizenzieren	céder des droits <i>mpl</i>
Lizenzvertrag <i>m</i>	contrat <i>m</i> de cession
Loseblattwerk <i>n</i>	ouvrage <i>m</i> à feuillets mobiles
Lyrik <i>f</i>	poésie <i>f</i> lyrique
Lyriker <i>m</i>	poète <i>m</i> lyrique

mager

Makulatur *f*

1. [Papier]

2. [Buch]

makulieren *siehe einstampfen*

Mängel exemplar *n*

ein **Manuskript** *n* lektoriieren

unverlangt eingesandtes Manuskript

Märchen *n*

Marginalie *f*

Medienkonzern *m*

mehrbändig

Mehrfarbendruck *m*

mehrfarbig

Mehrwertsteuer *f* oder **MwSt.** *f*

ermäßigter Mehrwertsteuersatz *m*

Meisterwerk *n*

Meldeschlüssel *m*

Mengenrabatt *m*

Mischkalkulation *f*

Mitautor *m*

Motto *n*

Musterexemplar *n*

maigre

passee *f*, gâche *f*

ouvrages *mpl* destinés au pilon

mettre au pilon *m*

exemplaire *m* défraîchi

retravailler un manuscrit

manuscrit non sollicité

conte *m*

note *f* marginale

groupe *m* de médias

en plusieurs volumes *mpl* / tomes *mpl*

impression *f* en polychromie

polychrome

TVA *f*, taxe *f* sur la valeur ajoutée

taux *m* de TVA réduit

chef-d'œuvre *m*

réponses *fp*

remise *f* sur quantité

calcul du prix de revient entre livres

bénéficiaires et déficitaires

coauteur *m*

exergue *m*

spécimen *m*

Nachauflage <i>f</i>	retirage <i>m</i>
Nachbestellung <i>f</i>	réassort <i>m</i>
Nachdruck <i>m</i>	réimpression <i>f</i>
Nachfrage <i>f</i>	demande <i>f</i>
Nachlass <i>m</i>	
1. [Autor]	succession <i>f</i> [œuvres et droits]
nachgelassenes Werk <i>n</i>	œuvre <i>f</i> posthume
2. siehe Preisnachlass, Rabatt	remise <i>f</i>
nachschlagen	consulter un ouvrage <i>m</i>
Nachschlagewerk <i>n</i>	ouvrage <i>m</i> de référence [encyclopédie]
Nachtrag <i>m</i>	appendice <i>m</i>
Nachwort <i>n</i>	postface <i>f</i>
Namenregister <i>n</i>	index <i>m</i> des noms propres
Naturpapier <i>n</i>	papier <i>m</i> bouffant
Nebenmarkt <i>m</i>	points de vente de livres hors librairies
Nebenrechte <i>npl</i>	droits <i>mpl</i> dérivés / annexes
Nettopreis <i>m</i> ✎	prix <i>m</i> hors taxe, prix HT
Neuauflage <i>f</i>	réédition <i>f</i>
Neuausgabe <i>f</i>	nouvelle édition <i>f</i>
erweiterte Neuausgabe	édition corrigée et augmentée
Neubearbeitung <i>f</i>	remaniement <i>m</i>
Neuerscheinung <i>f</i> siehe Novität	nouveauté <i>f</i>
Nischentitel <i>m</i>	titre destiné à un micromarché
Nobelpreisträger <i>m</i>	prix <i>m</i> Nobel [personne]
Non-Book-Artikel <i>m</i>	produit <i>m</i> dérivé
Novelle <i>f</i>	nouvelle <i>f</i>
Novität <i>f</i> siehe Neuerscheinung	nouveauté <i>f</i>
Normseite <i>f</i> 🗨️ 🗨️	page <i>f</i> type

Online-Buchhandel <i>m</i>	librairie <i>f</i> en ligne
ordnen	classer
Originalausgabe <i>f</i>	édition <i>f</i> originale

Pagina <i>f</i> siehe Seitenzahl	folio <i>m</i> , numéro <i>m</i> de page
paginieren	folioter
Paperback <i>n</i>	livre <i>m</i> au format de poche
gestrichenes Papier <i>n</i>	papier <i>m</i> couché
holzfreies Papier	papier sans bois
Papierfärbung <i>f</i>	teinte <i>f</i> du papier
Papierstärke <i>f</i>	main <i>f</i> du papier
Papier-, Büro- und Schreibwaren <i>fpl</i>	<i>papeterie</i>
siehe PBS	
Papierschneidemaschine <i>f</i>	massicot <i>m</i>
Pappband <i>m</i>	livre <i>m</i> cartonné
Partie <i>f</i>	lot de dix exemplaires identiques plus un gratuit
	<i>exemplaire gratuit offert au libraire selon le principe allemand onze à la dizaine</i>
Partieexemplar <i>n</i>	
Pauschalhonorar <i>n</i> siehe Festhonorar	rémunération <i>f</i> forfaitaire
PBS <i>fpl</i> siehe Papier-, Büro- und Schreibwaren	<i>papeterie</i>
Persönlichkeitsrecht <i>n</i>	droit <i>m</i> de la personne
Pflichtabgabe <i>f</i>	dépôt <i>m</i> légal [formalité]
Pflichtexemplar <i>n</i> ➔	dépôt <i>m</i> légal [exemplaire]
Plakat <i>n</i>	affiche <i>f</i>
PoD <i>n</i> siehe Print-on-Demand	impression <i>f</i> à la demande
portofrei	franco de port
Portokosten <i>pl</i>	frais <i>mpl</i> de port
Praktikant <i>m</i>	stagiaire <i>m</i>
Praktikum <i>n</i>	stage <i>m</i>
Praktikumsbescheinigung <i>f</i>	attestation <i>f</i> de stage
Praktikumszeugnis <i>n</i>	certificat <i>m</i> de stage
Präsentationsflächen <i>fpl</i> siehe Auslageflächen	linéaire <i>m</i>

Preis *m*

1. den Ladenpreis überkleben
den Preis hochtreiben
Preis inklusive Mehrwertsteuer

unverbindliche Preisempfehlung *f*
2. einen Literaturpreis bekommen
einen Preis verleihen

Preisauszeichnung *f*

1. [Geschäft]
2. [Buch]

Preisbindung *f* siehe *Buchpreis-*
*bindung***Preisfestsetzung** *f*
preisgekrönt

1. [Buch]
2. [Autor]

Preisnachlass *m* siehe *Nachlass 2.,*
Rabatt

jemandem einen Preisnachlass
gewähren

Preisschild *n***Preisträger** *m***Presseabteilung** *f***Presseexemplar** *n*

siehe *Besprechungs-,*
Rezensionsexemplar

Pressemappe *f***Pressemitteilung** *f***Pressereferentin** *f***Print-on-Demand** *n* siehe *PoD***Probedruck** *m* siehe *Andruck***Programmausrichtung** *f***Programmleiter** *m***prix** *m*

mettre une gommette *f*
faire monter les enchères *fpI*
prix net, prix TTC (toutes taxes
comprises)
prix recommandé
recevoir un prix littéraire
décerner un prix

affichage *m* du prix
marquage *m* des prix

prix *m* unique du livre

fixation des prix

primé
lauréat

remise *f*

accorder une remise à quelqu'un

étiquette *f* (du prix)

lauréat *m*

service *m* de presse [*département*]

service *m* de presse, SP *m* [*livre*]

dossier *m* de presse

communiqué *m* de presse

attachée *f* de presse

impression *f* à la demande

cromalin *m*

ligne *f* éditoriale

directeur *m* éditorial

P

Programmschwerpunkt <i>m</i>	<i>orientation principale du programme éditorial</i>
Provision <i>f</i> \mathcal{N}	<i>commission f [pourcentage]</i>
Prüfexemplar <i>n</i>	<i>exemplaire m de lecture</i>
Publikationsfrist <i>f</i>	<i>délai m de publication</i>
Publikumsverlag <i>m</i>	<i>maison f d'édition généraliste</i>

Q

Quellenangabe <i>f</i>	<i>indication f des sources</i>
Querformat <i>n</i>	<i>format m à l'italienne</i>
Quittung <i>f</i>	<i>reçu m</i>

Rabatt *m* ↗ *siehe* Nachlass 2.,

Preisnachlass

Ramsch *m*

Ramschkiste *f*

Raster *n*

Ratenzahlung *f*

Ratgeber *m*

Raubdruck *m*

Rechnung *f*

Rechnungsbetrag *m*

Rechnungsgeschäft *n*

Rechnungstellung *f*

rechtsbündig

Rechte *npl* und **Lizenzen** *fpl*

[*Abteilung*]

Rechteinhaber *m*

Rechtestaffel *f*

Rechteverkauf *m*

Rechtschreibung *f*

Rechtschreibreform *f*

Redaktion *f* [*Abteilung*] ↗ ➔

einen Text *m* **redigieren** ↗

Regal *n* ↗

Regalmeter *m*

Register *n* *siehe* Verzeichnis 1.

Reihe *f*

Reiseauftrag *m*

Reiseführer *m*

Reiseliteratur *f*

Remission *f* ↗

Remissionsrecht *n* oder RR *n* *siehe*

Rückgaberecht

Remittenden *fpl*

remise *f*

livres à brader

bac *m* à livres

trame *f*

paiement *m* échelonné

livre *m* pratique

édition *f* pirate

facture *f*

montant *m* de la facture

paiement *m* à échéance

facturation *f*

au fer *m* à droite

service de cessions et d'achat de droits

ayant droit *m*

échelle *f* des droits

cession *f* des droits

orthographe *f*

réforme *f* de l'orthographe

partie du service éditorial

retravailler un texte *m*

étagère *f*, rayon *m*

longueur *f* de rayonnage

index *m*, liste *f*, table *f*

collection *f*

commande faite lors de la visite des représentants

guide *m* de voyage

littérature *f* de voyage

retour *m* des invendus

droit *m* de retour

retours *mpl*

R

remittieren

Rentabilitätsschwelle *f siehe Break-even*

Restauflage *f*

Restbestand *m*

Rezension *f siehe Buchbesprechung*

Rezensionsexemplar *n siehe*

Presse-, Besprechungsexemplar

Rollenoffsetdruck *m*

Rotationspresse *f*

Rücken *m*

gerader Rücken

runder Rücken

Rückgaberecht *n oder RR siehe*

Remissionsrecht

retourner les invendus *mpl*

seuil *m* de rentabilité, point *m* mort

invendus *mpl*

stock *m* restant

critique *f* d'un livre

service *m* de presse, SP *m* [*livre*]

impression *f* offset sur rotative

rotative *f*

dos *m*

dos carré

dos rond

droit *m* de retour

- Sachbuch** *n* →
Sachregister *n*
Sackkarre *f*
Sammelband *m*
Satz *m* [Druck]
 Satzanweisung *f*
 Satzart *f* siehe *Ausrichtung*
 Satzfehler *m* siehe *Zwiebelfisch*
 Satzspiegel *m*
Scanner *m* [Kasse]
Schauerroman *m*
Schaufenster *n*
 ein Schaufenster gestalten
Schinken *m* siehe *Wälzer*
Schlagwort *n* siehe *Stichwort*
Schlüsselroman *m*
Schmöker *m*
 schmökern
Schmutztitel *m*
Schnellschuss *m*
Schnitt *m*
Schreibwerkstatt *f*
Schriftart *f*
Schriftgrad *m* oder **Schriftgröße** *f*
Schriftsteller *m*
Schuber *m*
Schulbuch *n*

Schundliteratur *f*

Schusterjunge *m*
Schutzfrist *f*
Schutzumschlag *m*
schwarz-weiß *ouvrage de non-fiction*
index m thématique
diable m
recueil m
composition f
 protocole m de composition
 justification f [mise en forme]
 coquille f
 surface f d'impression
douchette f [caisse]
roman m d'épouvante
vitrine f
 faire une vitrine
pavé m
mot-clé m
roman m à clé
roman m de gare
 bouquiner
faux titre m
coup m éditorial
tranche f
atelier m d'écriture
police f de caractères
corps m
écrivain m
coffret m
livre m / manuel m / ouvrage m
 scolaire
publications de mauvaise qualité
 supposées dangereuses pour la
 jeunesse
orpheline f
durée f de protection
jaquette f
noir et blanc

- schwärzen**
Seitenaufriß *m*
Seitensteg *m*
Seitennummerierung *f*
Seitenumfang *m* *siehe Umfang*
Seitenzahl *f* *siehe Pagina*
Selbstkostenpreis *m*
 im **Selbstverlag** *m* erschienen
setzen
Setzerei *f*
Siebdruck *m*
sigeln
 nicht gesigelt *siehe nicht verzeichnet*
Signierstunde *f* →
Silbentrennung *f*
Softcover *n*
Sonderausgabe *f*
Sonderdruck *m*
Sonderkonditionen *fpl*
Sonderpreis *m*
Sortimenter *m* oder **Sortiments-**
 buchhandel *m*
Sortimentsbuchhandlung *f*
Spalte *f*
Sparte *f*
Spediteur *m*
Spiralbindung *f*
Spitzentitel *m*
Sprechblase *f*
Standardwerk *n*

Stapel *m*
 Stapeltitel *m*
Startauflage *f*
stempeln

 caviarder
 chemin *m* de fer
 marge *f* [*livre*]
 pagination *f*
 nombre *m* de pages
 folio *m*, numéro *m* de page
 prix *m* de revient
 édité à compte *m* d'auteur
 composer
 atelier *m* de composition *f*
 sérigraphie *f*
 référencer
 non référencé
 séance *f* de signature
 coupure *f* de mots, césure *f*
 couverture *f* souple
 édition *f* spéciale
 tiré-à-part *m*
 conditions *fpl* spéciales
 prix *m* spécial
librairies de premier et deuxième
 niveau
 librairie *f* générale
 colonne *f*
 secteur *m*
 transporteur *m*
 reliure *f* à spirale
 titre *m* phare
 bulle *f*
 ouvrage *m* de référence [*qui fait*
 autorité]
 pile *f*
 titre présenté en piles
 tirage *m* initial
 tamponner

Stichwort *n* siehe Schlagwort

STM

stornieren

1. [Bestellung]

2. [Abonnement]

Strandlektüre *f*

Strichcode *m*

mot-clé *m*

science, technologie, médecine

annuler

résilier

roman *m* de plage

code-barres *m*

Tabelle *f*

Tafelteil *m*

Tagebuch *n*

Taschenbuch *n*

Taschenbuchabteilung *f*

Tastatur *f*

Teil *m*

Teppichmesser *n*

termingerecht

textkritischer Apparat *m*

Textverarbeitung *f*

Tippfehler *m*

nicht angekündigter **Titel** *m*

Titeldaten *npl*

Titelschutz *m*

Titelschutzanzeige *f*

Titelei *f*

Trend *m*

Trivialliteratur *f*

tableau *m*

hors-texte *m*

journal *m* intime

livre *m* de poche

pochothèque *f* [rayon]

clavier *m*

partie *f*

cutter *m*

dans les délais *mpl*

appareil *m* critique

traitement *m* de texte

faute *f* de frappe

nouveauté non annoncée

références *fpl* d'un ouvrage

protection *f* du titre

relevé des titres protégés dans le

Börsenblatt

titraille *f*

tendance *f*

littérature *f* légère

U

U 4 *f* siehe Umschlagseite 4

überarbeiten

überprüfen

Übersetzer *m*

Übersetzung *f*

Übersetzungsförderung *f*

Übersetzungsrechte *npl*

umbrechen

Umbruch *m*

Umfang *m* siehe Seitenumfang

Umsatz *m*

Umschlag *m*

Umschlagandruck *m*

Umschlagklappe *f*

Umschlaglayout *n*

Umschlagseite *f* 4 siehe U 4

Umweltpapier *n*

ungekürzt

Unterhaltungsliteratur *f*

Untertitel *m*

unverändert

Unverlangtsendung *f*

Urheberrecht *n*

urheberrechtlich geschützt

quatrième *f* de couverture

réécrire, rewrite

vérifier, contrôler

traducteur *m*

traduction *f*

aide *f* à la traduction

droits *mpl* de traduction

mettre en page *f*

mise *f* en page

nombre *m* de pages

chiffre *m* d'affaires

couverture *f*

cromalin *m* [couverture]

rabat *m*

maquette *f* de couverture

quatrième *f* de couverture

papier *m* recyclé

intégral

littérature *f* grand public



sous-titre *m*

inchangé

office *m* sauvage

droit *m* d'auteur

protégé par le droit d'auteur

Vakat <i>n</i>	page <i>f</i> blanche
Verfasser <i>m</i> siehe <i>Autor</i>	auteur <i>m</i>
Verfilmung <i>f</i>	adaptation <i>f</i> pour l'écran
Kinoverfilmung	adaptation cinématographique
Fernsehverfilmung	adaptation télévisée
vergilben	jaunir
vergriffen	épuisé
verhandeln	négociier
Verkauf <i>m</i>	vente <i>f</i>
Verkaufsschlager <i>m</i>	succès <i>m</i> de librairie
Verlag <i>m</i> siehe <i>herstellender Buchhandel</i>	maison <i>f</i> d'édition, éditeur <i>m</i>
Verlagsauslieferung <i>f</i> 	dépôt <i>m</i> de la maison d'édition
Verlagsbuchhändler <i>m</i> 	diplômé à l'issue d'une formation en métiers du livre
Verlagsgruppe <i>f</i> siehe <i>Verlagskonzern</i>	groupe <i>m</i> d'édition
Verlagskaufmann <i>m</i>	diplômé à l'issue d'une formation en métiers de l'édition
Verlagskonzern <i>m</i> siehe <i>Verlagsgruppe</i>	groupe d'édition
Verlagsleiter <i>m</i>	directeur <i>m</i> d'une maison d'édition
Verlagsprogramm <i>n</i>	programme <i>m</i> éditorial
Verlagssignet <i>n</i>	logo de la maison d'édition
Verlagsvertreter <i>m</i>	représentant <i>m</i>
Verlagsvorschau <i>f</i>	catalogue des parutions à venir
Verlagswesen <i>n</i>	édition <i>f</i> [secteur]
verlegen	éditer
Verleger <i>m</i>	éditeur <i>m</i> [chef d'une maison d'édition]
Verpackungskosten <i>pl</i>	frais <i>mpl</i> d'emballage
veröffentlichen	publier
Veröffentlichung <i>f</i>	publication <i>f</i>
verramschen	brader
Versal <i>m</i> siehe <i>Großbuchstabe</i>	majuscule <i>f</i> , capitale <i>f</i>
Versandbuchhandel <i>m</i>	vente <i>f</i> de livres par correspondance

Versandkosten <i>pl</i>	frais <i>mpl</i> d'expédition
Vertrag <i>m</i>	contrat <i>m</i>
Vertragsabteilung <i>f</i>	service <i>m</i> des contrats
Vertragsdauer <i>f</i>	durée <i>f</i> du contrat
Vertreterkonferenz <i>f</i>	réunion <i>f</i> des représentants
Vertrieb <i>m</i> →	
1. siehe Vertriebsabteilung	service <i>m</i> commercial
2. [Buchvertrieb] 🗨️ 🗨️	diffusion et distribution
Vertriebsabteilung <i>f</i> siehe Vertrieb 1.	service <i>m</i> commercial
Vervielfältigung <i>f</i>	reproduction <i>f</i> [processus]
Verweis <i>m</i>	renvoi <i>m</i> , référence <i>f</i>
Verwertung <i>f</i>	exploitation <i>f</i>
Verwertungsdauer <i>f</i>	durée <i>f</i> d'exploitation
Verwertungsrechte <i>npl</i>	droits <i>mpl</i> d'exploitation
Verzeichnis <i>n</i>	
1. siehe Register	index <i>m</i> , liste <i>f</i> , table <i>f</i>
2. [Werk]	répertoire <i>m</i>
verzeichnet sein	figurer, être référencé
nicht verzeichnet siehe nicht gesigelt	non référencé
Vierfarbdruck <i>m</i>	impression <i>f</i> en quadrichromie
vierfarbig	en quatre couleurs <i>fpl</i> , en quadrichromie <i>f</i>
vierteljährlich	trimestriel
Vorabdruck <i>m</i>	prépublication <i>f</i> , bonnes feuilles <i>fpl</i>
Vorbestellung <i>f</i>	précommandes <i>fpl</i>
Vorlesen <i>n</i>	lecture <i>f</i> à haute voix
vorgemerkt	noté [titre]
vorrätig	en stock <i>m</i>
Vorsatz <i>n</i>	page <i>f</i> de garde
Vorschuss <i>m</i>	à-valoir <i>m</i> , avance <i>f</i>
Vorwort <i>n</i>	avant-propos <i>m</i>
Vorzugspreis <i>m</i>	prix <i>m</i> préférentiel

Wälzer *m siehe Schinken*

Wareneingang *m*

den Wareneingang machen

Warengruppen *fpl*

Warenwirtschaftssystem *n*

Waschzettel *m*

Weiterbildung *f*

Weltliteratur *f*

Werbekosten *pl*

Werk *n*

ausgewählte Werke

gesammelte Werke *siehe*

Gesamtwerk

populärwissenschaftliches Werk

unvollendetes Werk

pavé *m*

réception *f* des marchandises

entrer des marchandises *fpl* en stock

catégories *fpl* d'ouvrages

système *m* de référencement

prière *f* d'insérer

formation *f* continue

littérature *f* universelle

dépenses *fpl* / frais *mpl* publicitaires

ouvrage *m*, œuvre *f*

œuvres choisies

œuvres complètes

ouvrage de vulgarisation

œuvre inachevée

Z

Zahlung *f*

Zahlungsbeleg *m*

Zahlungsfrist *f*

Zeichen *n*

Zeichensetzung *f*

Zeile *f*

Zeilenabstand *m*

zeitgenössisch

zensieren

Zielgruppe *f*

Zitat *n*

zitieren

Zukunftsroman *m*

Zusammenfassung *f*

Zuschuss *m*

zweifärbig

Zwiebelfisch *m* siehe *Satzfehler*

Zwischenbuchhandel *m* ↔ siehe *Buchgroßhandel*

paiement *m*

justificatif *m* de paiement

délai *m* de paiement

caractère *m*

ponctuation *f*

ligne *f*

interligne *f*

contemporain

censurer

groupe *m* cible

citation *f*

citer

roman *m* d'anticipation

résumé *m*

subvention *f*

en deux couleurs *fpl*, *en bichromie* *f*

coquille *f*

secteur des diffuseurs et distributeurs



Office franco-allemand pour la Jeunesse

51, rue de l'Amiral-Mouchez · 75013 Paris

☎ 01 40 78 18 18 · Télécopie : 01 40 78 18 88

www.ofaj.org

Deutsch-Französisches Jugendwerk

Molkenmarkt 1 · 10179 Berlin

☎ 030/288 757-0 · Telefax 030/288 757-88

www.dfjw.org