

Verlagswesen im arabischen Raum

Bodour Al Qasimi im Gespräch mit Yvonne de Andrés

geschrieben von Bodour Al Qasimi & Yvonne de Andrés

Während ihrer Zeit an der Spitze der International Publishers Association (IPA) prägte Prinzessin Bodour Al Qasimi von Sharjah das Verlagswesen weltweit und schrieb als erste arabische Präsidentin Geschichte. In diesem Jahr war ihre Initiative PubliShHer erstmals auf der Frankfurter Buchmesse vertreten. Seit 2023 leitet sie zudem die American University of Sharjah. Im Oktober 2025 ernannte die UNESCO sie zur Goodwill-Botschafterin für Bildung und Buchkultur – eine Auszeichnung, die ihre globale Arbeit und ihren Einsatz für Urheberrechte würdigt.

Yvonne de Andrés: Wenn Sie die heutige internationale Verlagsbranche in einem einzigen Bild beschreiben müssten, wäre es dann eines des Aufbruchs oder der Krise?

Bodour Al Qasimi: Eine Brücke im Bau. Die Verlagswelt bewegt sich gerade von einer Ära in die nächste. Wir können das Ziel bereits erkennen: mehr Zugang, stärkere Beteiligung der Lesenden und neue Formate. Doch der Weg dorthin verlangt, dass wir mit einem Fuß noch auf vertrautem Boden stehen, während wir gleichzeitig an der Zukunft bauen. Diese Transformation wird von digitalen, audiovisuellen und Bildungsformaten getragen, die den Zugang zu Leserinnen und Lesern erweitern. Verlage setzen zunehmend auf künstliche Intelligenz, um Arbeitsprozesse zu optimieren und Rechte effizienter zu verwalten. Das erhöht sowohl die Effizienz als auch die Sichtbarkeit von Inhalten. Doch dieser Aufbruch ruht auf einem entscheidenden Fundament: dem konsequenten Schutz des Urheberrechts im Zeitalter generativer KI. Unter Druck steht nicht die Kreativität selbst, sondern das Rahmenwerk, das sie bislang definiert hat. Gedruckte Bücher bleiben wichtig, doch das Wachstum entsteht in jenen Formaten, die die Menschen in ihrem Alltag bereits nutzen. Die Aufgabe besteht darin, Rechte, Formate und Zugangsmöglichkeiten für diese neue Realität neu zu denken.

Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Diversität: Welche dieser Entwicklungen verändert die Branche am tiefgreifendsten - und welchen Einfluss haben sie auf den arabischen Verlagssektor?

Diese Kräfte lassen sich eigentlich nicht voneinander trennen, aber wenn ich mich für eine entscheiden müsste, wäre es die Digitalisierung, da sie sowohl Nachhaltigkeit als auch Diversität erst ermöglicht. Die Digitalisierung hat grundlegend verändert, wie Bücher entstehen, verbreitet und erlebt werden. Gerade in der arabischen Welt brechen digitale Werkzeuge Barrieren auf, die regionale Verlage früher stark eingeschränkt haben. Kleine Verlage in Kairo, Beirut oder Sharjah können heute über Plattformen, die es vor zehn Jahren noch nicht gab, ein weltweites arabischsprachiges Publikum erreichen. Print-on-Demand reduziert Abfall und senkt zugleich die finanziellen Einstiegshürden. KI unterstützt Verlage bei der Rechteverwaltung, der Optimierung von Arbeitsabläufen und der Auffindbarkeit ihrer Inhalte. Nachhaltigkeit ergibt sich dabei ganz natürlich aus dieser digitalen Effizienz und sorgt für einen bewussteren Umgang mit Ressourcen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Gleichzeitig fördert die Digitalisierung die Diversität: Neue kulturelle und sprachliche Märkte werden zugänglich, das Risiko der Marktkonzentration sinkt, und mehr Akteure können an globalen Publikationsdiskursen teilnehmen. Im arabischen Raum verläuft diese Entwicklung allerdings unterschiedlich schnell. Einige Verlage gehören bei diesen Technologien zu den Vorreitern, während andere erst grundlegende digitale Strukturen aufbauen.

Sie haben Sharjah Publishing City (SPC) gegründet, speziell für das Verlagswesen. SPC bietet Infrastruktur und unternehmensfreundliche Bedingungen für Verlage und verwandte Geschäftsbereiche und fördert so die Buchbranche im Emirat Sharjah. Wann war der Moment, in dem Sie wussten, dass es funktioniert?

Der Wendepunkt kam, als große internationale Branchenakteure begannen, nicht nur Veranstaltungen zu besuchen, sondern sich dauerhaft bei SPC anzusiedeln. Plötzlich wählten renommierte Verlage und Vertriebsunternehmen gemeinsam mit regionalen Distributoren und

Technologieanbietern Sharjah Publishing City als ihren festen Standort für den Nahen Osten, Afrika und Asien aus. Dieser Schritt zeigte, dass unsere Idee sich tatsächlich in einen funktionierenden Geschäftsknotenpunkt verwandelt hatte. Diese langfristigen Verpflichtungen bestätigten, was wir von Anfang an wussten: Publishing gedeiht dort, wo Infrastruktur, verlässliche Regulierung und gegenseitiges Vertrauen zusammenkommen. Sharjah Publishing City wurde bewusst so konzipiert, dass sie für die Transformation der Branche unverzichtbar ist – mit gemeinsamen Dienstleistungen wie Lagerhaltung, Druck und Distribution, die es Verlagen wirtschaftlich erleichtern, eine regionale Präsenz aufzubauen. Und je weiter sich die globale Branche in Richtung digitaler und nachhaltiger Wertschöpfungsketten entwickelt, desto deutlicher erkennen immer mehr Verlage, dass solche kooperativen Ökosysteme keine Luxusgüter, sondern eine Notwendigkeit sind.

Frauen in Führung

Sie waren die erste arabische Frau an der Spitze der IPA. Was war Ihr größter persönlicher Durchbruch?

Die Erkenntnis, dass Frauen nicht in der Branche fehlen, sondern in den Entscheidungsebenen. Sie waren überall, in Redaktionen, im Lektorat, in der Produktion. Aber kaum in den Räumen, in denen die Zukunft der Branche diskutiert wurde. Als ich Frauen auf der ganzen Welt traf, in Deutschland, Nigeria, Brasilien und den Vereinigten Arabischen Emiraten, zeigte sich das selbe Muster. Der Fortschritt konnte nicht individuell sein, die Lösung musste systemisch sein. Diese Einsicht führte zu PublisHer.

Wo begegnen Frauen im Verlagswesen heute noch unsichtbaren Barrieren?

Überall, wo Macht konzentriert ist: Eigentum, Vorstände, Chefredaktionen. Frauen bilden oft die Mehrheit der Beschäftigten, aber eine Minderheit der Führungskräfte. Die Hürden sind subtil: Zweifel an ihrer Führungsfähigkeit, Fragen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie, die Vereinnahmung ihrer Beiträge durch männliche Kollegen. Fortschritt setzt voraus, dass wir diese Muster als strukturell anerkennen.

Welchen Ratschlag würden Sie jungen Verlegerinnen in von Männern dominierten Umfeldern geben?

Erstens: Bauen Sie sich ein internationales Netzwerk auf – bewusst und strategisch. Zweitens: Seien Sie ambitioniert. Streben Sie nach Einfluss, nicht nach Titeln. Drittens: Suchen Sie sich Mentorinnen und Mentoren und pflegen Sie die gegenseitige Unterstützung. Niemand erreicht etwas allein.

Wo ist es schwerer für Frauen, durchzubrechen – in der arabischen Welt oder im Westen?

Es gibt keine einfachen Gegensätze. Überall existieren Barrieren, nur in unterschiedlichen Formen. Vergleiche helfen wenig, Kooperation hingegen sehr. Fortschritt in einem Markt stärkt alle anderen. PublisHer ist ein Netzwerk für Frauen

PublisHer ist ein Netzwerk für Frauen, das längst zu einer internationalen Stimme für Gleichberechtigung geworden ist. Was war der Auslöser für die Gründung von PublisHer?

Es war immer der gleiche Moment: Ich war oft die einzige Frau im Raum. Doch als ich Kolleginnen weltweit befragte, merkte ich, dass dies ein globales Muster war. Frauen arbeiteten mit Hingabe, wurden aber von Boards, Bühnen und Entscheidungsräumen ferngehalten. PublisHer entstand als Antwort auf diese Erkenntnis. Mit dieser Diagnose begann ein Prozess, der heute weit über die individuellen Erfahrungen hinausreicht. Denn PublisHer ist längst kein kleines Netzwerk mehr, sondern ein internationales Ökosystem für Austausch, Förderung und Sichtbarkeit. Der Wandel zeigt sich in über 1.000 Mitgliedern, globalen Lounges, Mentoring-Programmen und Auszeichnungen für Frauen aus fünf Kontinenten. Besonders berührend ist, wie ehemalige Mentees selbst zu Mentorinnen werden. Gerade dieser generationenübergreifende Effekt zeigt, wie nachhaltig Netzwerke wirken können. Doch Gleichberechtigung entsteht nicht im Alleingang – sie braucht Verbündete.

Welche Rolle sollten Männer in »PublisHer« spielen?

Die gleiche wie Frauen in der Branche: als Verbündete. Geschlechtergerechtigkeit ist kein Nullsummenspiel. Männer können Türen öffnen, Panels diverser gestalten, Karrierewege prüfen und

Frauen aktiv fördern. Ich wünsche mir, dass ihre Führung selbstverständlich wird – und frei von den Hürden, die meine Generation erlebt hat.

Vision und Zukunft

Wie wird die arabische Verlagslandschaft im Jahr 2035 aussehen?

Sie wird integrierter, digitaler und global sichtbarer sein. Digitale Infrastruktur und neue Vertriebswege werden es ermöglichen, dass Bücher freier zwischen den arabischen Ländern zirkulieren. Junge Verlegerinnen verbinden kulturelle Verwurzelung mit technischer Exzellenz. Herausforderungen bleiben bestehen, etwa im Bereich Urheberrecht, Kapitalzugang und Distribution, doch das Fundament aus Kultur und Kreativität ist stark. Vor diesem Hintergrund rückt die Frage nach internationalen Kooperationen in den Mittelpunkt.

Welche internationalen Allianzen sind entscheidend für Diversität und Innovation?

Entscheidend sind Allianzen, die echte Partnerschaften zwischen Regionen, Sprachen, Marktgrößen und Generationen ermöglichen. Die Beispiele reichen von Alphabetisierungsinitiativen in Afrika bis zu globalen Netzwerken von Verlagen sowie Kooperationsprojekten mit internationalen Buchmessen. Solche Allianzen fördern nicht nur die Märkte, sondern auch den kulturellen Pluralismus in Zeiten des wachsenden Populismus. Bei all diesen strukturellen Entwicklungen bleibt ein zentrales Thema bestehen: die Rolle der nächsten Generation – und insbesondere die der Frauen in der Branche.

Welches Ihrer Projekte liegt Ihnen persönlich am meisten am Herzen – und warum?

Die Kalimat Foundation. Ein Buch kann ein Kind in einer Krisensituation in eine andere Welt tragen, ihm Trost spenden, Normalität schenken und kulturelle Verbindungen schaffen. Seit 2016 bringt die Stiftung arabische Bücher zu Kindern in Konflikt- und Flüchtlingsgebieten und stellt über die Ara-Initiative auch Braille-Bücher bereit. Diese Arbeit verbindet alles, was ich tue: Frauen fördern, Buchkultur stärken, Infrastruktur aufbauen. Kultur baut Brücken – besonders zu Kindern, die sie am dringendsten brauchen.

Vielen Dank.

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 12/2025](#).