

Hoch die Internationale

»Berliner Büro Buchmesse Havanna« entwickelt sich weiter

Von Denis Gabriel

Obwohl 2004 die sozialdemokratisch geführte deutsche Bundesregierung beschlossen hatte, die Buchmesse in Havanna zu boykottieren, präsentierten sich dort so viele Verlage wie nie zuvor. Organisiert hatten das aber nicht die internationale Abteilung der Frankfurter Buchmesse, die für solche Aufgaben vom Auswärtigen Amt der Regierung beauftragt und bezahlt wird – sondern die Solidaritätsorganisation Cuba Sí und die Tageszeitung junge Welt, die gemeinsam beschlossen, schnell zu handeln. Bis zu 65 Verlage waren dann auch in den Folgejahren dabei. Aus der früheren Initiative entwickelte sich das »Berliner Büro Buchmesse Havanna«. 2007 endete der Boykott, die Arbeit des Büros wurde umgestellt: Stellvertretend für die drei Säulen Gewerkschaften, Soligruppen und Verlage übernahmen drei Sprecher die Arbeit: Für die Gewerkschaft ver.di Andreas Köhn, für das Netzwerk Kuba Marion Leonhardt und für die Tageszeitung junge Welt Dietmar Koschmieder. Geleitet wurde das Büro von Katja Klüßendorf, Marketingverantwortliche bei der jungen Welt. Organisatorisch angebunden war das Büro beim Netzwerk Cuba, finanziert hat sich das Büro selbständig über Spenden und Teilnehmerbeiträge.

Seit einem Jahr wird nun in diesem Sprecherkreis überlegt, wie die Arbeit weiterentwickelt werden kann. Havanna soll nicht aus dem Blickfeld verschwinden, die Arbeit aber nicht auf die kubanische Hauptstadt und die Buchmesse beschränkt bleiben. Mittlerweile steht fest, das Büro Buchmesse zu einem Internationalen Medienbüro auszubauen mit dem Ziel, Kontakte zwischen linken unabhängigen Medien herzustellen. Als Erster wird der Journalist André Scheer im Auftrag des Büros und der Tageszeitung junge Welt im Herbst nach Caracas reisen, um in der venezolanischen Hauptstadt die Wahlen zu beobachten, aber auch, um Kontakte zu Medien aufzubauen.

Die nächste Aufgabe des Büros knüpft jedoch an die bisherigen Messeauftritte in Havanna an: Aus den vielen wunderschönen Fotografien, die dabei entstanden sind, wird ein Jahreskalender 2013 erstellt, der in einer limitierten Auflage von 500 Exemplaren verkauft werden soll. Der Druck wird durch Spenden finanziert, die Einnahmen aus dem Verkauf stehen deshalb für die Arbeit des Büros zur Verfügung.

<https://www.jungewelt.de/artikel/184514.hoch-die-internationale.html>