

Darüber hinaus lässt sich an diesen zwei eben genannten Beispielen der Prototyp eines weiteren Verlegertypus verorten, nämlich des ›Lektor-Verlegers‹: Da Verlage ab den 1960er und 1970er Jahren immer seltener innerhalb der Familie vererbt werden⁵⁸, werden sie immer öfter Personen anvertraut, die lange Zeit – sei es im selben oder in einem anderen Verlag – als Lektoren tätig waren. Das ist z.B. der Fall Michael Krügers (*1943), der 18 Jahre lang Lektor bei Hanser war, bevor er 1986 Leiter des Verlags wurde.

Schließlich soll auf einen weiteren, ab der zweiten Hälfte der 1980er Jahre an Platz und Bedeutung gewinnenden Verlegertypus hingewiesen werden, und zwar auf die sogenannten Manager-Verleger, welche sich nicht als kulturelle Träger, sondern vielmehr als kapitalistische Unternehmer verstehen und ihre Aufgabe als Verleger ausschließlich in dem »ökonomisch ausgerichteten Management«⁵⁹ sehen. Unter diesen Begriff fallen jene Persönlichkeiten, die in den obersten Etagen des von ihnen jeweilig geführten Großkonzerns sitzen und sich vornehmlich auf sichere Investitionen einlassen, indem sie sich den Regeln des Marktes beugen und statt qualitativ anspruchsvoller und sozial oder politisch engagierter Werke gewinnbringende Bestseller und Bücher für das Massenpublikum publizieren. Solche Riesenunternehmen – wie z.B. die Gruppe Bertelsmann – stellen mit ihrer ökonomischen Macht eine drohende Gefahr sowohl für kleinere und unabhängige Verlage und Verleger als auch für die Vielfalt und Qualität der literarischen Produktion dar, da sie einerseits Bücher lediglich als Konsumwaren behandeln und dabei zur »Unifizierung des Geschmacks«⁶⁰ des Publikums beitragen; andererseits schaden sie dem Berufsbild des Verlegers, indem sie diesen seiner intellektuellen und pädagogischen Funktion entkleiden und das Bestehen des literarischen Verlegers im klassischen Sinne aufs Spiel setzen.

3.3 Der Verleger im Literaturbetrieb der Gegenwart

An der eben skizzierten Geschichte des Berufs des Verlegers und dessen Rolle und Funktion im Literaturbetrieb lassen sich also einige Entwicklungslinien erkennen,

58 Eine auffällige Ausnahme in diesem Zusammenhang bildet der Fischer Verlag, der von Monika Schoeller, Tochter von Georg von Holtzbrinck, bis 2002 eigenhändig geleitet wurde.

59 S. Unseld: »Die Aufgaben des literarischen Verlegers«, S. 26.

60 Vgl. die Worte M. Krügers: »Diese Unifizierung des Geschmacks ist natürlich das Gegenteil von Literatur. Wenn wir als Verleger, Schriftsteller, Kritiker irgendetwas tun können, ist es doch das, diese eigentümliche Barriere, diese Schranke, diese riesige Wand der Unifizierung aufzubrechen.« Zitiert nach Altenhein, Hans/Franzmann, Bodo (Hg.): Gutenbergs Folgen. Von der ersten Medienrevolution zur Wissensgesellschaft, Baden-Baden: Nomos 2002, S. 134.

die immer noch ausschlaggebend für die Charakterisierung des Verlegers und seines Habitus bzw. seiner verschiedenen Tätigkeiten im literarischen Feld der Gegenwart sind. Spezifisch lassen sich folgende Aspekte betrachten:

- a) die Entwicklung des Berufs des Verlegers ist mit den wirtschaftlichen, materiellen und medialen Transformationen des Buchhandels sowie mit der Literaturgeschichte eng und wechselseitig verflochten;
- b) die Geschichte der verlegerischen Tätigkeit reflektiert eine allmähliche Ausdifferenzierung der Funktion des Verlegers, wobei die anfängliche Personalunion von Drucker, Verleger und Buchhändler stufenweise aufgehoben wird, zugunsten einer Spezialisierung dieser Figur im Bereich der wirtschaftlichen und kulturpolitischen Führung;
- c) die Auflösung der Personalunion bewirkt die Aufteilung verschiedener Aufgaben und Funktionen auf mehrere Figuren und die Entstehung einer pyramidalen Struktur, an deren Spitze sich der Verleger befindet;
- d) die Entwicklung und Segmentierung des Marktes sowie die jeweilige kulturpolitische Lage lassen verschiedene Verlegertypen ans Licht treten, die sich unterschiedlicher Habitusformen bedienen und sich für einen gewissen Zeitraum als dominant erweisen;
- e) das Aussterben der Gründergeneration von Verlegern lässt in den meisten Fällen die Namensidentität zwischen Verlagshaus und Verleger ausfallen und trägt zu erheblichen Veränderungen in der Profilierung des Verlags und zur Auflösung der familiären Struktur bei;
- f) die zunehmende Ökonomisierung des Buchhandels veranlasst eine Vergrößerung der Schere zwischen jenen Verlegern, die vordergründig auf wirtschaftliche Gewinne abzielen, und denjenigen, die ihre Tätigkeit vielmehr als kulturelle und pädagogische Mission verstehen, wobei die dichotomische Zwischenstellung dieser Figur zwischen Unternehmer und Kulturproduzent bzw. -vermittler akzentuiert wird.

Hinzu kommen heutzutage weitere übergreifende sowie länderspezifische Aspekte ins Spiel, die teilweise die Fortsetzung einiger in den 1980er Jahren schon eingeleiteter Trends sind: Erstens lässt die Konzernisierung im Verlagswesen die Figur des Verlegers allmählich in den Hintergrund treten und ersetzt sie durch die Figur des Medienunternehmers (was wiederum die Entstehung eines neuen Verlegertypus – des Independent-Verlegers – zur Folge hat, wie im Folgenden zu sehen sein wird); zweitens befinden sich traditionelle Verlage immer öfter in einem schwierigen Konkurrenzverhältnis zu den neuen Medien, vor allem dem Internet, welche neue Möglichkeiten des Publizierens und der Literaturvermittlung anbieten; drittens veranlasst das Aufkommen eines ziemlich neuen Akteurs im Literaturbetrieb, nämlich das des Literaturagenten, entscheidende Veränderungen in der

klassischen Autor-Verleger-Beziehung; schließlich vollzieht sich seit der Jahrtausendwende im deutschsprachigen Verlagswesen ein grundlegender und oft nicht reibungsloser Personalwechsel, wodurch die alte Generation abgelöst wird und eine neue, den Herausforderungen der Zeit gewachsene Gruppe von jungen und ambitionierten Verlegern auftritt.

Die schon erwähnte Tendenz zur Konzentration und Monopolisierung des Verlagswesens löst ebenfalls wesentliche Veränderungen in der organisatorischen Struktur der einzelnen Verlage sowie in der Stellung des Verlegers bzw. der Verlagsleitung aus: Galt der individuelle Verleger bisher als oberste Instanz, deren Macht durch einen entweder autokratischen oder patriarchalischen Führungsstil⁶¹ ausgeübt wurde, verkommt er im Rahmen des Konzernierungsprozesses zum unselbstständigen Untergeordneten einer breit und oft international angelegten Unternehmenspolitik. Diese Umstrukturierung der traditionellen Verlagsorganisation hat außerdem eine Verschiebung der Position des Verlegers im gesellschaftlichen Feld zur Folge, wobei dieser zum symbolischen Bindeglied zwischen einer im Feld der literarischen Produktion angesiedelten Instanz – dem Verlag – und einem im Feld der Ökonomie tätigen Unternehmen – dem Konzern – wird. Darüber hinaus kommt es immer öfter zur Zweiteilung der Geschäftsführung⁶², wobei der klassische Verlagsleiter für die inhaltliche Gestaltung des Programms, die Autorenbetreuung und das Lektorat zuständig und verantwortlich bleibt, allerdings von einer zweiten Figur vor allem in wirtschaftlichen, produktions- bzw. marketingtechnischen und rechtlichen Fragen unterstützt bzw. kontrolliert wird. Diese Transformationen in der Verlagsstrukturierung bzw. -politik beschränken erheblich die Entscheidungsfreiheit des Verlegers hinsichtlich der Profilierung des Verlags und lassen folglich die Schere zwischen seiner Person und dem öffentlichen Profil des Unternehmens größer werden und die Figur des Verlegers aus dem Blickfeld des Publikums entrücken. In diesem Zusammenhang büßt auch der Verlegername, der in der Vergangenheit als Garantie der Qualität sowie der kulturellen Bedeutsamkeit der veröffentlichten Werke diente, teilweise an Relevanz ein. Auch diese Entwicklung darf als Symptom für das allmähliche Verschwinden der traditionellen Verlegerfigur gelesen werden.

Die Konzentration der (ökonomischen) Macht in den Händen von wenigen ›Überakteuren‹ bzw. Großkonzernen bewirkt außerdem eine Reduzierung der Vielfalt der Verlagsprogramme sowie die Beschleunigung des gesamten Marktes. Mit der Ausnahme von Traditionsverlagen, die schon seit Jahrzehnten über ein eigenes, bestimmtes, vom Publikum leicht erkennbares Programm verfügen und dieses weiterpflegen (dürfen), auch wenn sie nun in Großkonzerne eingebunden sind,

61 Vgl. dazu Strobel, Hans-Heinrich: »Führungsstil«, in: Meyer-Dohm/Strauß, Handbuch des Buchhandels, Bd. II (1975), S. 142-143, hier S. 142f.

62 E. Schönstedt/T. Breyer-Mayländer: Der Buchverlag, S. 115.

zeichnet sich insgesamt eine Vereinheitlichung des Angebots (also der Produktion) in Richtung publikumswirksamer, leicht absetzbarer und maximal rentabler Werke (Bestseller) ab. Dies führt wiederum zur Verkürzung des Zeitraums, in dem ein Buch in den Buchhandlungen zum Verkauf angeboten wird, wobei Werke, die sich nicht gut verkaufen, gleich nach kurzer Zeit aus dem Markt entzogen werden. Das führt dazu, dass Verleger immer mehr zu schlichten Managern werden (müssen), deren einzige Aufgabe es ist, das bestmögliche ›Produkt‹ auf dem Markt zu platzieren und daraus den höchsten Gewinn zu erwirtschaften.

Allerdings zeigen diese eher negativen Veränderungen im Buchmarkt auch eine positive Kehrseite auf: Als Reaktion auf die zunehmende Konzentration im Verlagswesen und im Buchmarkt entstehen in letzter Zeit zahlreiche sogenannte Independent-Verlage, die sich gegen die Standardisierung und Ökonomisierung des Buchhandels engagieren.⁶³ Solche oft kleinen Verlage werden üblicherweise von einer neuen Generation junger Verleger geführt, die ihre Tätigkeit als kulturpolitische Mission verstehen und die sich gewissermaßen am Modell sowohl des Kulturverlegers als auch des unabhängigen und engagierten Verlegers *à la* Klaus Wagenbach orientieren. Da Independent-Verlage⁶⁴ selten über hierarchische Strukturen verfügen und ihre Organisation auf dem Prinzip der Teamarbeit beruht, werden die verschiedenen Aufgaben, die üblicherweise vom individuellen Verleger erfüllt werden, von mehreren gleichberechtigten Figuren übernommen⁶⁵, sodass in manchen Fällen die individuelle Figur des Verlegers von einem Kollektiv ersetzt wird. Als junge und dynamische Persönlichkeiten, die neben der verlegerischen oft auch weiteren Tätigkeiten als Autoren, Literaturkritiker oder Journalisten nachgehen, versuchen Independent-Verleger einerseits dem im Buchmarkt dominierenden Mainstream qualitativ hochwertige Alternativen entgegenzustellen, andererseits sich vom Bild des Verlegers als alter »Dinosaurier, irgendwo angesiedelt im Niemandsland zwischen Gutenberg und Video«⁶⁶ zu entfernen, indem sie vor den neuen medialen Entwicklungen im Literaturbetrieb

63 »Die Programmgestaltung richtet sich weniger an Trends aus [...]. Das Entdecken von Neuem, Unbekanntem und Vergessenem ist oft dabei Begleiteffekt.« Schöllhuber, Lucia: Independent Verlage am konzentrierten Buchmarkt, Berlin: de Gruyter Saur 2016, S. 290.

64 Als Beispiele für Independent-Verlage dürfen – neben den bereits »traditionell« gewordenen Wagenbach, Ch. Links oder Transit – einige im neuen Jahrtausend gegründete Verlage wie Matthes & Seitz Berlin, kookbooks, mairisch und Volland & Quist angeführt werden.

65 »Arbeitsaufgaben und -bereiche sind auch deshalb wenig konturiert, weil klassische Hierarchien in Independent Verlagen völlig fehlen. [...] Für das Programm und alles, was sonst im Verlag anfällt, zeichnen mehrere Personen verantwortlich.« L. Schöllhuber: Independent Verlage am konzentrierten Buchmarkt, S. 80.

66 Die Bezeichnung »Dinosaurier« stammt von Adolf Muschg. Zitiert in Unseld, Siegfried: »Verleger als Beruf«, in: Fellingner, Raimund (Hg.), »Ins Gelingen verliebt sein und in die Mittel des Gelingens«. Siegfried Unseld zum Gedenken, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2003, S. 23-76, hier S. 28.

nicht zurückschrecken, sondern diese als Chance für die Entstehung neuer Formen von literarischer Produktion und Vermittlung ergreifen.⁶⁷

Die Mediatisierung sowohl des Buchhandels als auch der literarischen Produktion birgt aber auch erhebliche Gefahren für die Verleger und ihre Rolle im literarischen Feld. Der ständig zunehmende Digitalisierungstrend zwingt die traditionellen Verlage dazu, sich auch um die digitale Produktion und Vermittlung der von ihnen veröffentlichten Werke zu kümmern und ihre Programme sowie ihre öffentlichen Profile mit medialen Inhalten zu bereichern.⁶⁸ Obwohl sie den Verlagen sowie den einzelnen Verlegern eine weitere Plattform für ihre (Selbst-)Inszenierung bieten, stellen neue Formen des digitalen Verlagswesens eine ernsthafte Bedrohung für den Verlegerberuf dar. Insbesondere jene »Verlage ohne Verleger«⁶⁹, beispielsweise Self-Publishing-Verlage, darunter auch Großkonzerne wie Amazon oder Google, welche Autoren die Möglichkeit anbieten, ihre Manuskripte schnell und billig zu veröffentlichen, lassen die Figur der Verleger als überflüssig erscheinen und führen zu seiner allmählichen Entmachtung. Als Folge der Digitalisierung der Produktionswege wird der Verleger als Ansprechpartner des Autors außerdem oft durch unpersönliche und unprofessionelle⁷⁰ Online-Dienste ersetzt, die jene »Symbiose von Autor und Verleger«⁷¹ auflösen und die traditionelle Autor-Verleger-Beziehung und die Vorteile, die diese mit sich bringt, abschaffen.

Die oft unmittelbare Beziehung zwischen Autor und Verleger, wie sie in traditionellen Verlagen immer noch gepflegt wird, wird ferner seit den 1990er Jahren von dem Auftauchen eines neuen Akteurs im Literaturbetrieb bedroht, der als Mittler zwischen Autor und Verleger fungiert: der literarische Agent. Wurde die Rolle

67 »Diese Generation von Independent Verlagen ist wiederum die erste auf diesem Feld, die sich dadurch auszeichnet, die Digitalisierung nahezu von Beginn an als integraler Bestandteil ihrer Lebenswelt kennengelernt zu haben. [...] Gleichzeitig zeigen sie dabei auch auf, wie in diesem digitalen Umfeld realer Kontakt mit Autorinnen und Autoren, sowie mit der Zielgruppe erfolgt, im Kontrast zur Entkoppelung von diesen.« L. Schöllhuber: Independent Verlage am konzentrierten Buchmarkt, S. 291.

68 K. Derlin: Vom Text zum Buch, S. 38.

69 So der Titel eines 2000 veröffentlichten kritischen Aufsatzes von André Schiffrin; Schiffrin bezieht sich vor allem auf die Lage des amerikanischen Buchmarktes, jedoch dürften – so auch K. Wagenbach in dem Nachwort – seine Bedenken ebenfalls auf den deutschsprachigen übertragbar sein. Vgl. Schiffrin, André: Verlage ohne Verleger. Über die Zukunft der Bücher, Berlin: Wagenbach 2000.

70 Verleger unterstreichen dagegen oft und gerne die Vorteile einer persönlichen, freundlichen und vor allem kompetenten Betreuung im klassischen Verlag; vgl. stellvertretend die Aussagen Jochen Jungs (»In dem Gewusel, das sich im Netz in kürzester Zeit entwickeln dürfte, werden Institutionen, Verlage, denen man Vertrauen entgegenbringen kann, immer wichtiger«) und Jo Lendles (»Anspruchsvolle Autoren nehmen überproportional stark die Leistungen der klassischen Verlage in Anspruch«). Zitiert in Plath, Jörg: »Die Literatur in digitalen Zeiten«, in: Korte, Zukunft der Literatur (2013), S. 29-41, hier S. 34f.

71 H. Fischer: »Mit Nachdruck gegen den Verleger«, S. 64.

des Betreuers und Beraters des Autors schon seit der Nachkriegszeit immer mehr vom Lektor übernommen, wobei die Schriftsteller oft eine so enge Beziehung zu diesem entwickelten, dass ihre Treue eher diesem Ansprechpartner als dem Verlag bzw. dem Verleger galt⁷², lassen sich heutzutage immer mehr Autoren von Agenturen vertreten, sodass der Kontakt zum Verleger indirekter und unpersönlicher wird. Seitdem der Verleger vom Autor nicht mehr als erster oder direkter Ansprechpartner betrachtet wird, erfolgt eine Verschiebung der Treueverhältnisse und jene gegenseitige Loyalität, die einmal Verleger und Autor verband und »für den einzelnen Autor der Schlüssel zu seinem Erfolg und damit zum Erfolg seines Werkes sein«⁷³ konnte, nimmt allmählich ab und wandelt die oft freundliche und fruchtbare Verleger-Autor-Beziehung in ein distanziertes, unpersönliches und steriles Verhältnis. Indem sie, um ihre Chancen auf eine erfolgreiche und für sie ökonomisch profitable⁷⁴ Vermittlung zu erhöhen, den Verlegern oft nur mit dem Verlagsprofil kompatible Literatur bzw. Autoren vorschlagen, erfüllen literarische Agenten weiterhin auch die Funktion eines *gatekeepers* und tragen damit zur Schwächung der Rolle des Verlegers als Entdecker von neuen Talenten und als freier Gestalter seines verlegerischen Programms bei.

Schließlich bringt die Trennung des Autor-Verleger-Paars weitere Folgen mit sich, die sich vor allem für die zukünftige wissenschaftliche Analyse von verlegerischen Praktiken als entscheidend erweisen: War es in der Vergangenheit möglich, die Geschichte eines Verlags oder die geschäftliche und kulturpolitische Einstellung eines Verlegers an den Schriften – Briefwechseln und anderen Dokumenten – zwischen Autor und Verleger zu rekonstruieren, so wird dieses Verfahren womöglich nicht mehr anwendbar sein können, da die Kommunikation zwischen diesen zwei Akteuren heute oft über eine dritte und eher an der ökonomischen und praktischen Seite des Verlagsgeschäfts orientierte Figur läuft.

Neben den hier skizzenhaft dargestellten Entwicklungen, die mit allgemeinen Veränderungen der literarischen Produktion und des Buchhandels im Zusammenhang stehen und folglich auch die Figur des klassischen literarischen Verlegers anbelangen, findet seit der Jahrtausendwende im deutschsprachigen Verlagswesen ein radikaler Generationenwechsel statt. Als symbolischer Ausgangspunkt dieses Wechsels gilt der Tod Siegfried Unselds (geb. 1924), des Kultverlegers *par excellence*

72 Schneider, Ute: »Die Konstante in der Beziehung Autor-Verlag: Lektor oder Literaturagent?«, in: Fischer, Ernst (Hg.), *Literarische Agenturen – die heimlichen Herrscher im Literaturbetrieb?*, Wiesbaden: Harrassowitz 2001, S. 33-40, hier S. 37.

73 Amman, Egon: »Der Verleger/die Verlegerin zwischen Markt und Autor/Autorin«, in: Rusterholz, Peter/Zwahlen, Sara Margarita (Hg.), *Am Ende das Wort – das Wort am Ende. Literatur als Ware und Wert*, Bern/Stuttgart/Wien: Haupt 2007, S. 35-42, hier S. 39.

74 Literarische Agenten verdienen in der Regel 15-20% der Autorenhonorare.

der Nachkriegszeit, der 2002 starb.⁷⁵ Noch im selben Jahr trat Monika Schoeller (1939–2019) aus dem operativen Geschäft zurück und überließ die Führung des Fischer Verlags Jörg Bong (*1966), der schon davor im Verlag tätig war, während Reinhold Neven DuMont (*1936) die verlegerische Geschäftsführung des Kiepenheuer & Witsch Verlags dem Cheflektor Helge Malchow (*1950) anvertraute. 2007 verließ Viktor Niemann (*1940) den Ullstein Verlag und wurde von Siv Bubblitz (*1960) ersetzt. 2011 starb der Gründer und Leiter des Diogenes Verlags Daniel Keel (1930–2011): Seine Nachfolge trat sein Sohn Philipp (*1968) an. 2014 gab Michael Krüger seinen Posten als Geschäftsführer des Hanser Verlags auf und wurde von Jo Lendle (*1968) ersetzt. Infolge dieses Wechsels ist eine jüngere und zielorientierte Generation von Verlegern das Erbe des traditionellen und sich oft als Patriarch verstehenden Individualverlegers angetreten, wobei es auch zu einer Neupositionierung der Figur des Verlegers im literarischen Feld gekommen ist. Es ist heutzutage immer noch schwer und zu früh, die Tragweite dieses Wechsels zu beurteilen, dennoch soll hier schon auf zwei grundlegende Veränderungen hingewiesen werden: Zum einen versuchen die neuen, jungen Verleger sich allmählich vom Bild des Überverlegers bzw. Kultverlegers zu entfernen, indem sie – in Anlehnung auch an die Independent-Verleger – eine weniger autokratische bzw. patriarchale Haltung vertreten, einen lockeren Umgang mit den Autoren und weiteren literaturbetrieblichen Akteuren pflegen und sich den neuen Herausforderungen des Marktes gewachsen zeigen, ohne dabei die kulturpolitische Aufgabe ihrer Tätigkeit zu vergessen; zum anderen vollzieht sich in den letzten Jahren ein weiterer Wandel, der die Geschlechterrolle betrifft, wobei immer mehr Frauen die Position der Verlege-

75 Der Tod Unselds galt außerdem als Auslöser eines langen Machtkampfes inklusive Gerichtsverfahren zwischen Unselds Witwe, Ulla Berkéwicz, die zunächst für eine kurze Zeit die Stelle der Verlagsgeschäftsführerin antrat, und der Medienholding AG Winterthur, die den Verlag komplett übernehmen wollte. Das Verfahren endete schließlich 2014, als der Verlag in eine Aktiengesellschaft umgewandelt wurde. Die Veränderungen im Haus – einschließlich des Umzugs nach Berlin und ständigen Wechsels an der Führungsspitze – sorgten für Unruhe unter den Schriftstellern, wobei auch langjährige Autoren des Verlags – wie z.B. Martin Walser – zu anderen Verlagen wechselten.

rin bzw. der Geschäftsführerin⁷⁶ antreten, und zwar in einem Berufsfeld, das seit jeher prominent als männlich gilt.

Der Zeitraum um die Jahrtausendwende stellt also eine Umbruchzeit für das (deutsche) Verlagswesen dar: Der traditionelle Verleger wird in unserer Gegenwart tiefgreifenden Veränderungen ausgesetzt, die einerseits seine Rolle im literarischen Feld abzuschwächen drohen und andererseits sein altes Image als »Geschäftsmann, Freund und Mäzen«⁷⁷ revolutionieren. Dass der Abschied von der alten Generation bzw. von einem nun traditionell gewordenen Verlegertypus, wie er von Persönlichkeiten wie Unseld, DuMont, Keel und anderen verkörpert wurde, nicht leichtfällt, zeugen darüber hinaus Versuche, diese literaturbetrieblichen Akteure durch symbolische Handlungen zu ehren und ihnen allegorische Denkmäler zu setzen, wie die Einrichtung von Verlegerpreisen⁷⁸ zeigt. Eine steigende Tendenz zur Anerkennung der Bedeutsamkeit des Verlegers zeichnet sich ferner im (literatur-)wissenschaftlichen und im literarischen Bereich ab, wo der Verleger immer öfter zum Gegenstand der literatur- bzw. buchwissenschaftlichen Forschung oder fiktionaler Texte wird.

3.4 Der Verleger in der Literatur(-wissenschaft)

3.4.1 Der Verleger als Gegenstand der Forschung

Als wichtiger Akteur im Literaturbetrieb, dem oft die Veröffentlichung von Schlüsselwerken der Literatur bzw. die symbolische sowie materielle Förderung bestimmter literarischer Strömungen zu verdanken ist, hat die Figur des Verlegers in den

76 Einige Beispiele (Stand Januar 2021): Seit 2002 führt Wagenbachs Frau, Susanne Schüssler, die Tradition des Wagenbach Verlags fort; an der Spitze von DuMont sitzt seit sieben Jahren Sabine Cramer; seit Anfang 2016 wird der Piper Verlag von Felicitas von Lovenberg geleitet; 2017 (bis 2019) wurde Birgit Schmitz Programm-Verlagsleiterin bei Hoffmann und Campe; Kerstin Gleba ersetzte 2019 Helge Machow als Hauptverlegerin des Kiepenheuer & Witsch Verlags; noch im selben Jahr löste Siv Bublitz Jörg Bong als verlegerische Geschäftsführerin des Fischer Verlags ab; schließlich führt heute Barbara Laugwitz, deren Entlassung nach ihrer vierjährigen Erfahrung als Verlegerin des Rowohlt Verlags (2018) für zahlreiche Proteste sorgte und die zunächst von Anfang 2019 bis Juni 2020 den Ullstein Verlag leitete, den dtv Verlag.

77 Fischer, Samuel: »Der Verleger und der Büchermarkt«, in: Das XXVte Jahr (= Fischer-Almanach 1911), Frankfurt am Main: Fischer 1911, S. 24-33, hier S. 24.

78 Das Fachmagazin *BuchMarkt* zeichnet seit 1994 den »Besten Verleger des Jahres« aus; seit demselben Jahr wird auch der *K.-H. Zillmer-Verlegerpreis* verliehen, der »in Deutschland tätige Verlegerpersönlichkeiten für herausragenden verlegerischen Idealismus und Mut« würdigt; die Kurt-Wolff-Stiftung, die 2000 gegründet wurde, vergibt seit 2001 Auszeichnungen an bedeutende Verlage (und Verleger) der unabhängigen Verlagsszene.