

der Realität mehrere Verlegertypen ausloten lassen, die entweder unterschiedliche Ziele anstreben oder sich verschiedener Praktiken bedienen, um sich selbst und ihre Verlage zu profilieren und/oder um Gewinne zu erzielen. Im Rahmen dieser Arbeit wird dieser spezifische (und eher ideelle) Verlegertypus zunächst anhand konkreter Beispiele – sowie auch potenzieller Abweichungen – aus der Geschichte und der Gegenwart des deutschsprachigen Verlagswesens beleuchtet, um dann später als Kontrastfolie bei der Analyse der literarischen Darstellungen der Figur des Verlegers zu dienen. Deswegen wird im Folgenden der Blick ausschließlich auf den Typus des »literarischen« (Kultur-)Verlegers gerichtet werden, d.h., um die Worte des Verlegers und Theoretikers des deutschen Buchhandels Friedrich Christian Perthes zu benutzen, es wird von »Verlegern, die, schnöden Gewinnes wegen, elende Zusammenstoppelungen, freche Flugschriften, schöngestigten Zeitvertreib etc. für Tagelohn fabrizieren lassen, [...] nicht gesprochen«<sup>19</sup>.

### 3.2 Der Verleger in der Geschichte: eine historisch-typologische Übersicht

Wie schon erwähnt, ist die Geschichte des Verlegerberufs mit der Entwicklung des Buchwesens und des Buchhandels eng verflochten, weshalb folgende Betrachtungen zwar keinen Anspruch auf Vollständigkeit, vor allem was die gesamte Geschichte des Literaturbetriebs angeht, erheben. Zum einen setzen sie sich als Ziel, einige Kontinuitäten und Brüche, welche die Entwicklung der Figur des Verlegers charakterisiert haben, zu identifizieren und zu erörtern; zum anderen wird versucht, aus einer historischen Perspektive und anhand von ausgewählten Beispielen aus dem deutschsprachigen literarischen Feld verschiedene Verlegertypen herauszuarbeiten, und somit eine typologische Entwicklungslinie des Berufsbildes des Verlegers bis heute nachzuzeichnen. Es geht im Folgenden an erster Stelle also darum, jene »typischen strukturellen Erscheinungen der Vergangenheit, die auch – zumindest latente – Möglichkeiten der Gegenwart [sind]«<sup>20</sup> zu beleuchten, sie in ihrer diachronischen Dimension zu erfassen und anschließend als Folie für die Analyse der Rolle des Verlegers im heutigen Literaturbetrieb zu verwenden.

Die Ursprünge der verlegerischen Tätigkeit greifen bis in die Antike zurück: Doch auch wenn als Urprototyp des Verlegers der römische Kulturvermittler und Herausgeber von Ciceros Werken Titus Pomponius Atticus betrachtet werden

19 Perthes, Friedrich Christoph: »Über den Beruf und Stand des deutschen Buchhändlers«, in: Ders., Der deutsche Buchhandel als Bedingung des Daseins einer deutschen Literatur. Schriften, Stuttgart: Reclam 1995, S. 33-47, hier S. 38.

20 Langenbacher, Wolfgang R.: »Der Verlag im gesellschaftlichen Kommunikationsfeld«, in: Meyer-Dohm/Strauß, Handbuch des Buchhandels, Bd. II (1975), S. 33-36, hier S. 33.

darf<sup>21</sup>, und weitere Persönlichkeiten, die im Mittelalter Handschriften anfertigen ließen und damit handelten – wie z.B. Diebold Lauber (15. Jahrhundert), der eine Werkstatt in Hagenau führte –, als Ur-Verleger bezeichnet werden könnten, etabliert sich dieser Beruf in seiner modernen Form erst ab der Gutenberg'schen Erfindung des Drucks, als die ersten (Buch-)Drucker anfangen, verlegerische Aufgaben wahrzunehmen. Da der »Übergang zum gedruckten Buch [...] zur Festlegung einer bestimmten Auflagenhöhe« zwingt sowie die »Notwendigkeit zur Investition und, im Regelfalle, zur Lagerhaltung«<sup>22</sup> entstehen lässt, werden die ersten Drucker in Personalunion als Drucker, Verleger und Buchhändler tätig. Diese sogenannten »Drucker-Verleger«<sup>23</sup> führen noch keinen Verlag im modernen Sinne, sondern verkörpern den Verlag selbst, indem sie eigenständig Werke drucken, mit anderen Verlegern handeln und sich persönlich um den Vertrieb der eigenen Produkte in ihrer Umgebung sowie auf den großen Handelsmessen in Frankfurt am Main und Leipzig<sup>24</sup> kümmern. Dennoch findet zu dieser Zeit noch kein fürs Publikum relevantes Identifikationsverfahren zwischen Verleger und Verlag statt und ihr Ruhm hängt in erster Linie von der materiellen wie inhaltlichen Qualität ihrer Produkte ab.

Erst ab dem 16. Jahrhundert, und zwar mit der Reformation, der Durchsetzung des Deutschen als literarische Sprache und der Entstehung einer frühneuzeitlichen deutschen Literatur, unterliegen das gesamte Buchwesen sowie die Figur des Verlegers neuen tiefgreifenden Veränderungen, die zur Trennung der technischen von der wirtschaftlichen und kulturellen Dimension dieses Berufs führen. Da die Verleger sich immer öfter mit der Beschaffung von Manuskripten, dem Umgang mit den Autoren und der Distribution und dem Verkauf der von ihnen publizierten Werke konfrontiert sehen, beginnen sie allmählich, das Druckverfahren bei Dritten in Auftrag zu geben. Daraufhin zeichnen sich insbesondere das 17. und das 18. Jahrhundert als eine »Sattelzeit«<sup>25</sup> ab, in der das Verlagswesen eine konjunkturelle Entwicklung erfährt, die insbesondere seine ökonomische Dimension betrifft: Herrschte in der Barockzeit der Tauschhandel, wobei man »im Prinzip Druckbogen gegen Druckbogen eintauschte, nach dem sogenannten ›Baratto-Prinzip‹, sodass »ein Buch [...] damit unabhängig von Auflage, Druckqualität, Inhalt und Autor rein

21 Dazu siehe Dortmund, Annette: Römisches Buchwesen um die Zeitenwende. War T. Pomponius Atticus (110-32 v. Chr.) Verleger?, Wiesbaden: Harrassowitz 2001.

22 Widmann, Hans: Geschichte des Buchhandels, Wiesbaden: Harrassowitz 1975, S. 49.

23 Als Vertreter dieser ersten Verleger-Kategorie ist der Bamberger Albrecht Pfister (1420-1466 ca.) zu nennen, welcher der deutschen Verlagskunst einen erheblichen Vorschub leistete und die erste deutsche große Prosadichtung – den *Ackermann von Böhmen* (um 1400) des Johannes von Tepl – druckte.

24 R. Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels, S. 31f.

25 Ebd., S. 111.

materiell gehandelt<sup>26</sup> wurde, wird diese Handelsform rund um 1760 und vor allem im Norden – insbesondere in der Buchhauptstadt Leipzig – vom sogenannten Nettohandel ersetzt: Bücher bzw. Druckbogen werden ab nun nicht mehr getauscht, sondern gegen Barzahlung ver- und gekauft. Die Folge dieses Wechsels zu einem auf Geld basierenden Kommerz<sup>27</sup> war einerseits die Trennung zwischen Verlag und Sortiment, andererseits die Aufwertung nicht nur des materiellen, sondern auch des inhaltlichen Wertes des Buches. Dies führte außerdem zur Entstehung eines neuen Verlegertypus, der sich von seinem kaufmännischen Instinkt – sei es was die Investitionen in die Veröffentlichung von Büchern, sei es was die Verhandlungen mit anderen Verlegern und den Autoren betrifft – leiten ließ. Als Verkörperung dieses Typus kann man den Geschäftsführer der Leipziger Weidmannschen Buchhandlung Erasmus Philipp Reich (1717-1787) ansehen, der übrigens der erste war, der den kapitalistischen Nettohandel favorisierte und für seine Bücher Barzahlungen verlangte, was ihn zu einem der erfolgreichsten und vermögendsten Verleger seiner Zeit werden ließ.

Reich stellt den ersten einer Reihe von berühmten Verlegern dar, die ab der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts erhebliche Impulse zur Entwicklung sowohl des Buchhandels als auch der deutschsprachigen Literatur verleihen: Verleger wie Georg Joachim Göschen (1752-1828) und Johann Friedrich Cotta (1764-1832) werden heute noch als Beispiele erfolgreicher Verlegertätigkeit angeführt, einerseits weil sie mit den wichtigsten Schriftstellern der Aufklärung, des Sturm und Drang und der Weimarer Klassik wie Wieland, Goethe und Schiller eng verbunden waren, andererseits weil sie, im Gegensatz zu einigen ihrer Vorläufer nicht nur auf direkte ökonomische Gewinne abzielten, sondern sich für die Verbreitung einer anspruchsvollen und qualitativ hochwertigen Literatur sowie für die materielle und symbolische Förderung ihrer Autoren einsetzten.

In dieser Zeit rücken Verleger nichtsdestoweniger immer mehr ins Blickfeld der Kritik seitens der Autoren, deren Selbstverständnis zu diesem Zeitpunkt zu einem neuen Bewusstsein gelangt. Als freie Schriftsteller und als Genies fühlen sich die Autoren meistens von den kaufmännischen Unternehmungen ihrer Ver-

---

26 Schönstedt, Eduard/Breyer-Mayländer, Thomas: *Der Buchverlag. Geschichte, Aufbau, Wirtschaftsprinzipien, Kalkulation und Marketing*, Stuttgart/Weimar: Metzler 2010, S. 22.

27 Dieser Wechsel hatte zwei weitere Hauptereignisse zur Folge: einerseits eine bibliopolitische Spaltung des deutschen Buchmarktes, die sich ebenfalls aus konfessionellen und politischen Gründen vollzog und zur Entstehung von zwei getrennten Hauptgebieten, einem nördlichen und einem südlichen, führte, wobei der nördliche Teil von den Leipziger Verlegern und ihrem neuen Handelssystem beherrscht wurde; andererseits veranlasste der Ausschluss der süddeutschen und österreichischen Gebiete aus dem Leipziger-Markt die Entwicklung des Verfahrens des Nach- bzw. Raubdruckes, wobei Bücher oft illegal oder mit erheblichem finanziellen Schaden für die Verlage nachgedruckt und verkauft wurden.

leger ausgebeutet. Beschimpfen Herder<sup>28</sup> und Goethe<sup>29</sup> die Verleger als teuflische Kreaturen, so versuchen andere Schriftsteller, wie Wieland und Nicolai, die in Personalunion Autoren, Verleger und Herausgeber von Zeitschriften waren, sowie Lessing<sup>30</sup> und Klopstock<sup>31</sup> sich der Macht der »Torhüter zu Ruhm und Erfolg«<sup>32</sup> zu entziehen und plädieren für neue Formen des Verlagsgeschäfts, insbesondere für den Selbstverlag, und kämpfen für die Anerkennung ihrer Urheberrechte. Diese Auseinandersetzungen zwischen Autoren und Verlegern werden zunächst mit der Gründung des *Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig* (1825), welcher versuchte, dem Buchhandel klare Regeln zu geben, und danach mit der Einführung des Urheberrechts (zuerst 1835 in Preußen, dann allmählich bis 1871 im ganzen Deutschland) zumindest konkret beendet und in einen eher symbolischen Kampf, welcher heute immer noch die Autor-Verleger-Beziehung kennzeichnet, verwandelt.

Neben dem Typus des Großverlegers, wie eben J.F. Cotta oder der liberale Anton Philipp Reclam (1807-1896) ihn verkörpern, lassen die politischen Unruhen in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts einen neuen Verlegertypus entstehen. Der politisch engagierte Verlegertypus *à la* Julius Campe (1792-1867) stellt eine gelungene Mischung zwischen kultureller Mission und profitorientiertem Unternehmertum dar: Indem er sich für die Veröffentlichung und Verbreitung von oppositionellen und liberalen Werken einsetzt, gelingt es ihm einerseits die ›revolutionären‹ Ideen der Autoren – wie Heinrich Heines und weiterer *Jungdeutschen* – dem Publikum zu vermitteln, andererseits den eigenen Profit zu vermehren, da er die Zensurmaßnahme und die Verbote geschickt zu instrumentalisieren und dabei die Nachfrage nach den von ihm publizierten Büchern zu steigern weiß.

Daraufhin gestaltet sich die Zeit um die Jahrhundertwende und die Moderne als entscheidend für die Entfaltung eines neuen Verlegertypus, die bis heute noch als erstrebenswert betrachtet wird: der sogenannte ›Kulturverleger‹. Unter diesem

28 »Euch Buchdrucker, Verleger und Buchhändler sollte überhaupt alle der leidige Teufel holen.« Herder, Johann Gottfried von: Briefe, Bd. 4, Weimar: Hermann Böhlau Nachfolger 1979, S. 29.

29 Berühmt ist das Diktum Goethes »Die Buchhändler sind alle des Teufels, für sie muß es eine eigene Hölle geben«, welches der Dichter 1829 in einem Gespräch mit Friedrich von Müller über seinen damaligen Verleger J.F. Cotta ausgesprochen haben soll. Zitiert nach Unseld, Siegfried: Goethe und seine Verleger, Frankfurt am Main/Leipzig: Insel 1991, S. 617.

30 Für kurze Zeit (1767-68) war Lessing in Zusammenarbeit mit dem Verleger und Drucker Johann Joachim Christoph Bode in Hamburg als Verleger tätig.

31 Mit der Veröffentlichung seiner *Deutschen Gelehrtenrepublik* (1774) unternahm Klopstock einen der ersten Versuche, einen kollektiven und auf Subskriptionen basierten Autorenverlag zu gründen.

32 R. Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels, S. 148.

von Eugen Diederichs (1867-1930) geprägten Begriff<sup>33</sup> wird ein Verleger verstanden, der »wirtschaftliches Erfolgsstreben verstärkt mit ideellen Zielsetzungen«<sup>34</sup> verbindet, zur Verbreitung bestimmter literarischen Tendenzen aktiv beiträgt und Autoren materiell, finanziell und nicht zuletzt kulturell-symbolisch fördert. Zu den berühmtesten Verlegerpersönlichkeiten dieser Zeit zählen, neben dem schon erwähnten Diederichs, Samuel Fischer (1859-1934), Reinhard Piper (1879-1953), Anton Kippenberg (1874-1950), Ernst Rowohlt (1887-1960) und Kurt Wolff (1887-1963). Sie alle gehören einer neuen Generation von jungen Männern aus bürgerlichen Familien mit guten ökonomischen Verhältnissen an<sup>35</sup>, die diesen Beruf aus reiner Leidenschaft für Literatur und Kultur wählen. Indem sie erzieherisch-pädagogische Absichten verfolgen, die verlegerische Tätigkeit als kulturpolitische Aufgabe verstehen und menschliche und freundliche Beziehungen zu ihren Autoren zu pflegen wissen<sup>36</sup>, versuchen sie, die Herausforderungen der Zeit zu bewältigen und sich der zunehmenden Expansion, Segmentierung und Vermassung des Buchmarktes<sup>37</sup> entgegenzusetzen. Demgemäß kämpfen diese ›neuen‹ Kulturverleger gegen die Auffassung des Buches als Ware<sup>38</sup> und widmen sich immer mehr der Profilierung des eigenen Verlags und dessen Programms, wobei sie oft besondere zeitgenössische literarische Strömungen vorziehen.<sup>39</sup> Des Weiteren entwickeln sie neue Formen der Buchproduktion, wie z.B. jene preiswerten Buchreihen, die es ihnen ermöglichen, kulturell relevante Bücher – das sogenannte *Kulturbuch* – dem breiten Volk zugänglich zu machen und der wachsenden Konkurrenz vonseiten der neuen Medien, wie Hörfunk und Film, standhalten zu können.

- 
- 33 »Kulturverleger sein heißt nicht dieses und jenes wichtige und schöne Buch zu verlegen, sondern unbirrt von augenblicklichem Erfolg und dementsprechend unbekümmert um Tagesmode verlegen und an den Sieg der Idee glauben.« Diederichs, Eugen: *Aus meinem Leben*, Jena: Diederichs 1938, S. 25.
- 34 Faulstich, Werner: *Medienwandel im Industrie- und Massenzeitalter (1830-1900)*, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2004, S. 200.
- 35 Vgl. Kuhbandner, Birgit: *Unternehmer zwischen Markt und Moderne. Verleger und zeitgenössische deutschsprachige Literatur an der Schwelle zum 20. Jahrhundert*, Wiesbaden: Harrassowitz 2008, S. 89f.
- 36 Wolff bezeichnete die Beziehung zwischen Autor und Verleger eben als Liebesbeziehung: »Die Beziehung zum Autor muß von des Verlegers Seite eine Liebesbeziehung sein, die nichts fordert, die schon im Voraus verziehen hat: die kleinen Unzuverlässigkeiten, und auch die immer mögliche große Untreue.« K. Wolff: *Autoren, Bücher, Abenteuer*, S. 9.
- 37 R. Wittmann: *Geschichte des deutschen Buchhandels*, S. 271.
- 38 »Diese meisten noch jungen, hochmotivierten Verleger entwickelten ein Selbstverständnis, das seinen Ausdruck in dem Prinzip fand, nicht Bücher, sondern Autoren und ihr Œuvre zu verlegen.« Schneider, Ute: »Verlagswesen«, in: Eke/Elit, *Literarische Institutionen* (2019), S. 357-371, hier S. 362.
- 39 So wurde S. Fischer zum ›Verleger des Naturalismus‹, während K. Wolff sich den Titel ›Verleger des Expressionismus‹ verdiente.

Auch im Bereich der Verlagsorganisation und der Rolle des Verlegers innerhalb seines Unternehmens verzeichnet der Zeitraum um die Jahrhundertwende einige grundlegende Veränderungen: Zum einen veranlasst die Expansion des Buchmarktes nicht nur einen Zuwachs an Verlagen, sondern auch eine strukturelle Erweiterung der einzelnen Unternehmen, vor allem was die Anzahl des Personals betrifft, sodass der Verleger nun zum Vorgesetzten mehrerer in verschiedene Fachabteilungen<sup>40</sup> unterteilter Mitarbeiter wird, die, wie z.B. der Lektor<sup>41</sup>, nun Aufgaben übernehmen, die früher vom Verleger selbst erfüllt wurden; zum anderen werden Verlage, die bisher größtenteils als Familienunternehmen geführt wurden, oft in Aktiengesellschaften umgewandelt<sup>42</sup>, die entweder vom Verleger oder von einem verantwortlichen Geschäftsführer geleitet werden.

Die Zeit nach dem Ersten Weltkrieg und die Epoche der Weimarer Republik bringen durchgreifende Veränderungen im Bereich des Buchhandels mit sich, die einerseits neue Produktions-, Vertriebs- und Vermittlungswege betreffen, welche die Bedürfnisse eines breiteren und ausdifferenzierten Publikums befriedigen könnten, und andererseits den Verlagen neuere, den veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen eines immer mehr kapitalisierten Marktes gewachsene Organisationsstrukturen<sup>43</sup> verleihen.

Insbesondere während der Zeit der Weimarer Republik müssen Verleger sich »auf einen neuen Markt und auf ein verändertes Rezeptionsverhalten der Leser, die das Buch nur noch als eine von mehreren Unterhaltungs- oder Bildungsmöglichkeiten ansahen, einstellen. Neben das klassische Sortiment rückten neue Vertriebsformen einer mobiler werdenden Gesellschaft, die preiswerten Buchreihen fanden vor allem im Bahnhofs- und Warenhausbuchhandel steigenden Absatz. Auf diese Weise sank gleichzeitig die Hemmschwelle bildungsferner Schichten, Bücher zu konsumieren. Die Zeitschriften wurden zu wichtigen Partnern der literarischen Verlage, da in den deutschsprachigen Ländern jedes Jahr etwa 20.000 Zeitschriftenromane publiziert wurden.«<sup>44</sup>

40 Vgl. Jäger, Georg: »Das Unternehmen, Unternehmensführung und -kultur«, in: Ders. (Hg.), Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert, Bd. 1/1, Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung 2001, S. 245-262, hier S. 246ff.

41 Der Lektor übernimmt ab Anfang des 20. Jahrhunderts erst nur eine Funktion des Verlegers, nämlich die Lektüre und Beurteilung der Manuskripte; erst später werden Lektoren zu wichtigen Ansprechpartnern der Autoren; vgl. dazu Schneider, Ute: Der unsichtbare Zweite. Die Berufsgeschichte des Lektors im literarischen Verlag, Göttingen: Wallstein 2005.

42 Füssel, Stephan: »Belletristische Verlage«, in: Fischer, Ernst (Hg.), Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert, Bd. 2/2, Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung 2012, S. 1-90, hier S. 2.

43 Ebd.

44 Ebd., S. 1.

Die Machtübernahme der Nationalsozialisten und die von ihnen angeordnete kulturpolitische Gleichschaltung bedeuten einen radikalen Einschnitt auch für das Verlagswesen. Die Hauptrolle wird nun vom Zentralverlag der NSDAP und von nazifreundlichen Verlagen<sup>45</sup> getragen; berühmte Verleger wie E. Rowohlt<sup>46</sup> oder Gottfried Bermann Fischer (1897-1995), Schwiegersohn des 1934 verstorbenen Samuel Fischer und seit demselben Jahr Leiter des gleichnamigen Verlags, müssen aus Deutschland fliehen und ihre Verlage verlassen. Während Rowohlt sein Unternehmen 1943 schließt und erst nach Kriegsende mithilfe seines Sohns Heinrich Maria Ledig-Rowohlt (1908-1992) wieder auf die Beine stellen wird, überlässt Bermann Fischer 1939 den Fischer Verlag Peter Suhrkamp (1891-1959), der während des Kriegs auch auf eigene Kosten – Suhrkamp kommt sogar wegen Hoch- und Landesverrats ins Konzentrationslager – den Fischer Verlag, den er 1942 in Suhrkamp Verlag umbenennt, ganz im Sinne der häuslichen Tradition führt.

Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs ist der Buchhandel Deutschlands<sup>47</sup> fast komplett zerstört. Dem Wiederaufbau eines vollfunktionierenden Verlagswesens verhelfen insbesondere zwei Verleger, die zudem zwei unterschiedliche Verlegerotypen verkörpern – die schon erwähnten Peter Suhrkamp und Heinrich Maria Ledig-Rowohlt. Der erste trennt sich 1950 nach einem Streit mit Bermann Fischer<sup>48</sup> vom Fischer Verlag und wird alleiniger Leiter seines eigenen gleichnamigen Unternehmens, welches schon von Anfang an auf eine breite Autorenbasis zählt, denn

- 
- 45 Als Beispiel sei hier Georg von Holtzbrinck angebracht, der dank seiner Mitgliedschaft in der NSDAP sein Verlagsunternehmen im Dritten Reich ungestört leiten konnte und nach dem Entnazifizierungsprozess lediglich zu einer Geldstrafe von 1200 DM verurteilt wurde. Vgl. Ziegler, Edda: *Buchfrauen. Frauen in der Geschichte des deutschen Buchhandels*, Göttingen: Wallstein 2014, S. 212.
- 46 Nach einem Zeitraum in Brasilien kehrte E. Rowohlt ins nationalsozialistische Deutschland zurück und wurde in die Wehrmacht eingezogen; vgl. dazu die Kapitel »Zwischenspiel in Brasilien« und »Ernst Rowohlt im Zweiten Weltkrieg« in Mayer, Ernst Rowohlt (1968), S. 131-149.
- 47 Es wird im Folgenden nur die Verlegerlandschaft der BRD in den Blick genommen, denn in der DDR beruhte das Profil der einzelnen Verlage »gerade nicht auf der großen Verlegerpersönlichkeit, die vielmehr jederzeit austauschbar war«, wobei »die Rolle des Verlegers in diesem System gegenüber der Bedeutung bürokratischer Verfahren und undurchsichtiger Entscheidungsprozesse in den Hintergrund [trat]«. Lokatis, Siegfried: »Wissenschaftler und Verleger in der DDR: Das Beispiel des Akademie-Verlages«, in: *Geschichte und Gesellschaft* 1 (1996), S. 46-61, hier S. 46.
- 48 Als Bermann Fischer 1949 den Anspruch erhebt, den Verlag zurückzubekommen, weigert sich Suhrkamp heftig, wobei es zu einem Streit zwischen den beiden kommt, der anschließend zur Trennung führt. Vgl. dazu einerseits die Schilderung Bermann Fischers in Bermann Fischer, Gottfried: *Bedroht – Bewahrt. Wege eines Verlegers*, Frankfurt am Main: Fischer 1967, S. 318-324; andererseits die Darstellung Siegfried Unselds in Unseld, Siegfried: *Peter Suhrkamp. Zur Biographie eines Verlegers* in Daten, Dokumenten und Bildern, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1991, S. 133-139.

von den 48 Autoren, die nach der Trennung der beiden Verlage wählen dürfen, ob sie bei Fischer bleiben oder zu Suhrkamp wechseln, entscheiden sich 33 Schriftsteller für den Übergang. Unter dem Motto »Die Dichtung darf nicht aufhören«<sup>49</sup> leistet Suhrkamp in den 1950er Jahren einen unvergleichbaren Beitrag zum Wiederaufbau der deutschen Kultur, indem er durch die Veröffentlichung von eher konservativen und vom Publikum beliebten Werken – wie z.B. dem Werk von H. Hesse – die Publikation von wenig rentablen, doch überaus anspruchsvollen Werken zeitgenössischer Autoren nicht nur aus dem Bereich der Belletristik, sondern auch des Theaters (Brecht) und der Philosophie (Adorno), subventioniert. Profiliert sich Suhrkamp als ein »elitär-progressive[r] Literaturvermittler«<sup>50</sup> im Sinne der alten Kulturverleger, schlägt der zuerst in Stuttgart und ab 1950 in Hamburg ansässige Heinrich Maria Ledig-Rowohlt den entgegengesetzten Weg ein, indem er alles auf das sogenannte Billigbuch setzt. Seine *Rowohlt-Rotations-Romane* (ro-ro-ro) – ab 1946 im Zeitungsformat veröffentlicht – ebnen den Weg für die spätere Etablierung des Taschenbuchs.<sup>51</sup> Im Vergleich zu Suhrkamp, dem die Verbreitung einer progressiven Literatur am Herzen liegt, setzt sich Ledig-Rowohlt für die Demokratisierung des Buches ein, ohne dabei den ästhetischen und literarischen Wert der Werke zu vernachlässigen oder auf ein breites und international angelegtes Programm zu verzichten.

Diese zwei unterschiedlichen Verlagspolitiken, die einerseits einer eher elitären und avantgardistischen, andererseits einer demokratischen bzw. volksnahen Auffassung von Literatur entsprechen, fließen schließlich in die Figur Siegfried Unselds (1924-2002) zusammen. Als Geschäftsführer des Suhrkamp Verlags seit dem Tod Suhrkamps 1959 wird Unseld binnen kurzer Zeit zur wichtigsten Persönlichkeit des deutschen Verlagswesens. Sein autoritärer und zielsicherer Führungsstil, seine Verpflichtung zur persönlichen Autorenpflege sowie sein sicheres Gespür für an-

49 »Und hier möchte ich nun sagen, daß es unsere, der Buchhändler und Verleger Aufgabe jetzt ist, bei uns wieder neue Dichtung möglich zu machen, indem wir die Elite der Begabten pflegen, ohne die neue Dichtung nicht möglich ist.« Suhrkamp, Peter: »Die Dichtung darf nicht aufhören«. Aus dem Vortrag »Wie wird ein Buch an den richtigen Leser gebracht«, gehalten in Berlin-Friedenau am 5. Februar 1947. Berlin: Wolff 1971, S. 7.

50 R. Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels, S. 384.

51 Bald danach folgten auch andere Verlage wie Fischer und Ullstein dem Beispiel Rowohlts; dennoch erntete das Modell des Taschenbuches auch Kritik, wie z.B. seitens desselben Suhrkamp, der die Entstehung einer Taschenbuch-Reihe in seinem Verlag stark ablehnte, oder des Schriftstellers Hans Magnus Enzensberger, der das Taschenbuch zunächst als ein reines, der Bildung feindliches Konsumgut verstand; vgl. dazu Enzensberger, Hans Magnus: »Bildung als Konsumgut. Analyse der Taschenbuch-Produktion«, in: Ders., Einzelheiten I. Bewußtseins-Industrie, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1964, S. 134-166.

spruchsvolle und gleichzeitig höchst profitable verlegerische Unternehmungen<sup>52</sup> lassen Georg Steiner 1973 den berühmten Begriff »Suhrkamp-Kultur«<sup>53</sup> prägen und verdienen ihm den Beinamen »Verlegergeneral«<sup>54</sup>. Indem er avantgardistische Ansprüche mit einem untrüglichen geschäftlichen Instinkt verbindet, ist Unseld jahrelang imstande, seinen Verlag vor den zunehmenden Konzentrationstendenzen im Verlagswesen<sup>55</sup> zu schützen und seine Unabhängigkeit zu sichern. Indem er einen freundlichen Umgang mit vielen Autoren und Kollegen pflegt und sich im literarischen Feld zu inszenieren und zu profilieren weiß, verkörpert er einen neuen Verlegertypus: Mit Unseld vollzieht sich eine Entwicklung vom alten Kulturverleger zum neuen ›Kultverleger‹, wobei die Person des Verlegers zum Inbegriff des Verlags selbst wird.

Neben dem individuellen ›Überverleger‹, der an der Spitze der Verlagsorganisation sitzt und die ganze Entscheidungsmacht in seinen Händen hält, setzt sich vor allem nach 1968 das Alternativmodell des Autoren-Verlags durch. In sogenannten Autorenverlagen haftet der Verleger zwar »mit Kopf und Kasse für seine Entscheidungen«<sup>56</sup>, ist jedoch nicht der Einzige der Entscheidungen trifft und bezieht also die Position eines *primus inter pares* innerhalb eines aus Autoren, Lektoren und anderen Mitarbeitern zusammengesetzten Kollektivs, das die verlegerische Tätigkeit gemeinschaftlich ausübt. Als Beispiele für Verlage dieser Art, die sich oft für die Förderung einer politisch engagierten Literatur einsetzen und gegen die großen rechtsliberalen und marktorientierten Großkonzerne ideell und materiell kämpfen, sind unter anderen der 1969 nach dem sogenannten »Aufstand der Lektoren«<sup>57</sup> vom Lektor Walter Boehlich gegründete Verlag der Autoren und der 1964 von Klaus Wagenbach (\*1930) ins Leben gerufene linksorientierte und oppositionelle Wagenbach Verlag zu nennen.

52 Siehe z.B. einige heute zum Klassiker gewordene Reihen, wie die avantgardistische *edition suhrkamp* (gegr. 1963) oder die 1971 ins Leben gerufene *suhrkamp taschenbuch*, bis zur Gründung der *Suhrkamp BasisBibliothek* (1991).

53 Wie Stefan Kaiser bemerkt, steht dieser Begriff vor allem »für das Prinzip Siegfried Unselds, der stets auf Köpfe und deren Lebenswerk setzte statt auf Bestsellerproduktion ab Fließband, der nicht nur eine eigenständige Literatur herausbringen, sondern sich zugleich in die gesellschaftlichen Debatten einmischen wollte und dabei nichts Geringeres als die ›Gegenwartsdeutung‹ beanspruchte«. Kaiser, Stefan: »Die Neuinterpretation der Welt«, in: Du. Das Kulturmagazin 803 (2010), S. 3-5, hier S. 3.

54 Biller, Maxim: »Unternehmen Elfenbeinturm«, in: Ders., Hundert Zeilen Hass, Hamburg: Hoffmann und Campe 2017, S. 187-189, hier S. 187.

55 R. Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels, S. 379.

56 K. Wagenbach: Die Freiheit des Verlegers, S. 284.

57 Der Begriff bezieht sich auf den Streit und die darauffolgende Trennung, die 1968/69 zwischen den Lektoren, in erster Linie Walter Boehlich, und dem Verleger Siegfried Unseld im Hause Suhrkamp stattfand.

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 werden<sup>58</sup>, 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«<sup>59</sup> sehen. Unter diesen Begriff fallen jene Persönlichkeiten, die in den obersten Etagen des von ihnen jeweils 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«<sup>60</sup> 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.