»Seismograph«

Kurt Wolff im Kontext

Insel-Bücherei Nr. 1332

Jon Baumhauer
zum 70. Geburtstag am
1. Februar 2014

»Seismograph«

Kurt Wolff im Kontext

Insel Verlag

Insel-Bücherei Nr. 1332
Redaktion Raimund Fellinger

Erste Auflage 2014
© Insel Verlag Berlin 2014
Alle Rechte vorbehalten,
insbesondere das der Übersetzung, des öffentlichen
Vortrags sowie der Übertragung durch Rundfunk
und Fernsehen, auch einzelner Teile.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages
reproduziert oder unter Verwendung
elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt
oder verbreitet werden.
Druck: Druckhaus Nomos, Sinzheim
Printed in Germany
ISBN 978-3-458-19332-6

»Seismograph«

Kurt Wolff im Kontext

Frans Masereel, Umschlagabbildung von 1927. *Ein Almanach für Kunst und Dichtung aus dem Kurt Wolff Verlag*

Wie hätte man denn anders zu dem Verleger werden können, der man, auch, geworden ist?

> »Schon in der Gymnasialzeit habe ich begonnen, den Grundstock zu einer großen Büchersammlung zu legen; aber erst in den Jahren 1907-1911 ist der größte Teil meiner Bibliothek von mir erworben worden, die sich im Sommer 1912 auf insgesamt etwa 12000 Bände belief.«

Das Sammeln von Büchern ist der eine Grundimpuls des gerade Zwanzigjährigen. Danach gewinnt ein anderer Umgang mit Gedrucktem die Oberhand: das Verlegen von Büchern. Um diese Intention umzusetzen, wurde die erste Bibliothek geopfert: Sie kam im November 1912 im Auktionshaus Joseph Baer & Co, Frankfurt am Main, unter den Hammer.

Das Jahr 1912 markiert in dieser durchaus paradoxen Form die Teilhabe an der Bücherwelt: Im Oktober 1912, nachdem er sich bereits 1910 als stiller Teilhaber des Ernst Rowohlt Verlags, Leipzig, engagiert hatte, wird der Fünfundzwanzigjährige zunächst Kommanditist, unmittelbar danach erfolgt die Trennung von Ernst Rowohlt, um allein die verlegerische Leitung zu übernehmen. Die

Bedingungen der Vertrags- und Verlagsauflösung: Gegen eine Abfindung von 15 000 Mark tritt Rowohlt den Verlag inklusive Bühnenvertrieb mit allen Aktiva und Passiva ab, einschließlich des Verlagsnamens. Rowohlt verpflichtet sich darüber hinaus, keinen Verlag unter seinem Namen zu gründen.

Ernst Rowohlt wechselte am 1. Februar 1913 als Prokurist in den S. Fischer Verlag, aber auch hier war nicht Raum genug für eine »Doppelspitze« in der Verlagsführung: Ende desselben Jahres gab Rowohlt auf – 1919 probte er unter eigenem Namen und eigener Regie einen Neuanfang.

Am 15. Februar 1913 begründet Kurt Wolff unter seinem Namen einen Verlag in Leipzig.

Jede Neugründung erfordert ein detailliertes Studium der Konkurrenten und eine daraus resultierende Strategie, die möglichst auf die Erlangung von Alleinstellungsmerkmalen abzielt. 1912 existierten bereits, laut zeitgenössischen Schätzungen, allein auf dem Gebiet dessen, was man heute als Belletristik bezeichnet, 412 Buchreihen, die insgesamt 21 357 Einzeltitel publiziert hatten.

Den Markt der billigen Klassikerausgaben – ermöglicht vor allem durch die im Jahr der Gründung der Sammlung in Kraft getretene Beschränkung des Copyrights für deutsche Autoren auf 30 Jahre, die keine Privat-Privilegien für Verlage vorsah – in bescheidener, normierter Ausstattung und nicht zu unterbietendem Preis (20 Pfennig) dominierte der Verlag Philipp Reclam

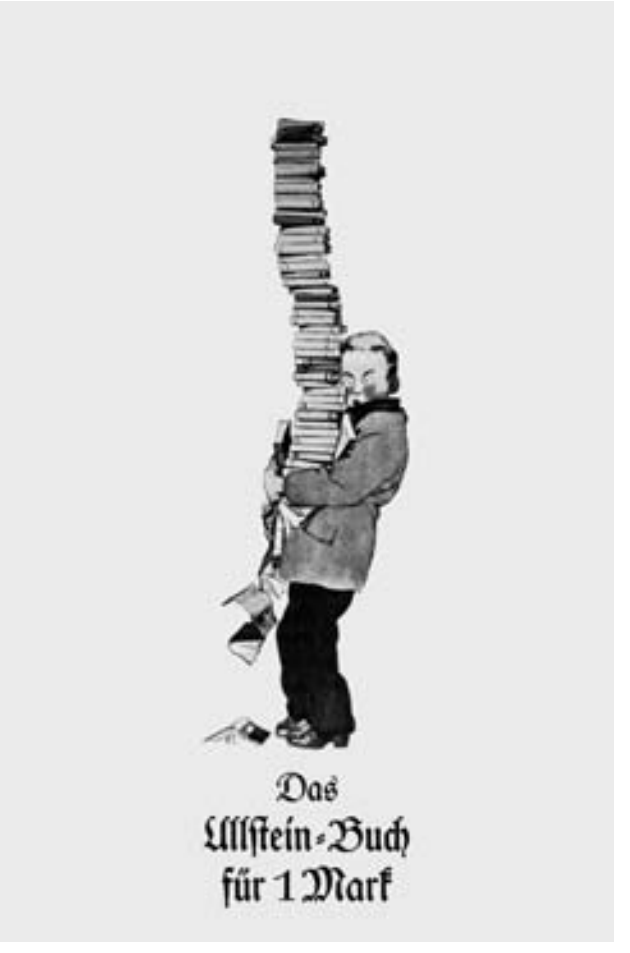
jun., Leipzig, der 1867 die Universal-Bibliothek (Band 1, natürlich, Johann Wolfgang Goethe, natürlich *Faust*) begründete und im Jahr 1908 stolze 5000 Bände vorweisen konnte. Zu Recht führt diese Reihe ihren Titel: Bestand die ursprüngliche Konzeption darin, »sämmtliche[] classische[n] Werke unserer Literatur, die ein allgemeines Interesse in Anspruch nehmen und deren Umfang es gestattet«, vorzulegen, erweiterte sich das Spektrum 1877 unter anderem um philosophische Texte, es folgten Lexika, »Erläuterungen zu Meisterwerken der deutschen Literatur«, Operntextbücher. 1912 kamen die ersten Automaten – wie bei anderen Artikeln, etwa Süßigkeiten – mit Bänden der Universal-Bibliothek zum Einsatz, ein »selbständiges Filialgeschäft« ohne Personalkosten und nur relativ bescheidene Investitionen erfordernd: Peter Behrens gestaltete ihn in einer Weise, daß er eine »höchst vornehme und ansprechende äußere Form besitzt und wie ein Schaufenster wirkt, indem er zwölf verschiedene Bände zur Auswahl anbietet. Jedes einzelne Buch ist mit einem Streifband umgeben, auf dem in einer deutlichen Schrift mit kurzen prägnanten Sätzen der Inhalt erläutert, die Neugierde durch ein treffendes Urteil erregt oder eine Charakteristik des Autors gegeben wird – besser, als irgendein Verkäufer dazu in der Lage wäre«.

Eine einheitliche Gestaltung wies auch eine andere »Bibliothek« auf – sie sei erwähnt, um zumindest einen gescheiterten Versuch zu dokumentieren, mit billigen Büchern (geheftet 50 Pfennig, gebunden 75 Pfennig), deren Autoren, von Ausnahmen abgesehen, nur den Tri-

vialliteratur-Spezialisten bekannt sind, große Auflagen zu erreichen:

»›Engelhorns Allgemeine Roman-Bibliothek‹ [Verlagsgründung 1860 in Stuttgart, Start der Bibliothek 1884, Einstellung Anfang der dreißiger Jahre] ist neben ›Reclams Universal-Bibliothek‹ und ›Kürschners Bücherschatz‹ die umfangreichste Unterhaltungsliteraturreihe der Jahrhundertwende. Im Unterschied zu den Konkurrenzreihen bemühte sich Engelhorn besonders um die Veröffentlichung fremdsprachiger Autoren in deutschen Ausgaben. Neben den trivialen Produkten einer B. M. Croker (31 Titel) und eines Georges Ohnet (21 Titel) wurde auch anspruchsvolle Literatur wie Joseph Conrad und Rudyard Kipling in deutschen Erstausgaben verlegt. Zu Beginn des 1. Weltkriegs wandelte sich das Bild; deutsche Verfasser waren nun in der Überzahl; Engländer und Franzosen suchte man vergebens; sie wurden ersetzt durch obskure Skandinavier und Amerikaner. Nach dem Krieg fand keine Umorientierung statt [...].«

Ansonsten herrschte gerade auf dem Markt für Belletristik die große Ratlosigkeit. Deshalb hütete sich der Ullstein Verlag, Berlin, zunächst davor, eine Abteilung für »schöngeistige Literatur« zu begründen, was durchaus erstaunt, hatte doch im Gefolge der rasanten Umsatzsteigerung des Zeitungsverlags – ab 1904 hatte die *B. Z.*, die *Berliner Zeitung*, enorme Auflagenzuwächse – das Haus



Fritz Koch-Gotha, *Der Hochstapler*

Ullstein 1908 begonnen, eine Reihe von Sachbüchern zu publizieren (*Ullstein Weltgeschichte* in sechs Bänden). Aber die Analyse des Buchmarktes schreckte die Hausstrategen ab:

> »Die schwierigen Verhältnisse auf dem Büchermarkt um die Zeit der Jahrhundertwende ermutigten auch nicht gerade dazu, es wurde allgemein über Überproduktion geklagt. Der Absatz ging zurück. In den Fachorganen des Buchhandels wurde eifrig über die Ursachen der Absatzstockung diskutiert. Man war vielfach geneigt, dafür dem Anwachsen der Leihbibliotheken die Schuld zu geben. Tatsächlich war kaum jemals in Deutschland das Bücherkaufen so sehr wie damals aus dem Gebrauch gekommen. Infolge des immer geringer werdenden Absatzes kalkulierten die Verleger von vornherein mit kleinen Auflagen, aus denen sie den gleichen Nutzen zu ziehen versuchten, den ihnen in früheren Jahren der größere Umsatz gebracht hatte. So wurde das Buch immer teurer. Ein Durchschnittsroman hatte damals einen Ladenpreis von sieben Mark, der sich nicht nur aus dem hohen Ansatz des Verlegernutzens erklärte, sondern vielmehr daraus, daß der Sortimenter, dessen Umsatz sich auch verringert hatte, um diesen Ausfall an Umsatz auszugleichen, einen höheren Zwischenrabatt für sich beanspruchen mußte. Es war der übliche Circulus vitiosus; geringer Umsatz führt zu ungünstigerer Verteilung der Unkosten und damit höheren Preisen. Die höheren Preise drücken dann

natürlich wieder erneut auf den Umsatz. […] In jener Zeit hatte man noch nicht an dem Vorbild der amerikanischen Massenherstellung gelernt, daß man eigentlich bei jeder Berechnung am anderen Ende der Kette beginnen müsse, indem man von dem Preis ausgeht, zu dem ein Fabrikant unter allen Umständen großen Absatz finden kann, um dann zu ermitteln, wieviel man von der Ware herstellen muß, um zu jenem Preis verkaufen zu können.«

In England war es Thomas Nelson & Sons gelungen, die »amerikanische Massenherstellung« auf die Buchproduktion zu übertragen, und man wollte, um das »System der Fließarbeit« aufrechterhalten zu können, nach Deutschland expandieren und (neben einer französischen sowie einer spanischen) eine deutsche Buchreihe zu Niedrigpreisen lancieren. Das konnte Ullstein verhindern, indem man eine eigene Billigreihe konzipierte und dafür dem englischen Verlag die Druckaufträge erteilte.

»Der Verlagsplan für die Ullsteinbücher war allerdings von vornherein anders als der der billigen Auslandsbibliotheken, in denen meist nur tantiemefrei gewordene Bücher nachgedruckt wurden. Den Ullsteinbüchern sollte im Gegenteil durch die Namen lebender und auf der Höhe ihres Schaffens stehender Autoren von vornherein propagandistische Schwungkraft verliehen werden. […] Die zahlreichen, in allen Blättern des Reiches erscheinenden Anzeigen, die wirksamen

Hinweise der eigenen Zeitungen des Verlages, die lustige und immer von neuem auf den fesselnden Inhalt der Bücher und ihre Unentbehrlichkeit abgestellte Propaganda in Wort und Bild trieben dem Buchhandel die Kundschaft ins Haus. Die Ullsteinbücher wurden Brotartikel. […] Durch das Ullsteinbuch war in noch stärkerem Ausmaß als bei früheren ähnlichen Versuchen das Buch zu einem Markenartikel geworden, bei dem die Propaganda für die Marke sich auf alles, was unter der gleichen Flagge segelte, auswirkte, wo jeder neue Reklameerfolg bereits Erschienenes wieder mitrieß und den Erfolg noch gar nicht ausgegebener Bücher vorbereiten half.«

1910 erschienen zum Preis von jeweils einer Mark die ersten Bücher der Serie: Band 1: Clara Viebig, *Dilettanten des Lebens,* Band 2: Georg von Ompteda, *Maria da Caza*, Band 3: Heinz Tovote, *Frau Agna.* Die Auflage dieser zehn Bände betrug bis 1926: 2 673 283 Exemplare, spätere Bücher wiesen Auflagenzahlen von in der Regel über 300 000 Exemplaren auf, Richard Skowronnek, *Sturmzeichen*, brachte es zwischen 1914 und 1926 auf 500 994 Exemplare.

Der S. Fischer Verlag, literarisch hoch angesehen – wenn in diesem Kontext für ein Mal Qualität mit Geltung über die Jahrzehnte hinweg gleichgesetzt werden darf –, zielte auf Käufer, die kostengünstige Bücher in literarischer Qualität erwerben wollten. Samuel Fischers Diagnose:

»Es handelt sich bei dem billigen Buch gar nicht um eine *Umgestaltung*, sondern um eine *Erweiterung des Büchermarktes*. Das billige Buch wird, wenn es die große Zukunft bekommt, die mir vorschwebt, das Sortiment auf eine breite und gesunde Basis stellen. Ein neuer großer Käuferkreis kann dem Buchhandel erschlossen werden. Heute ist es das billige Buch; aber morgen kann der Leser dieses Buches schon in die Reihe der verwöhnten Bücherkäufer einrücken, denn wer einmal Bücher in sein Haus geschafft hat, ist in die Kulturschicht der Bücherkäufer eingetreten.«

Sein Verlag, auf zeitgenössische Literatur und damit auf zunächst unbekannte Namen ausgerichtet, hatte es am Anfang besonders schwer, Taschenbücher oder niedrigpreisige Bücher als volkspädagogische Vorschule für die hochpreisigen Bücher seiner lebenden Autoren zu publizieren: Man versuchte ab 1897, mit der Collection Fischer ein großes Publikum zu erreichen: moderne Prosa als Taschenbuch, Ladenpreis: zwei Mark – das Unternehmen erwies sich als unrentabel. Das Kunststück, für wenig Geld die zeitgenössischen Produkte unbekannter Autoren beim größeren Publikum bekannt zu machen, auf daß diese Schriftsteller im Anschluß in das »normale« Programm überführt werden konnten, schlug offensichtlich zu diesem Zeitpunkt fehl.

»Zwei Mark für einen Roman war ein verlockender Preis, aber durchaus noch kein Warenhauspreis, und

ein Band der ›Collection‹ kostete noch immerhin das Zehnfache eines gewöhnlichen Kolportageromans.«

Fischer unternahm 1901 einen weiteren Versuch, im unteren Preissegment Fuß zu fassen – mit Pantheon-Ausgaben: die Reihe konzentrierte sich auf klassische Texte mit Einführungen.

»Diese Reihe erschien in sehr unregelmäßiger Folge, dreißig Titel bis zum Ersten Weltkrieg und vereinzelte Titel noch bis 1944. Die Bände hatten ebenfalls Taschenformat, sie waren jedoch in Leder oder Leinen gebunden, die Texte in Antiqua gesetzt und auf bestem Papier gedruckt. Sie zielten, wie ein Prospekt erklärte, auf den ›wirklichen Buchlieber‹, waren also keine Taschenbuchausgaben im heutigen Sinne, und kosteten dennoch nur zwei Mark fünfzig.«

Im Oktober 1908 startete S. Fischer die Bibliothek zeitgenössischer Romane, die Originalausgaben aus dem – wie wir heute sagen – Hauptprogramm zu drastisch vermindertem Preis nachdruckte. Monatlich erschien ein Band mit einer Startauflage von 15 000 Exemplaren, der Umfang belief sich jeweils auf 13 Bogen, das Taschenbuch hatte die Maße 17,8 cm zu 12,5 cm; der Preis lag bei einer Mark für den Pappband, bei einer Mark fünfundzwanzig für den Leinenband. Auf acht Jahrgänge, also 96 Bände, brachte es die Bibliothek.

»Die Jahresreihen [die zwölf Titel pro Jahr] waren so zusammengestellt, daß immer einige erfolgversprechende Titel das wirtschaftliche Risiko der übrigen Bände ausglichen. Den tatsächlichen Gesamterfolg dieser Strategie dürfte jedoch auch der optimistische Fischer kaum erwartet haben; manche Bände setzten zu erstaunlichen Karrieren an. *Der kleine Herr Friedemann* [Thomas Mann], der sich im Rahmen der ›Collection‹ als nahezu unverkäuflich erwiesen hatte, wurde jetzt zu Zigtausenden verlangt. Ähnliches geschah mit Titeln von Bang, Strauß, Huch und Keyserling, deren Originalausgaben mangels Nachfrage nicht wieder aufgelegt worden waren. *L'Adultera,* als erster Band der ›Bibliothek‹ vorgelegt, machte den zehn Jahre zuvor verstorbenen Fontane vom berühmten zum endlich auch gelesenen Romancier.«

Aus denselben Überlegungen begründete Gustav Kiepenheuer, auch gerade 29 Jahre alt, am 1. April 1910 in Weimar einen Verlag, in dem im März 1912 die ersten Bände der Liebhaber-Bibliothek erschienen, die Pappbandausgaben waren für eine Mark zu haben, eine Mark fünfzig kosteten die gebundenen Leinenausgaben, Startauflage: 3000 Exemplare. Band 1: Jens Peter Jakobsen, *Novellen.* Ein zeitgenössischer Rezensent lobte das Unterfangen:

»Es gibt noch Überraschungen, wenn die angenehmen auch seltener sind. Zu der freudigen Überraschung, die

die Liebhaberbibliothek des Verlegers Gustav Kiepenheuer in Weimar für wohl die meisten Bücherfreunde ist, kommt das Staunen, was man für sein Geld (1,50 M) bekommt, nämlich: Ein handliches, geschmackvoll und dauerhaft gebundenes Bändchen von 100-170 Seiten – von Deckel zu Deckel sorgsam und liebevoll hergestellt, einen einwandfreien Druck (Gottlob in deutscher Sprache) und in einigen Bänden Illustrationen, Lichtdrucke und Schattenrisse.«

56 Bände wurden bis 1921 vorgelegt in einer Gesamtauflage von 600 000 Exemplaren.

Das stimulierte in anderen Verlagen Gegenbewegungen zu »Groschenreclam« und »Ullstein Ramsch & Co«. Eine Voraussetzung: Es mußten Setzereien und Druckereien über die Kompetenz zur Herstellung hochwertiger Bücher verfügen – und da gab es nur eine in Deutschland, in Leipzig: die Offizin von W. Drugulin; sie galt, wie sie mit dem Druck der Kunstzeitschrift *Der Pan* (erstes Heft 1896), der Zeitschrift *Die Insel* (erstes Heft 1899) und u. a. mit Büchern des Insel Verlags bewiesen hatte, als der »leistungsfähigste und bestausgestatte Betrieb«.

Wer also zwischen 1910 und 1912, wie Rowohlt und sein stiller Teilhaber, gegen Billigdrucke das Segment der bibliophilen Ausgaben erobern und zugleich zu »erschwinglichen Preisen« produzieren wollte, traf die richtige Entscheidung, wenn er eine besondere Reihe Drugulin-Drucke nannte. Zwischen 1910 und 1913 publizierte man 17 Titel: Band 1: Johann Wolfgang Goethe, *Torquato*

MARK **Fischers Bibliothek** MARK

zeitgenössischer Romane

Soeben erschien:

Moderne Romane erster Autoren

Jeden Monat ein Band geb. für 1 Mark
in Leinen: 1,25 MK. in bester Ausstattung
in allen Buchhandlungen zu haben