

LESEPROBE

Wolfgang Ehrhardt Heinold
Bücher und Büchermacher

LESEPROBE

Edition Buchhandel Band 17

Herausgegeben von Klaus-W. Bramann

Wolfgang Ehrhardt Heinold

Bücher und Büchermacher

Verlage als Umschlagplätze für Ideen und Informationen •
Inhalte auswählen, gestalten, finanzieren und verbreiten •
Grundlagen der Branchenorganisation • Menschen und Berufe
rund um Bücher und Medien • Bücher als sinnliche Medien

6., von Ulrich Ernst Huse, Klaus-W. Bramann und
Hans-Heinrich Ruta neu bearbeitete Auflage mit Karikaturen
von Petra Irmer.

: Bramann

LESEPROBE

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der *Deutschen Nationalbibliografie*. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet einsehbar unter <http://dnb.d-nb.de>.

© 2009 Bramann Verlag, Frankfurt am Main
Alle Rechte vorbehalten

Begründet von Wolfgang Ehrhardt Heinold
unter konzeptioneller Mitarbeit von Gernot Keuchen

Bearbeitet von Ulrich Ernst Huse (Kapitel 1 und 3),
Klaus-W. Bramann (Kapitel 2 und 4) und Hans-Heinrich Ruta
(Kapitel 5)

Redaktionelle Mitarbeit	Michaela von Koenigsmarck, Birgit Menche und Mervie Nerval im Kapitel 2 sowie Elisabeth Knafl, Wolfgang Schmelzle und Susanne Weibel im Kapitel 4
Register	Christoph Bramann
Einbandgestaltung und Typographie	Hans-Heinrich Ruta nach einer Reihenkonzeption von Stefanie Langner
Herstellung	Verlagsproduktionen Hans-Heinrich Ruta, Stuttgart
Satz	auf Apple Macintosh G5 in QuarkXPress Passport 6.5
Schrift	gesetzt aus der 9,25/12 pt Concorde BE und der GST Polo 11
Umschlagfoto	Oliver Laux
Karikaturen	Petra Irmer
Papier	Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier
Druck und Bindung	Kösel, Altusried-Krugzell (www.koeselbuch.de) Printed in Germany, 2009
ISBN	978-3-934054-25-7

Inhalt

Vorwort	7
1 Der Verlag als Mittler zwischen Autor und Leser - ein Umschlagplatz für Ideen und Informationen	9
1.1 Definition und Organisation von Verlagen	10
1.2 Geschichte des Verlagswesens	13
1.3 Kulturelle Aufgaben der Verlage	24
1.4 Marketingstrategien von Verlagen	32
1.5 Verlagsrichtungen und -typen	38
1.6 Verlage, Gesetzgeber und öffentliche Hand	60
1.7 Verkehrsordnung und Wettbewerbsregeln	66
1.8 Freie Meinungsäußerung und Pressefreiheit	67
2 Der Verlag als Werkstatt - Inhalte auswählen, gestalten, finanzieren und verbreiten	75
2.1 Lektorat und Redaktion	76
2.2 Urheber- und Verlagsrecht	81
2.3 Manuskript und Satz	95
2.4 Herstellung	101
2.5 Vertrieb	103
2.6 Werbung und Direktmarketing	115
2.7 Öffentlichkeits- und Pressearbeit (PR)	123
2.8 Lizenzen und Kooperationen	124
2.9 Modernes Antiquariat	126
2.10 Betriebswirtschaft im Verlag	128
2.11 Verlegerische Kostenrechnung	132
2.12 Kalkulation und Deckungsbeitragsrechnung	136
2.13 Preisgestaltung	143
3 Grundlagen der Branchenorganisation	147
3.1 Kennzahlen der Verlagsbranche	148
3.2 Konzentration im Verlagswesen	150
3.3 Die ›Großen‹ der Branche	152
3.4 Auslieferungsorganisation, Vertriebswege und Logistik	161

3.5	Buchgemeinschaften	169
3.6	Das Verlagswesen in Österreich und der deutschsprachigen Schweiz	175
3.7	Import und Export von Büchern	177
3.8	Buchmessen im In- und Ausland	178
3.9	Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.	183
3.10	Branchenpresse	192
3.11	Lesekultur, Leseförderung und -forschung	195
3.12	Wirkfaktoren des Lesens	202
3.13	Das Buch in der Konkurrenz der Medien	209
4	Menschen und Berufe rund um Bücher und Medien	217
4.1	Verleger oder Verlagsleiter	221
4.2	Frauen im Verlagswesen	224
4.3	Autoren und Herausgeber	226
4.4	Übersetzer	229
4.5	Literaturagenten	231
4.6	Dienstleister und externe Mitarbeiter	233
4.7	Berufe im verbreitenden Buchhandel und weitere ›buchnahe‹ Berufe	236
4.8	Berufliche Ausbildung im Verlagsbereich	240
4.9	Fort- und Weiterbildung	247
4.10	Studiengänge	251
5	Bücher als sinnliche Medien	255
5.1	Gutenberg und die Folgen	256
5.2	Druckindustrie heute	258
5.3	Satzverfahren	261
5.4	Reproduktion und Druckformherstellung	263
5.5	Druckverfahren	268
5.6	Papierherstellung und -einkauf	277
5.7	Bindeverfahren	282
5.8	Was sonst noch zum Buch gehört	284
5.9	Buchgestaltung	287
	Verzeichnis weiterführender Literatur	
	Abbildungen/Abbildungsverzeichnis	
	Sachregister	

Vorwort

Bücher und Büchermacher bietet Ihnen einen Einstieg in die Welt des Buchhandels und – falls Sie schon darin zu Hause sind – einen aktuellen Überblick über die Buchbranche in anschaulicher, reich illustrierter Form.

Wie sein parallel erscheinendes Pendant **Bücher und Buchhändler** ist es nach den fünf betrieblichen Gestaltungsfaktoren aufgebaut, wie sie Wolfgang Mewes in seiner EKS-Strategie umrissen hat. Diese geht von fünf grundlegenden ergo-kybernetischen Strukturen bzw. Vorgängen in sozialen und wirtschaftlichen Systemen aus:

Betrieblicher Gestaltungsfaktor	Bücher und Büchermacher	Bücher und Buchhändler
1. Potenzial/Kapital	Der Verlag als Umschlagplatz für Phantasie, Ideen und Informationen	Die Buchhandlung als Mittler zwischen Autoren, Verlagen und Lesern
2. Know-how	Der Verlag als Werkstatt – Inhalte auswählen, gestalten, finanzieren und verbreiten	Arbeitsweise und Dienstleistungen des Buchhandels
3. Absatz	Grundlagen der Branchenorganisation	Der Weg vom Autor zum Leser
4. Arbeit	Menschen und Berufe um Bücher und Medien	Berufe im Buchhandel und in der Literaturvermittlung
5. Material	Bücher als technische und sinnliche Medien	Bücher, Zeitschriften, Medien und Zusatzsortimente

Das Konzept ist von Einsteigern ebenso wie von Nutzern, die die Branche aus interner Sicht kennen, angenommen worden. Deshalb kann **Bücher und Büchermacher** bereits in der 6. Auflage, **Bücher und Buchhändler** in der 5. Auflage erscheinen.

Freilich haben sich das Verlagswesen und der Buchhandel seit Erscheinen der beiden ersten Auflagen 1987 bzw. 1988 erheblich verändert. Spätestens seit der Einführung des Internets ist die Buchbranche in ein neues Zeitalter eingetreten. Fachleute schätzen den seitdem stattfindenden

den Umbruch als ebenso revolutionär und bedeutsam ein wie die Erfindung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern im 15. Jahrhundert.

Droht nicht dem Medium Buch die Verdrängung durch elektronische Medien, ja sein Verschwinden? Ist also die ganze Branche gar nicht mehr zeitgemäß, ein liebenswürdiges Relikt aus vergangenen Tagen?

Die Antwort ist, dass bisher kein neues Medium ein älteres vertrieben und völlig ersetzt hätte. In der Medienvielfalt unserer Tage ist und bleibt das Buch ein Komplementärmedium, das sich mit anderen ergänzt. Freilich wären Verlagswesen und Buchhandel zum Untergang verurteilt, wenn sie nicht souverän und innovativ die elektronischen Medien zu ihrer Sache machten. In nicht mehr so ferner Zeit wird sich entscheiden, ob die ganz neuen Möglichkeiten, die sich eröffnen, entschlossen genutzt werden. Die Branchenstruktur, die sich seit Gutenberg entwickelt hat und in **Bücher und Büchermacher** und **Bücher und Buchhändler** dargestellt ist, bietet allen Marktteilnehmern die Grundlage dafür, auch in Zukunft erfolgreich zu sein, wenn sie ihre jeweils eigenen Chancen nutzen.

Meine beiden Bücher gehen mit der Neuauflage in den auf die Branche ausgerichteten Bramann Verlag über. Dem zur Verlagsgruppe SV-Hüthig gehörenden C.F.Müller Verlag, Heidelberg, danke ich für den seinerzeitigen Anstoß, beide Bücher zu schreiben, und für die jahrelange Betreuung der Titel, deren letzte Auflagen in der Reihe UTB lieferbar waren. Zu danken habe ich auch dem Verleger Gernot Keuchen, der mit mir das Grundkonzept der beiden Bände entwickelt hat.

Klaus-W.Bramann danke ich für die Aufnahme der Titel in seinen Verlag und für den mutigen Entschluss, die Neuauflagen in Farbe vorzulegen. Ulrich Ernst Huse, Klaus-W.Bramann und Hans-Heinrich Ruta danke ich für die einfühlsame und kenntnisreiche Neubearbeitung des Bandes, die sie vorgenommen haben.

Hamburg, im November 2008

Wolfgang Ehrhardt Heinold

1

**Der Verlag als Mittler zwischen Autor und Leser:
Ein Umschlagplatz für Ideen und Informationen**

Mit **verlegen** war ursprünglich das Vorlegen von Geld für einen anderen gemeint, also ganz allgemein das Vorfinanzieren eines Produkts und dessen anschließender Vertrieb. Heute wird der Begriff vorwiegend für Buch- und Presseverlage gebraucht, die das geschriebene Wort, Bilder, Ton und grafische Symbole veröffentlichen.

Bücher, Zeitungen, Zeitschriften und Loseblattwerke werden als Printmedien bezeichnet. In ihrer jeweiligen Ausprägung bzw. in ihren Vorformen waren sie Jahrhunderte lang die dominierenden Kommunikationsmedien. Sie behandeln jeden Gegenstand menschlicher Erfahrungen und Erfindungskraft – die psychische Welt, Gefühle und Leidenschaften, abstrakte Theorien, Inspiration und Imagination, die Künste und die Wissenschaften. Das gesamte Wissen der Menschheit ist in Büchern aufbereitet – für fast jedes Interessengebiet, jedes Alter und jede Bildungsstufe. Entsprechend wählen Verlage die Themen ihrer Programmrichtungen aus und machen sie medial und als handelbare Ware zugänglich. Sie sorgen für die Erschließung, Aufbereitung und den Transport zum Leser.

Traditionell haben sich Verlage als Buch-, Zeitschriften- und Zeitungs- oder Spezialverlage definiert. Diese Orientierung nach Medien verliert an Bedeutung, weil die Medien immer weiter zusammenwachsen – ein Prozess, der als **Medienkonvergenz** bezeichnet wird – und sich damit allen Verlagen zur Nutzung und Vermarktung anbietet.

Im Mittelpunkt des klassischen Verlags stehen nach wie vor Bücher, Zeitungen und Zeitschriften, Loseblattwerke, Noten, kartografische Produkte, Bilderdrucke und andere Printmedien. Daneben sind in den letzten Jahren aber verstärkt audio- und visuelle Medien wie Hörbücher, CD-ROM und DVD getreten, und auch das elektronische Publizieren (Online-Publishing) spielt eine immer größere Rolle.

Verlage geben sich – oft durch Tradition und Verlegerpersönlichkeiten bestimmt – ein eigenes **Profil**, das durch individuelle Programme bestimmt wird und auf jeweils spezifische Zielgruppen ausgerichtet ist. Verlage filtern Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse aus der Vielfalt, geben ihnen das mediengerechte Kleid und bieten **Orientierungen**. Sie koordinieren den Publikationsprozess mit Autoren und Herausgebern, Lektoren/Redakteuren, Grafikern und Herstellern, Setzern und

Druckern, Elektronikspezialisten, Marketingexperten und Kaufleuten. Als Zentren der kreativen Umsetzung von Ideen sind Verlage ein bedeutender geistig-kultureller Motor der Gesellschaft und zugleich Wirtschaftsunternehmen, die mit ihrem »in Verlag gegebenen« Geld **Gewinn** erwirtschaften wollen.

Der Schriftsteller Alfred Döblin (1878–1957) hat diesen Rollenkonflikt einmal wie folgt beschrieben: »Der Verleger schielt mit einem Auge nach dem Schriftsteller, mit dem anderen nach dem Publikum. Aber das dritte Auge, das Auge der Weisheit, blickt unbeirrt ins Portemonnaie.«

1.1

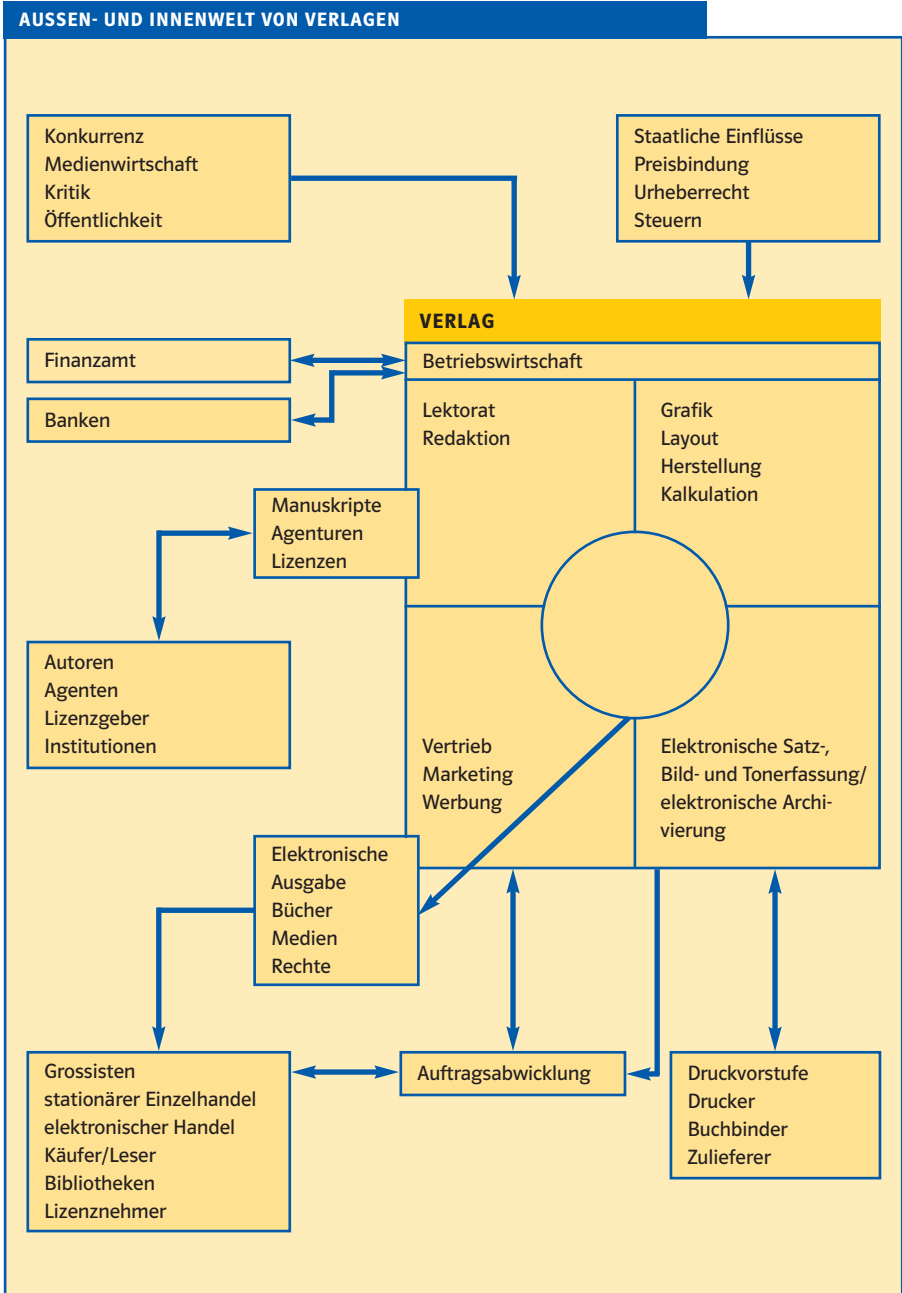
Definition und Organisation von Verlagen

Waren die Verleger bis ins späte 18. Jahrhundert noch Drucker, Verleger und Buchhändler in einer Person, führte eine Veränderung der gesellschaftlichen Verhältnisse im Zeitalter der Aufklärung zu einer **Arbeitsteilung**: Es entstand das bekannte Dreigestirn Drucker – Verleger – Buchhändler. Erst durch ihr Zusammenspiel wurde das geistige Erzeugnis des Autors in größerem Umfang handelbar. Damit dienten sie letztendlich auch dem Leser, für den sie Autoren und Buchideen entdeckten und zugänglich machten.

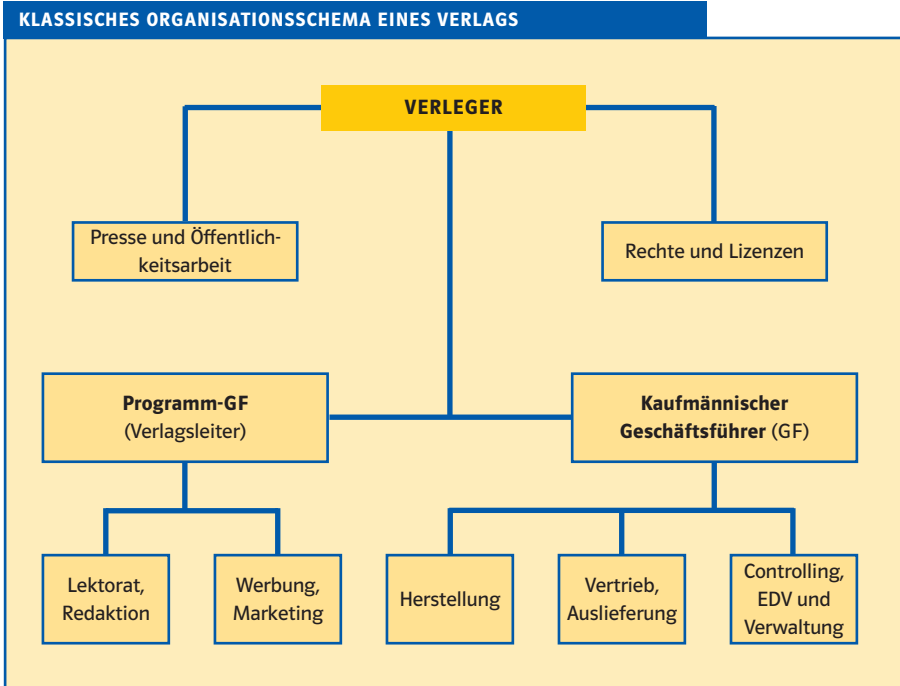
Seit einigen Jahren nähern sich die Geschäftsfelder Druck, Vervielfältigung, elektronisches Publizieren, E-Commerce, Sortimentsbuchhandel, Zwischenbuchhandel und Verlag – angetrieben durch technische Innovationen und Konzentrationsprozesse unter den Marktteilnehmern – wieder an und führen tendenziell zur Aufhebung der Arbeitsteilung. So kann ein Autor heute sein Werk selbst elektronisch erfassen, online anbieten und auf Verlangen (on demand) ohne Einschaltung irgendeiner Handelsstufe ausdrucken und ausliefern.

Historisch betrachtet ist der Verlag eine frühe Form der arbeitsteiligen Gütererzeugung und markiert als solche den Übergang vom Handwerk und Hausgewerbe zur Manufaktur und Fabrik. »heute hat sich verlag besonders im buchhandel festgesetzt, wo es das verlegen, das hingeben der kosten für die herstellung und vertreibung des buches, übernahme des aufwandes für herstellung eines druckwerkes bedeutet«, definiert das von Jacob und Wilhelm Grimm (1785–1863 bzw. 1786–1859) begründete *Deutsche Wörterbuch*. Warum sich der Begriff fast ausschließlich für den Bereich der Printmedien erhalten hat (neben selten gewordenen Bezeichnungen wie beispielsweise Bier- und Spielwarenverlag), konnte von der Forschung bisher nicht eindeutig geklärt werden.

Allgemein werden mit Verlag also Unternehmen bezeichnet, die Printmedien vervielfältigen (lassen) und verbreiten. Grundlage für diese Tä-



Die Abbildung verdeutlicht die Außen- und Binnenbeziehungen eines klassischen Verlags unter Einschluss der neuen elektronischen Editionsmöglichkeiten.



tigkeit ist ein aus dem Urheberrecht abgeleitetes Nutzungsrecht, das dem Verleger das ausschließliche Vervielfältigungs- und Verbreitungsrecht für ein Werk der Literatur oder der Tonkunst gewährt (§ 8 des *Verlagsgesetzes*). Zur Abgrenzung vom verbreitenden Buchhandel wird das Verlagswesen traditionell auch als **herstellender Buchhandel** bezeichnet, womit auf die gemeinsame Wurzel beider Formen verwiesen wird.

Verlegen ist eine höchst individuelle und vielgestaltige Angelegenheit. Entsprechend komplex sind die **Organisationsstrukturen** der Verlage. Ihnen allen liegt aber dasselbe klassische Organigramm zugrunde, das je nach Firmengröße mehr oder weniger stark differenziert wird. Lektorat/Redaktion, Herstellung, Werbung/Vertrieb, Auslieferung, Controlling, EDV und allgemeine Verwaltung bilden die Hauptabteilungen eines Verlags. Über den Abteilungen steht bei inhabergeführten Unternehmen der Verleger, der die Ziele setzt und die Zusammenarbeit – oft mit Hilfe von Geschäftsführern – koordiniert. Meist werden ein kaufmännischer und ein verlegerischer Geschäftsführer (auch Programmgeschäftsführer oder Verlagsleiter genannt) eingesetzt; in großen Verlagshäusern kommt häufig noch ein Marketinggeschäftsführer hinzu. In kleineren Unternehmen sind die Abteilungen für Rechte und Lizenzen sowie für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Verlagsleitung in der Regel direkt zugeordnet.

Charakteristisch für Verlage ist, dass sich so gut wie alle Funktionen an Dienstleistungsunternehmen und freie Mitarbeiter übertragen lassen. So hat es immer wieder Verlage gegeben, die nur aus dem Inhaber und dessen Sekretärin bestanden und alle Teilfunktionen außer Haus erledigen ließen. Dieses Verfahren bietet sich im Verlagswesen mit seiner Vielzahl freier Zuarbeiter und einem hohen Standard der Kommunikationstechnologie geradezu an und wird heute allgemein mit dem Begriff **Outsourcing** bezeichnet.

KERNAUFGABEN EINES VERLEGERS

Programmplanung

Der Verleger gibt vor, welche Inhalte vermarktet werden sollen, und bestimmt so die Verlagsrichtung, das heißt die Auswahl der Autoren, Inhalte und Medien.

Vorfinanzierung

Meist leistet der Verleger eine Garantiezahlung (Vorschuss) an den Autor, bezahlt den Drucker, ehe er seine Bücher verkauft hat, und gewährt dem Buchhandel für seine Lieferungen Kredit.

1.2 Geschichte des Verlagswesens

Aus dem Erzählen entstand das Aufschreiben. Aus dem Aufschreiben entstand das Setzen und Drucken. Auf dieser Grundlage hat sich in den letzten 550 Jahren eine kommerziell orientierte, auf den Markt ausgerichtete Buchbranche entwickelt, deren Tätigkeit heute mit der gesamten Medienvielfalt verknüpft ist. Dabei verschwimmen die Grenzen zwischen handelbarer Ware und elektronisch frei verfügbarer Unterhaltung und Information. Weil sich Texte, Bilder und Töne auf einfache Weise aus dem Internet auf den eigenen PC herunterladen lassen, steht die Verlagsbranche in urheberrechtlicher Hinsicht und im Hinblick auf die Frage, was eigentlich der Kern ihres Leistungsangebots ist, in einer Umbruchsituation.

Vom Altertum bis zu Gutenberg

Seit Menschen gelernt haben, das gesprochene Wort niederzuschreiben, verfügen sie auch über Mittel der Vervielfältigung und Verbreitung der Information. Die Verbreitung erfolgte im Altertum durch öffentliches Vor-

lesen des Autors, oder es wurden die Stellen ausgerufen, an denen er seine Schriften verkaufte. Schon bald machten sich professionelle Informationsvermittler, die Wandererzähler, auf den Weg, um dem interessierten Publikum die Werke mündlich zu übermitteln.

Im antiken Athen gab es bereits ab dem 5. Jahrhundert v. Chr. Schreibstuben. Deren Schreiber fertigten Abschriften wichtiger Texte an, die dann verkauft wurden. Als Trägermaterial diente zunächst Papyrus, dann Pergament, das aus getrockneten Tierhäuten hergestellt wurde. Das **Kopieren** war mühsam und langwierig, dementsprechend selten und kostbar waren die Bücher. Der deutsche Philosoph und Schriftsteller Horst Günther (*1945) hat daraus folgende Quintessenz gezogen: »Bücher wurden mit ihrem Inhalt identifiziert. Heilige Schriften waren heilige Gegenstände. Vergil galt als Zauberer.«

Der Buchdruck mit beweglichen Lettern

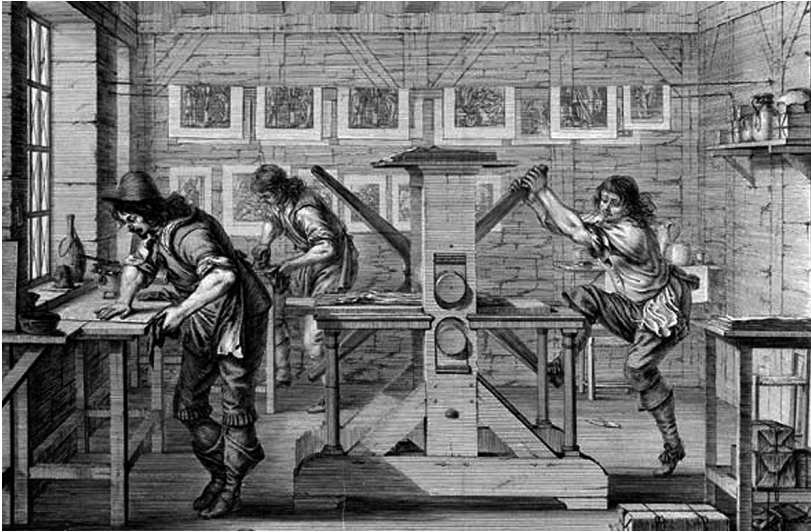
Bis ins Mittelalter waren außerhalb der Klöster nur wenige Menschen des Lesens und Schreibens kundig. Ab Mitte des 14. Jahrhunderts änderte sich die Situation jedoch spürbar, denn die Landesfürsten schufen mit der Gründung von **Universitäten** (Prag 1348, Wien 1365, Heidelberg und Köln 1386 bzw. 1388) ein Gegengewicht zum Bildungsmonopol der Kirche. Gleichzeitig löste das dauerhaftere und preiswertere Papier das Pergament als Beschreibstoff ab (erste deutsche Papiermühle 1390 in Nürnberg). Noch bevor das Buch mechanisch vervielfältigt werden konnte, entwickelten sich in Mitteleuropa gewerbliche Schreibstuben. Dort ließen Händler bunt bebilderte Papierhandschriften in deutscher Sprache herstellen – das Monopol des Lateinischen als Schriftsprache geriet ins Wanken.

Mit der Erfindung der Buchdrucks mit beweglichen Lettern durch den Mainzer Johannes Gutenberg (*um 1400, † nach 1468) wurde es möglich, Texte schneller und preiswerter zu vervielfältigen und damit einer breiteren Bevölkerungsschicht zugänglich zu machen. Grundgedanke war die Zerlegung eines Textes in seine einzelnen Elemente, die immer wieder neu zusammengestellt werden konnten: Groß- und Kleinbuchstaben, Satzzeichen, Ligaturen (die Verschmelzung von zwei Buchstaben, beispielsweise fl) sowie gängige Abkürzungen. So gelang es Gutenberg in den Jahren 1452–55, in seiner Werkstatt 180 Exemplare einer 1282 Seiten starken, großformatigen Bibelausgabe zu drucken – in derselben Zeit hatte bisher ein Schreiber eine einzige Vollbibel abgeschrieben.

Gutenberg löste eine **Revolution der Kommunikation** aus. Rasch breitete sich die ›schwarze Kunst‹ des Buchdrucks in Europa aus: Für das Jahr 1500 sind bereits 252 Druckorte nachgewiesen, und die durch-



Mittelalterliche Bücher waren umfangreich und schwergewichtig, so dass sie beim Lesen nicht einfach in der Hand gehalten werden konnten. So entstand das Leseputz, wie auf dieser Darstellung des Heiligen Ambrosius zu sehen (kolorierter Holzschnitt aus der *Legenda aurea* des Jacobus de Voragine, gedruckt 1481 von Konrad Fyner in Urach).



Arbeit in einer Druckwerkstatt (Kupferstich und Radierung von Abraham Bosse, 1642)

schnittliche Druckauflage stieg auf bis zu 1000 Exemplare. Die damaligen Verleger waren **Druckerverleger**, also gelernte Drucker. Die Tätigkeiten des Druckens, Verlegens und Verkaufens lagen noch in einer Hand. Doch schon bald wurden die Bücher von ›Buchführern‹ – den späteren Buchhändlern – im Auftrag der Druckerverleger im ganzen Land verkauft.

Renaissance, Humanismus, Reformation und Gegenreformation sind als geistige Bewegungen eng mit dem gedruckten Wort verbunden. Wissenschaftliche Dispute sprangen mit Hilfe des gedruckten Wortes auf das Volk über und beeinflussten so den Gang der Geschichte – prominentes Beispiel sind die reformatorischen Ideen des Theologen Martin Luther (1483–1546).

Der Prozess der Spezialisierung

Das florierende geistige Leben brachte auch das Druckwesen zum Blühen. Die neu errichteten technischen Betriebe erforderten großen Kapitaleinsatz und ständige Auslastung. Deshalb musste sich der Verleger verstärkt der Beschaffung von Manuskripten widmen. Der eigentliche Herstellungsprozess trennte sich vom Verlagswesen, sodass die Verlage die geistige Führungsaufgabe übernahmen. Auch das wirtschaftliche Risiko der Vervielfältigung ging vom Drucker auf den Verleger über, der die Buchproduktion vorfinanzierte.

Das Geschäft mit Büchern folgte bis ins 18. Jahrhundert besonderen Regeln: Es basierte auf dem **Prinzip des Tauschhandels**. Auf den Messen tauschten Verleger ihre Produktion gegen die anderer Verleger. Sie wurden so zu Sortimenterverlegern, die neben eigenen auch fremde Verlagszeugnisse verkauften. Wirtschaftlicher Hauptort dieser Wirtschaftsform war von der Mitte des 16. bis zur Mitte des 18. Jahrhunderts Frankfurt am Main, bis sich in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts wegen lockerer Zensur- und besserer wirtschaftlicher Verhältnisse Leipzig zum Hauptort des Buchwesens entwickelte und schließlich Frankfurt als Hauptumschlagplatz des deutschen Buchhandels ablöste.

Mit der Ausbreitung der Bücher kamen auch unerlaubte Nachdrucke auf. Der durch landesherrliche Privilegien gewährte Schutz gegen den **Nachdruck** hatte im kleinstaatlich organisierten deutschen Sprachraum wenig Erfolg. Der Tauschhandel wurde dadurch ebenso beeinträchtigt wie durch Verleger, die kaum verkäufliche Ware oder Ware in minderer Satz-, Papier- oder Druckqualität auf den Markt brachten. Daher gingen die Verleger vom Tausch Druckbogen gegen Druckbogen zu **Verrech-**



Eine ansehnliche Buchhandlung (Kupferstich aus Hilarion [d. i. Joseph Richter]: *Bildergalerie weltlicher Miszbräuche*. Wien 1785). Der Begleittext beschreibt die gelehrte Atmosphäre: »Der Buchhalter bietet einem Rechtsgelehrten ein eben von der Messe erhaltenes Buch an, das vom natürlichen und moralischen Menschen handelt. Der Rechtsgelehrte legt es mit einem spottenden Lächeln bey Seite: alldieweilen es kein Buch sey, das in seine Wissenschaft einschlage, und er nur überhaupt gelehrte Bücher sich einzuschaffen pflege. Verschiedene andere Gelehrte gehen in der Buchhandlung herum. Sie sprechen aber nicht zusammen, und sehen sich mit verächtlichen Blicken an. Das meiste Ansehen giebt sich ein Antiquarius, der mit aufgesetztem Hut auf und nieder trabt.«

nungspreisen über. Dieser Tausch-, Einzel- oder Ordinärpreis wurde auf gegenseitigen Konten gebucht, wobei die Sortimenterverleger einander einen Rabatt von 33½ Prozent einräumten. Der Verrechnungs- oder Tauschpreis wurde zum Ladenpreis, den der Käufer zu entrichten hatte.

Auch die Autoren verlangten ihr Recht. Der Ausdruck ›Honorar‹ besagt, dass es sich ursprünglich um eine Art Ehrengabe handelte und nicht um eine Entlohnung für geleistete Arbeit. Martin Luther erschien es noch verwerflich, Geld für seine Schriften anzunehmen, die er als Allgemeinbesitz ansah. Mit der Vorstellung vom **geistigen Eigentum** entstand in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts aber ein Anspruch der Autoren auf eine Beteiligung am wirtschaftlichen Erfolg ihrer Werke. Auch diese Entwicklung förderte den Wandel vom Tausch- zum Konditionshandel, der sich ab etwa 1765 durchsetzte.

Ab Mitte des 18. Jahrhunderts drifteten auch Verlag und Sortimentsbuchhandel auseinander, nachdem der Streit zwischen norddeutschen und süddeutschen Tauschhändlern über ihr Geschäftsgebaren mit der so genannten **Nürnberger Schlussnahme** 1788 endgültig beigelegt werden konnte: Man einigte sich auf feste Konditionen, ein **Remissionsrecht** (= Rückgaberecht für unverkäufliche Ware) und den Aufbau eines Kommissionshandels. Damit hatten reine Sortimentsbuchhändler eine sichere Kalkulationsgrundlage für ihr Geschäft. Ab 1800 entwickelte sich zudem der Beruf des Antiquars zu einem anerkannten Gewerbe, das dazu diente, einen eigenen Markt für ältere Bücher zu schaffen.

Neben diese beiden Spezialisierungen trat eine dritte: der **Zwischen- oder Kommissionsbuchhandel**, der die Interessen der auswärtigen Verleger und Buchhändler am zentralen Umschlagplatz Leipzig vertrat und den persönlichen Verkehr zwischen ihnen überflüssig machte.

Die Aufklärung hatte der Buchbranche ab etwa 1770 einen weiteren Entwicklungsschub beschert. Neue Leserkreise wurden erschlossen, Buchproduktion und Buchkauf stiegen sprunghaft an. Die ursprünglich allgemein orientierten Verlage spezialisierten sich auf bestimmte Wissensgebiete, und es entstanden Fachverlage.

Die Organisation des Buchhandels

Am 30. April 1825 wurde der **Börsenverein der Deutschen Buchhändler zu Leipzig** gegründet (heute: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V., siehe Kap. 3.10). Er fungierte zunächst als Träger der Leipziger Buchhändlerbörse, wo die Buchhändler untereinander abrechneten, entwickelte sich aber schon bald zu einem über die Ländergrenzen hinweg tätigen Berufsverband. Der Börsenverein vereinte von Anfang an Verleger, Zwischenbuchhändler und Sortimenter in seinen Reihen – und tut

dies noch heute. Seine Aufgabe war und ist es, die gemeinsamen Interessen der Branche zu wahren, ohne dass er einen kartellmäßigen Charakter angenommen hätte.

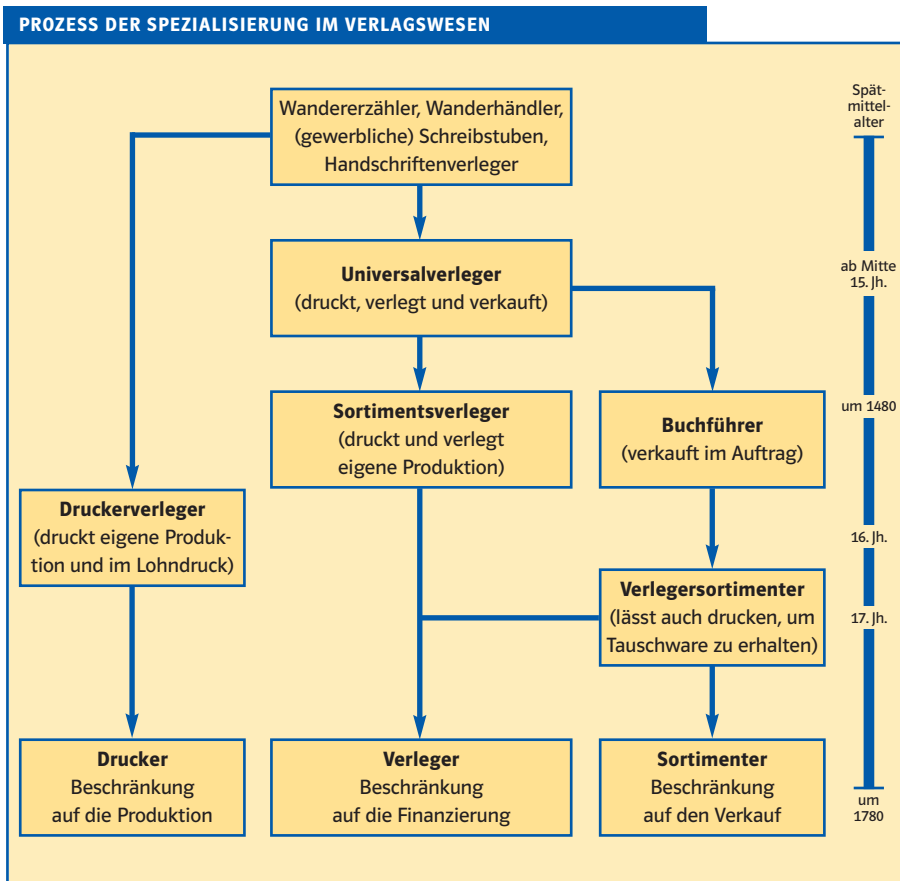
Die Erfindung der Dampfmaschine und die im 19. Jahrhundert auch in Mitteleuropa einsetzende Industrialisierung brachten eine weitere Expansion der Buchwirtschaft mit sich. Das bislang handwerklich gefertigte Produkt Buch wurde fortan maschinell und fabrikmäßig hergestellt. Mit der Massenproduktion sank die Qualität des Satzes, des Drucks und der Einbände. Auf wirtschaftlichem Gebiet spielten Preisschleuderei und – wie schon in der Frühzeit des Drucks – unberechtigte Nachdrucke eine erhebliche Rolle.

In diesen bewegten Zeiten trug der Börsenverein entscheidend zur Festigung der wirtschaftlichen Verhältnisse bei. Die Forderung des aus Hamburg stammenden Verlegers Friedrich Perthes (1772–1843) nach **Schutz der Urheber- und Verlagsrechte** führte 1835 zum Verbot des unerlaubten Nachdrucks im Gebiet des Deutschen Bundes. Mit der Gründung des Deutschen Reiches wurde 1870 auf Betreiben des Börsenvereins das *Gesetz betreffend das Urheberrecht an Schriftwerken, Abbildungen, musikalischen Kompositionen und dramatischen Werken* erlassen, das die Grundlage der heutigen Urheberrechtsgesetzgebung bildet.

Der Stuttgarter Verleger Adolf Kröner (1836–1911) brachte eine Reform des Börsenvereins in Gang. Sie gab diesem 1880 mit Hilfe einer neu-

Deutsches Buchhändlerhaus in Leipzig (Photogravur von H. Gustav Brinckmann, um 1888)





Der Prozess der Spezialisierung im Verlagswesen vollzog sich über mehr als 300 Jahre, bevor Ende des 18. Jahrhunderts die Aufgaben von Drucker, Verleger und Buchhändler in der heute üblichen Weise getrennt waren und sich der Geldverkehr endgültig gegen den Tauschhandel durchgesetzt hatte.

en Satzung die Macht, in der Folgezeit den festen Ladenpreis durchzusetzen und eine buchhändlerische Verkehrsordnung zu erlassen, die den Geschäftsverkehr der Buchhändler untereinander regelte. Ihr schloss sich 1909 eine Verkaufsordnung an, die den Verkehr des Buchhandels mit dem Publikum regelte und zur Sicherung des kurz nach 1900 erneut lebhaft umstrittenen festen Ladenpreises für Bücher diente.

Als Einrichtung des Börsenvereins entstand 1912 die Deutsche Bücherei zu Leipzig als **Deutsche Nationalbibliothek**. Die Sammelstelle für das gesamte deutschsprachige Schrifttum, der die Verlage ihre Pflichtstücke zu liefern hatten, entwickelte sich zur zentralen Archivbibliothek

und Hauptstelle für die bibliografische Erfassung des deutschsprachigen Schrifttums – und erfüllt diese Aufgabe im Rahmen der Deutschen Nationalbibliothek bis heute.

So ruhte die deutsche Buchbranche auf stabilen Säulen, als mit dem Ersten Weltkrieg gravierende politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Umwälzungen begannen, die Deutschlands Geschehnisse bis weit in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts hinein prägten. Diese festen Säulen waren das nationale und internationale Urheberrecht, die buchhändlerische Bestell- und Lieferorganisation am **Messeplatz Leipzig**, der geordnete Geschäftsverkehr der Verleger und Buchhändler untereinander und mit dem Publikum, der feste Ladenpreis sowie die Sammlung, Erfassung und Verzeichnung des deutschsprachigen Schrifttums an einer zentralen Stelle.

Viele Einzelfirmen der Branche gerieten in den folgenden Jahrzehnten in erhebliche Schwierigkeiten oder verschwanden von der Bildfläche. Wenn insgesamt ein leistungsfähiges Buchwesen erhalten blieb und schon wenige Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs eine neue wirtschaftliche Blüte einsetzte, so war dies auch eine Folge des festen Fundaments, das im 19. Jahrhundert von vorausschauenden und der Allgemeinheit verpflichteten Verlegern und Buchhändlern geschaffen worden war.

Gleichschaltung der Buchbranche und Neubeginn

Verheerende Folgen hatte die Herrschaft des Nationalsozialismus auch für die gesamte Buchbranche. Nur wenige Monate nach der so genannten Machtergreifung setzte die organisierte **Bücherverbrennung** von Werken missliebiger Autoren am 10. Mai 1933 das deutliche Signal, dass die Freiheit der Kunst im ›Dritten Reich‹ keine Heimat hatte. Dieser »Stichtag der Barbarei« war, so der Schriftsteller Alfred Kantorowicz (1899–1979), »der sichtbare Beginn der amtlich verfügten und mit terroristischen Mitteln durchgeführten Entgeistigung und Barbarisierung Deutschlands«.

Aus rassistischen und politischen Gründen verfolgt, musste die Elite der deutschen Autorenschaft das Land verlassen oder erhielt Schreibverbot. Eine Reihe bekannter Verlage und Buchhandlungen wurde in den Folgejahren ›arisiert‹; ihre jüdischen Besitzer mussten emigrieren oder wurden interniert, eingekerkert und nicht selten umgebracht.

Der Börsenverein wurde in eine **Zwangsorganisation** für alle Buchhändler umgewandelt und in die 1933 gegründete Reichskulturkammer eingegliedert. Es ist kein Ruhmesblatt der Buchbranche, wie sich ein Großteil des deutschen Buchhandels und seine Standesorganisation



In Berlin (Foto) und 20 anderen deutschen Universitätsstädten brannten am 10. Mai 1933 Bücher – ein unvergessenes Symbol des nationalsozialistischen Ungeistes in Deutschland. Allein in der Hauptstadt wurden mehr als 20 000 Bücher ein Opfer der Flammen. In vielen anderen Hochschulstädten ließen übereifrige NS-Gefolgsleute die Bücherverbrennungen an den folgenden Tagen nachholen.

frühzeitig dem Regime anpassten und willfährig gegen jüdische Schriftsteller agitierten. Allerdings gibt es auch Zeugnisse des Widerstands und des aufrechten Bemühens, in Zeiten eines gleichgeschalteten und streng kontrollierten Buchhandels den Deutschen moderne ausländische Literatur zu vermitteln. Stellvertretend seien hier die Namen der Verleger Ernst Rowohlt (1887–1960), Peter Suhrkamp (1891–1959) und Wolfgang Krüger (1891–1976) genannt.

Zahlreiche Betriebe des grafischen Gewerbes, des Verlagswesens und Buchhandels wurden bei den Bombenangriffen im **Zweiten Weltkrieg** ganz oder teilweise vernichtet. Ein schwerer Luftangriff auf die Buchstadt Leipzig im Dezember 1943 zerstörte auch zahlreiche Unternehmen der Branche und setzte den zentralen Buchhandelsplatz weitgehend außer Betrieb.

Die ersten Jahre nach dem Zweiten Weltkrieg waren durch Demontage von Druckmaschinen, begrenzte Lizenzvergabe durch die Alliierten, Rohstoffmangel und fehlende Produktionsmittel geprägt. Als die US-amerikanischen Besatzungstruppen im Juli 1945 vereinbarungsgemäß das von ihnen besetzte westliche Sachsen und damit Leipzig räumten und der Roten Armee überließen, nahmen sie auf ihren Armeefahrzeugen eine Reihe von Verlegern mit, die sich nicht auf das Wagnis eines un-

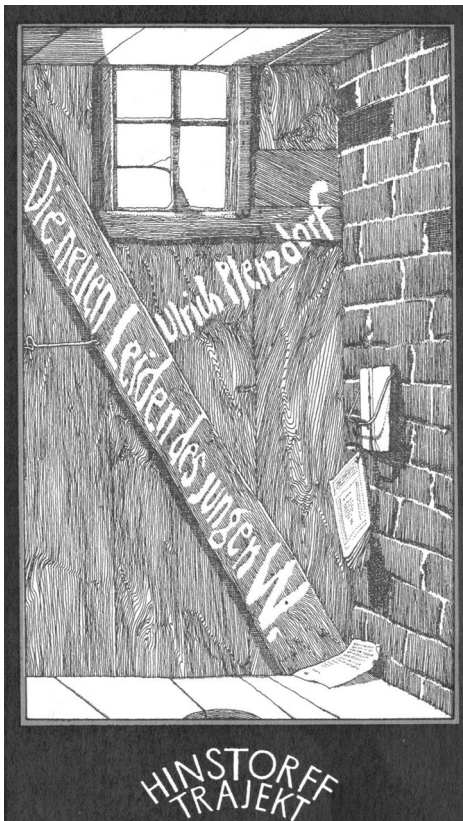
gewissen Neuanfangs in der sowjetischen Besatzungszone einlassen wollten. Diese Verleger siedelten sich im Rhein-Main-Gebiet an, wo auf Betreiben der Amerikaner auch die Arbeit des Börsenvereins als Berufsorganisation für Verlage und Buchhandlungen wieder in Gang kam.

Geteiltes Deutschland

Nach der Währungsreform 1948 und einem zögerlichen Beginn in den ersten Jahren des Wirtschaftswunders setzte für die Buchbranche in der 1949 gegründeten Bundesrepublik eine stürmische Entwicklung ein. Buchhandel und Verlagswesen verbuchten Jahr für Jahr erhebliche Zuwachsraten. Mit dem **Taschenbuch** erschloss die Branche neue Leserschichten und setzte die Schwellenangst vor dem Betreten der bildungsbürgerlich geprägten Buchhandlungen in weiten Bevölkerungskreisen herab. Auf Ideen der Lese- und Volksbildungsvereine aus dem 19. Jahr-

hundert fußend, hatten sich die **Buchgemeinschaften** in den 1920er Jahren zu Vorkämpfern des preiswerten Buchs entwickelt. In den Wiederaufbaujahren fanden sie in Westdeutschland, später auch in den anderen deutschsprachigen Ländern Westeuropas ein reiches Betätigungsfeld. Ihr Konzept übertrugen sie erfolgreich auch auf andere Sprachräume und Kontinente.

Eine Sonderentwicklung nahm das Verlagswesen in der parallel zur Bundesrepublik gegründeten **DDR**. Die meisten der traditionsreichen Verlagshäuser in der ehemaligen sowjetischen Besatzungszone wurden enteignet. Die knapp 80 Buch- und Fachzeitschriftenverlage waren als volks-, partei- oder organisationseigene Unternehmen organisiert; ihre Tätigkeit wurde in der Hauptabtei-



Bestseller aus der DDR: Ulrich Plenzdorf: *Die neuen Leiden des jungen W.* Einband der Ausgabe im Rostocker Hinstorff Verlag 1973 (Gestaltung: Klaus Ensikat)

lung Verlag im Ministerium für Kultur zentral gesteuert. Der komplizierte Übergang zur Marktwirtschaft ab 1989 führte in einigen Fällen zur Rückgabe an die inzwischen in den alten Bundesländern ansässigen Stammhäuser (wie bei Reclam), in anderen Fällen zum Verkauf an private Dritte (wie bei Aufbau). Einige wenige Ex-DDR-Verlage wurden von ihren bisherigen Geschäftsführern übernommen oder haben unter neuer Inhaberschaft die Wendezeit als selbstständige Verlagsunternehmen überlebt (wie der Berliner Eulenspiegel-Verlag) und sich in der Verlagsbranche der Bundesrepublik Deutschland etabliert.

Europäische Integration

Die Auswirkungen des Gemeinsamen Marktes in Europa auf den klassischen Printmedienmarkt in der Bundesrepublik hielten sich – vor allem wegen der Sprachbarriere – lange Zeit in Grenzen. Erst die Entscheidung der Europäischen Kommission, die grenzüberschreitende Preisbindung im deutschsprachigen Raum ab 1. Juni 2000 zu verbieten, setzte die Verlage unter großen Handlungsdruck (siehe Kap. 1.6). Auch die Einführung des Euro zum 1. Januar 2002 wirkte sich auf die Buchbranche aus, weil sich die ›Schwellenpreise‹ veränderten (siehe Kap. 2.12). Zudem engagieren sich ausländische Medienunternehmen immer stärker auf dem deutschen Buchmarkt: Traditionshäuser wie Carlsen, Piper, Thienemann und die Ullstein Buchverlage gehören heute zur schwedischen Bonnier-Gruppe, der englische Verlag Bloomsbury übernahm den engagierten Berlin Verlag, der niederländische Verlag Wolters Kluwer vereint renommierte Verlagsmarken wie Carl Heymanns und Luchterhand unter seinem deutschen Dach und Elsevier, ebenfalls ein niederländisches Verlagshaus, ist in Deutschland u. a. mit Urban & Fischer vertreten.

1.3

Kulturelle Aufgaben der Verlage

Der Anteil der Buchbranche am geistig-kulturellen Leben ist dadurch gekennzeichnet, dass sie ihr wirtschaftliches Risiko selbst trägt und nicht etwa – wie Theater und Oper – vom Staat direkt subventioniert wird (eine indirekte Förderung erfolgt durch das Privileg des ermäßigten Mehrwertsteuersatzes für Verlagsprodukte; siehe Kap. 1.6). Damit ist die Buchbranche aber vom Markt abhängig: Sie muss ihren Beitrag zur Kultur ökonomisch verantwortlich und ertragreich gestalten.

Leserwünsche, Mediennutzung und Kaufverhalten sind in einer schnelllebigen Gesellschaft raschem Wandel unterworfen. Auch dies

stellt die Verlage immer wieder vor neue Probleme, denn die Lebenszyklen einzelner Buchsegmente vor allem im Publikumsmarkt haben sich in den letzten Jahren extrem verkürzt: Nicht selten werden einzelne Titel heute bereits drei Monate nach Auslieferung vom Handel remittiert. Alles in allem erfordern die wirtschaftlichen und sozialen Verhältnisse sowie die psychologischen Faktoren der Käufer und Leser vom modernen Verlag ein hohes Maß an Flexibilität und Anpassungsvermögen und als Grundlage dafür eine sichere finanzielle Basis.

Bücher verändern die Welt

Friedrich Perthes hat den deutschen Buchhandel 1816 in seiner viel zitierten Schrift bereits im Titel als »Bedingung des Daseyns einer deutschen Literatur« bezeichnet. In der Tat haben Verlagswesen und Buchhandel seit Gutenberg einen bedeutenden Anteil an allen geistigen Entwicklungen der Zeit. »Buchdruck, Schießpulver und die Magnetnadel« benannte bereits der englische Staatsmann Francis Bacon (1561–1626) in seinem philosophischen Hauptwerk *Novum Organum* (1620) als die drei »mechanischen Erfindungen«, die »den ganzen Zustand der Dinge in der

Welt« verändert hätten – und dies in einer Weise, »dass keine Staatsumwälzung, keine Religion, kein Stern einen durchgreifenderen Einfluss auf die menschlichen Angelegenheiten hätte haben können«. Und der französische Schriftsteller Victor Hugo (1802–1885) stellte kurz und bündig fest: »Die Erfindung der Buchdruckerkunst ist das größte Ereignis der Geschichte.«

Große geistes- und naturwissenschaftliche sowie technische Neuerungen haben sich jahrhundertlang immer zuerst in Büchern niedergeschlagen. Karl Schottenloher (1871–1954) hat dies in seinem 1951/52 erstmalig erschienenen zweibändigen Werk *Bücher beweg-*



Frontispiz des *Novum Organum* von Francis Bacon (1620 in London veröffentlicht)

ten die Welt ebenso belegt wie John Carter (1905–1975) und Percy Muir (1894–1979) mit ihrem Titel *Bücher, die die Welt verändern* (1968 erstmals in deutscher Sprache). Der Berliner Ideengeschichtler Herfried Münkler (*1951) beschreibt die gewandelte Rolle des Mediums Buch in der modernen Gesellschaft in einem Beitrag für die *Bertelsmann Briefe* (Juni 2000) hingegen wie folgt:

»Das Buch ist inzwischen das langsamste Medium der Informationsaufnahme: Ein Buch zu lesen braucht Zeit und Ruhe. Und es ist selbst mit Inhaltsverzeichnis und Register oft schwer erschließbar. Trotz nach wie vor wachsender Produktionszahlen steht das Buch heute nicht mehr im Zentrum der gesellschaftlichen Wissens- und Informationsvermittlung. Fernsehen, PCs und Internet sind an seine Stelle getreten.

Heute sind Bücher eher Medien gesellschaftlicher Abstandswahrung und Distanzierung. Wer liest, leistet sich den **Luxus** des zeitaufwendigsten Informationsmediums. Mag dies nun der Ausdruck intensivierten Interesses oder ein Zeichen der Muße sein – in jedem Fall ist das Lesen von Büchern eine Form der Abstandnahme gegenüber dem Gedränge des Augenblicks. Wer liest, macht sich nicht gemein, sondern vereinzelt sich. Die Zeiten, da Bücher die Welt veränderten, sind vorbei, aber als Orte des Bewahrens und Formen der Distanzierung werden sie auch in Zukunft ihre Bedeutung behalten. Als Medium einer auf größere Dauer angelegten Interpretation der Welt ist das Buch unverzichtbarer als je zuvor.«

Das Buch als Medienform hat sich in den Veränderungen der vergangenen Jahrzehnte erstaunlich gut behauptet und in der Konkurrenz zu anderen Medien seine spezifischen Vorzüge entfaltet. Dass es allerdings nicht mehr das kulturelle Leitmedium ist, sondern diese Funktion an jüngere Medien abgeben muss, diese Einsicht hat inzwischen auch die Buchbranche erreicht. In der Tagesarbeit der Verlage spielt daher die Entscheidung für die richtige mediale Form einer Veröffentlichung und ihr Zusammenspiel mit allen anderen denkbaren Medien eine zunehmend wichtigere Rolle.

Verleger, Autoren und die Büchervielfalt

Nach traditioneller Sicht ist es Aufgabe des Verlags, dem Lesepublikum den Zugang zu dem zu eröffnen, was der Autor in der Einsamkeit seiner Studier- oder Arbeitsstube erdacht und niedergeschrieben hat. Dieses Bild trifft heute nicht mehr zu. Die Studier- und Arbeitsstube ist auf Knopfdruck an ein weltweites Informations- und Gesprächsnetz angeschlossen. Dennoch spielt der Verleger noch immer eine wichtige Rolle als Wegbereiter, Freund, Anreger und Förderer des Autors – so jedenfalls das Idealbild, zu dem die Verlagsgeschichte viele namhafte Beispiele lie-



Münchener Verleger (v. l.): Georg Müller, Hans von Weber, Franz Hanfstaengl, Friedrich Oldenbourg, Heinrich Beck, Julius Friedrich Lehmann, Georg Hirth, Georg D. W. Callwey, Reinhard Piper, Korfiz Holm (Karikatur, um 1912).

fert. Bestand bisher die große Kunst des erfolgreichen Verlegens darin, das richtige Buch zum richtigen Zeitpunkt auf den richtigen Markt zu bringen, so tritt heute die Fähigkeit des Verlegers hinzu, das jeweils für die Zielgruppe und den Zeitpunkt richtige Medium zu wählen.

Folgt man der von Peter Meyer-Dohm (*1930) ansatzweise entwickelten Verlegertypologie, so identifiziert sich der Verleger mit einer gesellschaftlichen Gruppe. Er bringt die ihren Bedürfnissen entsprechende Literatur heraus. So waren die **Kulturverleger** um 1900 (siehe Kap. 1.5) typische Repräsentanten des Bildungsbürgertums, das sie mit ihren Programmen ansprachen. Ebenso wollten die Verleger der in den späten 1960er und 70er Jahren gegründeten Verlage den Vertretern der 68er-Generation ein Forum bieten.

Nach wie vor erwirtschaftet der Verlag für den Autor Honorarerträge und ermöglicht ihm so das Forschen, Denken und Publizieren, auch wenn sich im Zeitalter frei zugänglicher Informationen die Frage nach dem Urheberrecht und damit auch die nach der Vergütung für den Autor neu stellt. Und die Autoren werden immer produktiver – oder die Verlage immer leistungsfähiger: Angesichts einer Titelproduktion von jährlich mehr als 90 000 Neuerscheinungen, davon etwa 80 000 Novitäten (Erstauflagen), wird in der Öffentlichkeit häufig von **Überproduktion** gesprochen. Dabei wird übersehen, dass sich diese Neuerscheinungen ja nicht auf ein Gebiet oder Thema konzentrieren, sondern die ganze Vielfalt der komplexen modernen Unterhaltungs- und Wissenswelt widerspiegeln. Da erwiesenermaßen nur die Marktwirtschaft ein freies geistiges Leben ermöglicht, sollte allein der Markt – und nicht irgendeine wie auch immer geartete übergeordnete Institution – entscheiden, was wann in wel-