

literatur für leser

15

38. Jahrgang

2

Literaturbetriebspraktiken

Herausgegeben von
David-Christopher Assmann

Mit Beiträgen von Gerhard Kaiser,
Ute Schneider, Torsten Hoffmann,
Mirna Zeman, Ingo Irsigler



PETER LANG
EDITION

Inhaltsverzeichnis

David-Christopher Assmann

Präliminarien zu einer Exploration literaturbetrieblicher Praktiken _____ 69

Gerhard Kaiser

Massenwirkung als Häresie – Anmerkungen zur Inszenierungspraxis
Daniel Kehlmanns _____ 77

Ute Schneider

Ein System geprägt von Wertigkeiten: das Buch und sein Markt _____ 85

Torsten Hoffmann

Interviews. Zur Inszenierung von Nicht-Inszeniertheit _____ 99

Mirna Zeman

Temporäre Verklumpungen: Formen und Praxen der Literaturmoden _____ 113

Ingo Irsigler

Der Deutsche Buchpreis: Konzept, Ziel und Vergabepaxis _____ 131

literatur für leser

herausgegeben von: Keith Bullivant, Ingo Cornils, Carsten Jakobi, Bernhard Spies, Sabine Wilke
Peer Review: literatur für leser ist peer reviewed. Alle bei der Redaktion eingehenden Beiträge werden anonymisiert an alle Herausgeber weitergegeben und von allen begutachtet. Jeder Herausgeber hat ein Vetorecht.

Verlag und Anzeigenverwaltung: Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften, Postfach 94 02 25, 60460 Frankfurt/M.,
Telefon: 069 / 78 07 050, Telefax 069 / 78 07 05 50

Redaktion der englischsprachigen Beiträge: Dr. Sabine Wilke, Professor of German, Dept. of Germanics, Box 353130, University of Washington, Seattle, WA 98195, USA
wilke@u.washington.edu

Redaktion der deutschsprachigen Beiträge: Dr. Carsten Jakobi, Johannes Gutenberg-Universität Mainz, FB 05, Deutsches Institut, D-55099 Mainz
cjakobi@uni-mainz.de

Erscheinungsweise: 4mal jährlich
März/Juni/September/Dezember

Bezugsbedingungen: Jahresabonnement EUR 49,95; Jahresabonnement für Studenten EUR 22,-; Einzelheft EUR 13,95. Alle Preise verstehen sich zuzüglich Porto und Verpackung. Abonnements können mit einer Frist von 8 Wochen zum Jahresende gekündigt werden. Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Übersetzung, Nachdruck, Vervielfältigung auf photomechanischem oder ähnlichem Wege, Vortrag, Funk- und Fernsehsendung sowie Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen – auch auszugsweise – bleiben vorbehalten.

Präliminarien zu einer Exploration literaturbetrieblicher Praktiken

Das verstärkte Interesse an Gegenwartsliteratur in den letzten Jahren hat vielerorts (noch einmal verstärkt) zu einer programmatischen Ausweitung des literaturwissenschaftlichen Gegenstandsbereichs geführt. Dabei zeichnet sich nicht nur immer deutlicher ab, dass neben den Schreibverfahren einzelner Texte auch die sozialstrukturellen Bedingungen literarischer Tätigkeiten in den Blick zu nehmen sind. Zu fragen ist darüber hinaus und vor allem nach den literarisch-betrieblichen Rückkopplungsbewegungen, die sich aus den Texturen einerseits und deren diskursiv-sozialstrukturell-performativen Begleitumständen andererseits ergeben. Das vorliegende Themenheft setzt an dieser Stelle an und begibt sich explorativ und exemplarisch anhand von fünf Fallstudien auf den Weg zu einer Untersuchung dieser heterogenen Vielfalt literaturbetrieblicher Praktiken im deutschsprachigen literarischen Feld nach der Jahrtausendwende.

Literaturbetriebspraktiken und literarisches Feld

Ausgangspunkt dafür ist der Begriff der *Literaturbetriebspraktik*, der im Anschluss an praxeologisch orientierte sozialwissenschaftliche Ansätze jene „know-how abhängige[n] und von einem praktischen ‚Verstehen‘ zusammengehaltene[n] Verhaltensroutinen“¹ bezeichnet, die es sozialen Akteuren ermöglichen, sich mittels handlungs- und zeichenbasierter Aktivitäten an dem „nexus of doings and sayings“² im literarischen Feld zu beteiligen. Für den jeweils handelnden Akteur³ stellt eine Literaturbetriebspraktik also gewissermaßen Spielfeld, Spielregel und Spielgerät dar, die er bzw. sie zum einen durch eine habitualisierte, körperliche Performance (Mimik, Gestik, Stimme, Kleidung etc.) und zum anderen durch inkorporiertes Wissen, Deutungswissen und Zeichengebrauch bedient. Der Vollzug einer literarisch-betrieblichen Verhaltensroutine aktualisiert eine spezifische Praktik, die innerhalb des literarischen Feldes beobachtet und sanktioniert wird. Insofern sind die an literaturbetrieblichen Prozessen Beteiligten soziale Akteure, „die sich innerhalb institutionell und historisch isolierbarer Handlungsgemeinschaften über antrainierte Performanzrituale, bestimmte *Moves* verständigen und autorisieren“.⁴

1 Andreas Reckwitz: „Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken. Eine sozialtheoretische Perspektive“. In: *Zeitschrift für Soziologie*, 32 (2003), Heft 4, S. 282-301, hier S. 289.

2 Theodore R. Schatzki: *Social Practices. A Wittgensteinian approach to human activity and the social*. Cambridge: Cambridge University Press 1996, S. 89.

3 Aus Gründen der besseren Lesbarkeit nenne ich im Folgenden nicht immer die weibliche und die männliche Form, wo diese auch gemeint sind.

4 Philipp Löffler: „Was ist eine literarische Epoche? Literaturgeschichte, literarischer Wandel und der Praxisbegriff in den Geistes- und Sozialwissenschaften“. In: *Praxeologie. Beiträge zur interdisziplinären Reichweite praxistheoretischer Ansätze in den Geistes- und Sozialwissenschaften*. Hrsg. von Friederike Elias et al. Berlin u. Boston: de Gruyter 2014, S. 73-96, 82.

Für den Literaturbetrieb verstanden als die Gesamtheit literarischer Tätigkeiten ergibt sich damit das komplexe Zusammenspiel teils routinierter, teils unbestimmter literarisch-betrieblicher Praxisformen, in die sowohl die einzelnen Aktivitäten als auch die symbolische und materielle Dimension literarischer Texte stets involviert sind. Den literaturbetrieblichen Nucleus bilden mithin weder allein diskursiv oder textuell hergestellte und damit letztlich fiktionale Konstruktionen von Akteuren noch schlichtweg gegebene einzelne Handelnde. Die ‚kleinste Einheit‘ literarisch-betrieblicher Zusammenhänge ergibt sich vielmehr aus einem mannigfaltigen und immer wieder neu erzeugten Konnex sozial normierter und organisierter Aktivitäten im literarischen Feld.

Kann auf diese Weise die in älteren sozialgeschichtlichen Ansätzen stets wirksame „Soziologie der unmittelbaren ‚äußeren‘ Determination“⁵ gestrost verabschiedet, also die grundsätzliche Reversibilität von sozialen Kontexten und Texten betont werden, darf eine literaturwissenschaftliche Untersuchung literaturbetrieblicher Praktiken gleichwohl die Textdimension nicht völlig aus dem Blick verlieren. Der feldtheoretische Fokus auf die *doings* und *sayings* literarischer Akteure und deren Feldbeziehungen untereinander legt den Schwerpunkt per definitionem auf die Sozialdimension literarisch-betrieblicher Praxis. Nicht nur nötigt das literarische Feld, das ein im sozialen Raum verortetes „Netz objektiver Beziehungen [...] zwischen Positionen“⁶ darstellt, all jenen Akteuren, die seine Logik respektieren und verinnerlicht haben, „ein System (sozialer) Wahrnehmungs- und Bewertungskategorien“⁷ auf. Die Beteiligten willigen mit ihrem Eintritt in das Feld zudem und vor allem in die „Teilnahme am Kampf um die Durchsetzung entgegengesetzter Definitionen der literarischen oder künstlerischen Produktion“⁸ ein, ja mehr noch: „Das generierende und vereinheitlichende Prinzip dieses ‚Systems‘ ist der Kampf selbst.“⁹

Was feldtheoretisch informierten Studien mit ihrem Interesse für Positionierungen also tendenziell abgeht, ist „das Gerinnen der Praxis zum Text“.¹⁰ Ausgehend von der Vermutung, dass die handlungs- und zeichenbasierten Betriebsamkeiten im literarischen Feld „auch für die poetische Verfassung der Literatur Folgen haben“¹¹, plädiert eine Literaturwissenschaft literaturbetrieblicher Praktiken folgerichtig für ein Verständnis literarisch-betrieblicher Phänomene als sich selbstregulierender Prozess, das die Untersuchung von Formen feldspezifischer Praktiken immer in Bezug setzt zur „Analyse interner Textstrukturen“.¹² Als artifizielle Produkte von Literaturbetriebspraktiken führen literarische Texte ein in ihre Zeichenmaterialität inkorporiertes Formgedächtnis mit sich,

5 Heribert Tommek/Klaus-Michael Bogdal: „Einleitung“. In: *Transformationen des literarischen Feldes in der Gegenwart. Sozialstruktur – Medien-Ökonomien – Autorpositionen*. Hrsg. von Heribert Tommek u. Klaus-Michael Bogdal. Heidelberg: Synchron 2012, S. 7-23, hier S. 8.

6 Pierre Bourdieu: *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Übers. von Bernd Schwibs u. Achim Russer. 3. Auflage, Frankfurt/Main: Suhrkamp 2005, S. 365.

7 Ebd., S. 373.

8 Ebd., S. 346.

9 Ebd., S. 368.

10 Maik Bierwirth et al.: „Doing Contemporary Literature“. In: *Doing Contemporary Literature. Praktiken, Wertungen, Automatismen*. Hrsg. von Maik Bierwirth et al. München: Fink 2012, S. 9-23, hier S. 13.

11 Philipp Theisoß/Christine Weder: „Literatur als/statt Betrieb – Einleitung“. In: *Literaturbetrieb. Zur Poetik einer Produktionsgemeinschaft*. Hrsg. von Philipp Theisoß u. Christine Weder. München: Fink 2013, S. 7-19, hier S. 7.

12 Sandro Zanelotti: „Welche Gegenwart? Welche Literatur? Welche Wissenschaft? Zum Verhältnis von Literaturwissenschaft und Gegenwartsliteratur“. In: *Wie über Gegenwart sprechen? Überlegungen zu den Methoden einer Gegenwartsliteraturwissenschaft*. Hrsg. von Paul Brodowsky u. Thomas Klupp. Frankfurt/Main et al.: Peter Lang 2010, S. 13-29, hier S. 27.

das „über die eigenen Produktions-, Vermittlungs- und Rezeptionsbedingungen“¹³ Aufschluss gibt und über die „textimmanente Logik der Produziertheit des literarischen Weltentwurfs“¹⁴ hinaus auf eine literaturbetrieblich gerahmte, „gemeinschaftliche Poetik“¹⁵ verweist.

Auch wenn es kein einheitliches praxeologisches Forschungsprogramm innerhalb der Literaturwissenschaft gibt, um die diversen typisierten und routinisierten Tätigkeiten im literarischen Feld in ihrer ganzen Breite und Heterogenität zu beschreiben, lassen sich gleichwohl einige Versuche ausmachen, typische Merkmale unterschiedlicher Praxisformen zu differenzieren. Zu nennen ist in diesem Zusammenhang insbesondere das Konzept inkorporierten feldspezifischen Wissens und entsprechender Performanzformen für schriftstellerische Inszenierungspraktiken von Christoph Jürgensen und Gerhard Kaiser. In ihrem Vorschlag koppeln Jürgensen und Kaiser feldtheoretische Grundannahmen mit dem Paratext-Konzept Gérard Genettes, um als Inszenierungspraktiken „jene textuellen, paratextuellen und habituellen Techniken und Aktivitäten von SchriftstellerInnen“¹⁶ zu bezeichnen, mittels derer diese „öffentlichkeitsbezogen für ihre eigene Person, für ihre Tätigkeit und/oder für ihre Produkte Aufmerksamkeit erzeugen“.¹⁷ Analytisch differenzieren lässt sich auf dieser Basis zwischen der Lokaldimension einer Praxisform, die nach der Stellung der jeweiligen Aktivität mit Bezug auf den Text fragt und zwischen textuellen Elementen sowie Peri- und Epitexten differenziert; und zweitens kann nach der Beschaffenheit einer Inszenierungspraktik gefragt, also die performativ-habituelle Dimension in den Blick genommen werden („Lebensstil“).

Charakteristika literaturbetrieblicher Praktiken

Hat Literaturwissenschaft in praxeologischer Perspektive nicht nur die ‚eigentlichen‘ Texte und deren Autorinnen und Autoren zum Gegenstand, sondern auch die Rahmenbedingungen literarischer Praxis in ihrer ganzen Heterogenität, geraten indes nicht nur die Praktiken der literarisch Schreibenden in den Blick. Schließlich stehen die *doings* und *sayings* von Autorinnen und Autoren immer auch in Relationen zu anderen Akteuren des literarischen Feldes und deren textuellen Produkten. Praxeologisch interessant werden mithin die gesamten sozialstrukturellen Begleitumstände literarischer Texte: von Routinen in Literaturhäusern oder bei Poetikvorlesungen, über Formen des Gebrauchs von technischen oder medialen Artefakten (E-Mail, Bleistift etc.) etwa in der Zusammenarbeit von Agentin und Lektor, von Charakteristika geschlechtlicher Performanz zum Beispiel von Moderatorinnen und Moderatoren von literarischen Podiumsdiskussionen bis hin zu ökonomischen, politischen, rechtlichen, religiösen oder massenmedialen Einflussgrößen. Die Typologie schriftstellerischer Inszenierungspraktiken,

13 Bierwirth et al.: „Doing Contemporary Literature“, S. 13.

14 Zanetti: „Welche Gegenwart? Welche Literatur? Welche Wissenschaft?“, S. 26.

15 Vgl. Theisohn/Weder: „Literatur als/statt Betrieb – Einleitung“, S. 13. Siehe ähnlich Stephan Porombka: „Literaturbetriebskunde. Zur ‚genetischen Kritik‘ kollektiver Kreativität“. In: Kollektive Kreativität. Hrsg. von Stephan Porombka et al. Tübingen: Francke 2006, S. 72-87.

16 Christoph Jürgensen/Gerhard Kaiser: „Schriftstellerische Inszenierungspraktiken – Heuristische Typologie und Genese“. In: *Schriftstellerische Inszenierungspraktiken – Typologie und Geschichte*. Hrsg. von Christoph Jürgensen u. Gerhard Kaiser. Heidelberg: Winter, S. 9-30, hier S. 10.

17 Ebd. Vgl. darüber hinaus in explizit praxeologischer Perspektive *Subjektform Autor. Autorschaftsinszenierungen als Praktiken der Subjektivierung*. Hrsg. von Sabine Kyora. Bielefeld: Transcript 2014.

verstanden als eine Ausprägung von Literaturbetriebspraktiken, ist folgerichtig auf alle anderen Akteure und Praxisformen des literarischen Feldes auszuweiten.

Um diese heterogene Vielfalt sozial geregelter, typisierter, grundsätzlich aber immer auch unberechenbarer Tätigkeitsroutinen, wie sie sich in literarisch-betrieblichen Textur-, Wissens- und Performanzformen zeigen, zumindest vorläufig einigermaßen zu systematisieren, können Literaturbetriebspraktiken zusätzlich und komplementär zur Unterscheidung von lokaler und habitueller Dimension in drei analytisch getrennten Hinsichten gefasst werden. Die ersten beiden Aspekte fragen auf zwei hierarchisch zueinander gestellten Ebenen nach den *Funktionsbezügen* von *doings* und *sayings* im literarischen Feld; der dritte Aspekt liegt quer dazu und geht näher auf die *Form* der Praktiken ein, indem er Teiltätigkeiten und Wissensformen differenziert.

So lassen sich in einer ersten Hinsicht literaturbetriebliche Praktiken danach differenzieren, ob sie Literatur herstellend bzw. rezipierend oder darstellend/inszenierend vollziehen (*primärer Funktionsbezug*). Mit der Herstellung von Literatur sind all jene literarisch-betrieblichen *doings* und *sayings* bezeichnet, die „am Entstehungsprozess vom Manuskript zum fertigen Buch und seiner Vermarktung“¹⁸ beteiligt sind. In den Blick kommen auf diese Weise also grob Praktiken in Verlagen, Agenturen, aber etwa auch Aktivitäten in Marketingabteilungen (z.B. die Herstellung von Peritexten). Komplementär dazu bezeichnen Literatur rezipierende Praktiken all jene Benutzungsformen eines literarischen Textes, die entweder auf das Lesen und damit auf die Wahrnehmung und Interpretation von graphischen Zeichenfolgen¹⁹ oder auf die Rezeption ausgebaut-performativer Formen von Literatur abzielen (beispielsweise bei Lesungen).

Der Aspekt der Darstellung/Inszenierung von Literatur betrifft dagegen die bereits von Jürgensen und Kaiser betonte Notwendigkeit der Öffentlichkeitsbezogenheit literarischer Artefakte und/oder das Werben um Aufmerksamkeit für dieselben. Hier geht es also um Routinen innerhalb des literarischen Feldes, die zwar immer noch, aber nicht im herstellenden bzw. rezipierenden Sinne an der literarischen Doxa orientiert sind. Innerhalb dieses Funktionsbezugs lassen sich – das ist der zweite Aspekt der Differenzierung von Charakteristika literarisch-betrieblicher Aktivitäten (*sekundärer Funktionsbezug*) – drei Bereiche unterscheiden: Literarisch-betriebliche Routinen der Darstellung von bereits hergestellten literarischen Artefakten sind danach zu differenzieren, ob sie die Vermittlung literarischer Texte im engeren Sinne, deren Weiterverarbeitung bzw. Medialisierung oder die Förderung bzw. Bewahrung von Literatur umsetzen. Mit Blick auf den darstellenden Aspekt literarisch-betrieblicher Praktiken geraten mithin zum einen Routinen beispielsweise im Feuilleton, in Literaturhäusern und auf Literaturfestivals (Vermittlung), zum anderen literarische Moden, Verfilmungen und Vertonungen (Medialisierung) sowie Literaturpreise, Stipendien oder Bibliotheken und Archive (Förderung/Bewahrung) in den Fokus.²⁰

Betont sei an dieser Stelle zweierlei. Einerseits ist hervorzuheben, dass die einzelnen Funktionsbezüge, nach denen Literaturbetriebspraktiken differenziert werden können,

18 Matthias Beilein: „Literaturbetrieb“. In: *Lexikon Literaturwissenschaft. Hundert Grundbegriffe*. Hrsg. von Gerhard Lauer u. Christine Ruhrberg. Stuttgart: Reclam 2011, S. 181-183, hier S. 182.

19 Siehe Bodo Plachta: *Literaturbetrieb*. Paderborn: Fink 2008, S. 67. Vgl. auch Silke Bittkow: „Lesen“. In: *Das BuchMarktBuch. Der Literaturbetrieb in Grundbegriffen*. Hrsg. von Erhard Schütz et al. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 2005, S. 197-203.

20 Vgl. Beilein: „Literaturbetrieb“, S. 182.

nicht mit der Unterscheidung einzelner Akteursrollen oder Institutionen zusammenfallen. Sie durchkreuzen diese vielmehr. So können Herstellungs- und Darstellungsfunktionen beispielsweise sowohl in bzw. von Praxisformen in Verlagen, aber etwa auch von einzelnen Formaten auf Literaturfestivals bedient werden (z.B. die Performance als Teil des literarischen Programms). Umgekehrt können Aktivitäten innerhalb von Verlagen Funktionen der Vermittlung oder Förderung übernehmen (etwa Buchpräsentation im Verlagshaus). Die Zuordnung konkreter Akteure oder Institutionen zu einzelnen Funktionsbezügen ist also sehr plakativ, basiert nur auf einem ad hoc vermuteten *bias* spezifischer literarisch-betrieblicher Routinen innerhalb bestimmter Handlungsgemeinschaften und muss in der konkreten Analyse differenziert werden, um zu sehen, dass beispielsweise Praktiken im Kontext von Autoreninterviews keineswegs nur vermittelnde Funktionen erfüllen. Andererseits ist die begriffliche Grenze zwischen den einzelnen Funktionsbezügen hochgradig unscharf, wenn nicht kontingent, und hat daher lediglich heuristischen Charakter, um überhaupt etwas im literarischen Feld sehen zu können. Genau betrachtet hat nämlich selbstredend *jede* handlungs- oder zeichenbasierte Aktivität im literarischen Feld einen Herstellungs- bzw. Rezeptions- und einen Darstellungsaspekt, ließen sich doch erstere ansonsten überhaupt nicht (auch nicht literaturwissenschaftlich) beobachten. Der vorliegende Entwurf zielt denn auch nicht auf eine Typologie im strikten Sinne ab, sondern ist als ein Diskussionsvorschlag zu verstehen, mittels praxeologischen Vokabulars bestimmte literarisch-betriebliche Aktivitäten zumindest vorläufig in den Griff zu bekommen und unterscheiden zu können, im zweiten Schritt und in der Auseinandersetzung mit dem konkreten Gegenstand die systematisierenden Kategorien aber selbst immer auch in Frage zu stellen, ja zu unterlaufen.

Das gilt auch für den dritten Aspekt, nach dem literaturbetriebliche Praktiken differenziert werden können. Er zielt nicht wie die ersten beiden auf eine Unterscheidung von Funktionsbezügen, sondern auf die praxeologisch differenziert beschreibbaren Teilaktivitäten und Wissensformen jeder konkreten Praktik (*Formbezug*).²¹ In dieser Hinsicht lassen sich literarisch-betriebliche *doings* und *sayings* zum einen in eine Heterogenität alltäglicher Praktiken zerlegen, die von öffentlich kursierenden Vorstellungen über die jeweilige Akteursrolle differieren, tatsächlich aber die jeweilige Tätigkeit bestimmen. So können eher unscharfe diskursive Imaginationen etwa von den Aktivitäten einer Lektorin (‘geistige Geburtshelfer’ und ‘Hebammentätigkeit’, ‘Graue Eminenzen’, ‘Literaturkulis’, ‘Literaturhausmeister’, ‘Einsiedler’²²) durch Verweis auf das Changieren vielfältigster lektoraler *doings* und *sayings* zwischen dem ‘literarischen Entdecker und Literaturexperten einerseits und dem auf ökonomischen Erfolg abzielenden Produktmanager andererseits’²³ differenzierter beschrieben werden. Die damit aufgerufenen informellen Logiken, die das Praxiskonglomerat des jeweiligen literarischen Akteurs strukturieren, werden schließlich dadurch rekonstruierbar, dass die praxistheoretische Analyse – zum anderen – nach den hochspezifischen Wissensformen fragt, die die einzelnen Praktiken ermöglichen: also nach Formen methodischen Wissens und impliziten Verstehens sowie nach feldspezifisch geformten Motivationen, die die Teilaktivitäten der

²¹ Siehe allgemein Reckwitz, S. 293-294.

²² Ute Schneider: *Der unsichtbare Zweite. Die Berufsgeschichte des Lektors im literarischen Verlag*. Göttingen: Wallstein 2005, S. 24-25.

²³ Ebd., S. 344.

jeweiligen Praktik, des Umgangs mit anderen Feldakteuren sowie des Selbst ermöglichen und bedingen.

Zu den Beiträgen des vorliegenden Themenheftes

So skizzenhaft dieser Systemisierungsvorschlag literaturbetrieblicher Praktiken nun auch erscheinen mag, heuristisch bestellt ist mit ihm zumindest das Feld, auf dem sich die fünf Fallstudien des vorliegenden Themenheftes bewegen können.²⁴ Den Auftakt macht Gerhard Kaiser. In seinem Beitrag fragt er nach jenen beobachtbaren Routinisierungspraktiken, Wissensformen und epitextuellen Redeweisen, mit denen Daniel Kehlmann auf den literaturbetrieblichen Inszenierungsdruck reagiert, den sich der Autor u.a. durch den Bestseller *Die Vermessung der Welt* eingehandelt hat. Das strategische Ziel, auf der Basis seines ökonomischen Erfolges eine durch symbolisches Kapital definierte dominierende Position im literarischen Feld der Jahrtausendwende einzunehmen, realisiert Kehlmann demzufolge durch die Inszenierung seines Selbst zugleich als *poeta doctus* und *poeta faber* und über die Aufwertung einer stark autorgebundenen Poetik des Narrativen, bei gleichzeitiger Abwertung avantgardistischer Programme.

Die im Hintergrund von Kehlmanns Inszenierungspraxis aktive Differenz zwischen ökonomischem und symbolischem Kapital als literaturbetriebliche Praktiken im Bereich des sekundären Funktionsbezugs bestimmende Konfliktlinie betont auch Ute Schneider. Ihr zufolge können Literaturbetriebspraktiken zwar stets nur vor dem Hintergrund der quantitativen und qualitativen Merkmale des Marktes und juristischer Rahmenbedingungen bestimmt werden. In buchwissenschaftlicher Perspektive lässt sich aber gleichwohl aufzeigen, dass den vermittelnden *doings* und *sayings* im literarischen Feld nach der Jahrtausendwende immer auch genügend Freiheitsgrade zur Verfügung stehen, um vielfältige, sozio-kulturell überformte und mit traditionsbedingten Werten verbundene literarisch-betriebliche Aktivitäten zu realisieren.

An eben diesen kreativen Unbestimmtheiten literaturbetrieblicher Praktiken der Vermittlung ist auch Torsten Hoffmann interessiert, wenn er danach fragt, wie den um die Jahrtausendwende zunehmend an literaturbetrieblicher Bedeutung gewinnenden Autoreninterviews literaturwissenschaftlich beizukommen ist. Denn leitend ist für ihn die Beobachtung, dass Interviews keineswegs lediglich als Ausdruck einer routinisierten Vermittlungspraxis im Zeichen ökonomischer oder massenmedialer Verwertbarkeit stehen. Die Wissens- und Tätigkeitsformen sowohl der Interviewenden als auch der Autorinnen und Autoren funktionalisieren die Textsorte vielmehr darüber hinaus – das zeigt Hoffmann an einer Reihe von Beispielen – als literarisch-betriebliches Spielangebot, das die Grenze zwischen Text und paratextuellem Beiwerk, ja zwischen primärem und sekundärem Funktionsbezug literarisch-betrieblicher Praktiken zu irritieren und zu unterlaufen vermag.

Gleichwohl kommt Interviews im deutschsprachigen literarischen Feld um 2000 selbstredend auch eine gewichtige Rolle als Literaturvermittlungsformat zu. Damit partizipieren

²⁴ Die Aufsätze basieren auf Vorträgen, die im Rahmen der Ringvorlesung *Literaturbetriebspraktiken* im Wintersemester 2015/16 an der Goethe-Universität Frankfurt/Main gehalten wurden. Meinem Mitorganisator Jan Wilm danke ich herzlich für die Zusammenarbeit, Marlene Dort für die Unterstützung bei der Einrichtung der Beiträge.

sie nicht zuletzt an eben den Praxiszusammenhängen, für die sich der Beitrag von Mirna Zeman interessiert. Zeman fragt nach den Formen und Praktiken jener heterogenen Ensembles aus Feldakteuren, Dingen, Texten und Paratexten, die zeitlich beschränkt gehäuft literarisch-betrieblich Gleichförmiges realisieren: Literarische Moden, die sowohl den herstellenden als auch den darstellenden Aspekt literaturbetrieblicher Praktiken betreffen, fasst sie als sich zyklisch formierende, häufig über Hypes mobilisierte *doings* und *sayings* im literarischen Feld, die auf Verfahren der Ähnlichkeit und der Wiederholung basieren. Dabei handelt es sich um eine derart grundlegend-soziale und damit auch elementar-literarische Praxis, die die ‚Modeschelten‘, wie sie z.T. im Feuilleton um 2000 zu finden sind, gerade verfehlen. Literarisch-betriebliche Wiederholungsphänomene und die an sie gebundenen Tätigkeits- und Wissensformen sind vielmehr, so Zemans Plädoyer, literaturwissenschaftlich ernst zu nehmen und damit zu untersuchen.

Gleiches gilt auch für die Aktivitäten im Kontext von Literaturpreisen, die der abschließende Beitrag von Ingo Irsigler in den Blick nimmt. Irsigler untersucht die Bedeutung des *Deutschen Buchpreises* im gegenwartsliterarischen Feld nach der Jahrtausendwende und damit wissenschaftsbasierte Teilaktivitäten im Bereich der Förderung von Literatur und deren Auswirkung auf herstellende Praktiken. Auf die Position als Nationalpreis in der gesellschaftlichen Mitte strebend geht es dem Preis demnach um eine besonders große öffentliche Aufmerksamkeit, die sich nicht nur in dessen *doings* und *sayings* ablesen lässt, sondern auch im Schreibprogramm der ausgezeichneten Texte wiederfindet. Anhand der Gewinnerromane von Arno Geiger, Eugen Ruge und Julia Franck zeigt Irsigler exemplarisch verfahrenstechnische Parallelen auf, die einem Programm geschuldet sind, das sich historischen Wirklichkeiten fiktional-konstruktiv nähert, um auf diese Weise den identitätsstiftenden Charakter von Literatur herauszustellen.

Massenwirkung als Häresie – Anmerkungen zur Inszenierungspraxis Daniel Kehlmanns

I. Vorüberlegung: Schriftstellerische Selbstreflexion und -darstellung als Literaturbetriebspraxis und die Feldeffekte des literarischen Erfolges

Der moderne Schriftsteller kann nicht naiv sein. Nach Schillers kulturkritischer Diagnose ist er zum „Sentimentalischen“, mithin zur permanenten Selbstreflexion, immer schon verurteilt. Schillers asymmetrisches Gegenbegriffspaar ist freilich alles andere als scharf umrissen, gleichwohl trifft man wohl einen Grundzug seiner Überlegungen, wenn man als sentimentalisch jene modernere, selbstentzweite Haltung des Kunstausübenden zur Kunst bezeichnet, die nicht mehr naiv schafft, sondern zugleich auf ihr Schaffen reflektiert: „Denn eben diese reine Einheit ihres Ursprungs und ihres Effekts ist ein Charakter der naiven Dichtung“, so Schiller, um dann fortzufahren: „Ganz anders verhält es sich mit dem sentimentalischen Dichter. Dieser *reflektiert* über den Eindruck, den die Gegenstände auf ihn machen, und nur auf jene Reflexion ist die Rührung gegründet, in die er selbst versetzt wird und uns versetzt.“¹

Vor allem seit der Entstehung des literarischen Marktes ist diese ebenso auf den Schriftsteller wie auf seine Leser einwirkende Selbstreflexion meist auch ein öffentlicher Akt und somit – als schriftstellerische Selbstinszenierung² – wiederum Teil jener grundsätzlich imitier- und routinierbaren Verhaltens- und Handlungsweisen, die als „Literaturbetriebspraktiken“ bezeichnet werden können.³ Will der moderne, im Literaturbetrieb agierende Autor den Eindruck, den er in der Geschichte als Schreibender macht und hinterlässt, auf Dauer stellen, muss er in der Regel *mehr* tun, als eben nur literarische Texte zu schreiben. Er muss dafür Sorge tragen, dass das, was da geschrieben steht, auch wahrgenommen wird, er muss – über das Geschriebene schreibend oder eben redend – Aufmerksamkeit dafür erzeugen, dass das Geschriebene von *ihm* stammt, und er muss versuchen, Einfluss darauf zu nehmen, *wie* das von ihm Geschriebene wahrgenommen wird. Somit wird die darstellende Vermittlung⁴ des eigenen Schaffens zu einer gewichtigen (und beobachtbaren) Praxis im literarischen Feld. Selbst im Akt des völligen Verschwindens eines Absenzvirtuosens wie Thomas Pynchon wird dann noch jener Inszenierungsdruck greifbar, mit dem der literaturbetrieblich rückgekoppelte Autor umzugehen hat. Wer nicht früh genug verschwindet,

1 Friedrich Schiller: „Über naive und sentimentalische Dichtung“. In: Friedrich Schiller.: *Sämtliche Werke*. Band V. *Erzählungen und theoretische Schriften*. Hrsg. von Wolfgang Riedel. München: Hanser 2004, S. 694-780, hier S. 720.

2 Zum Begriff der schriftstellerischen Inszenierungspraxis siehe Christoph Jürgensen/Gerhard Kaiser: „Schriftstellerische Inszenierungspraktiken. Heuristische Typologie und Genese“. In: *Schriftstellerische Inszenierungspraktiken – Typologie und Geschichte*. Hrsg. von Christoph Jürgensen u. Gerhard Kaiser. Heidelberg: Winter 2011, S. 9-30.

3 Siehe dazu die Einleitung von David-Christopher Assmann im vorliegenden Heft.

4 Zur Differenzierung in primäre und sekundäre Funktionsbezüge der Literaturbetriebspraktiken siehe ebd.

der muss reden, und wer einmal damit angefangen hat, wird – gerade dann, wenn er erfolgreich ist – so schnell nicht aufhören dürfen.

„Als deutscher Autor“, so bringt Daniel Kehlmann diesen Umstand aus der Sicht des Schriftstellers auf den Punkt, „ist man ständig, ununterbrochen, auf Schritt und Tritt ein Befragter.“⁵ Dass Kehlmann sich hier im Rahmen seiner 2007 gehaltenen Göttinger Poetikvorlesung, die er bezeichnender Weise als ein Selbstinterview inszeniert⁶, als Dauerbefragten beklagen kann, hängt freilich weniger damit zusammen, dass er ein „deutscher“ Autor ist, als vielmehr damit, dass er spätestens seit der Veröffentlichung seines Romans *Die Vermessung der Welt* ein weltweit äußerst erfolgreicher Autor ist: Der Roman blieb eineinhalb Jahre an der Spitze der deutschen Bestsellerliste, die deutsche Ausgabe wurde allein bis 2009 1,4 Millionen Mal verkauft und in über 40 Sprachen übersetzt. Alle Übersetzungen einbezogen verkaufte sich der Roman bis Mitte 2011 drei Millionen Mal.⁷

Rezeptionsästhetische und -psychologische wie auch feldsoziologische Annäherungsversuche an die Bedingungen der Möglichkeit dieser „Glückskatastrophe“⁸ von Kehlmanns weltliterarischem Ruhm hat es von literaturkritischer und -wissenschaftlicher Seite wiederholt gegeben.⁹ Sie sollen hier nicht fortgesetzt werden. Im Zentrum des Interesses steht im Folgenden vielmehr die Frage, wie ein derartiger Erfolg auf die selbstinszenatorischen Literaturbetriebspraktiken eines Autors zurückwirkt. Mit welchen beobachtbaren Routinisierungs-, mit welchen Selbstdarstellungspraktiken und mit welchen Redeweisen reagiert Kehlmann auf den durch den Erfolg noch gesteigerten Inszenierungsdruck, oder, anders formuliert, wie versucht er das neugewonnene ökonomische in weiteres symbolisches Kapital zu transformieren?¹⁰

Über seine Poetik, d.h. über sein Verständnis von Literatur und Autorschaft, hat Kehlmann wiederholt in Interviews, Essays und Artikeln, vor allem und exemplarisch aber in seiner Poetikvorlesung reflektiert Auskunft gegeben. Die Sichtung dieses epitextuellen Materials zeigt¹¹, dass es einige, immer wiederkehrende Grundzüge in Kehlmanns Reden über Literatur und somit auch in seiner Selbstdarstellungspraxis gibt.

5 Daniel Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze. Poetikvorlesungen*. Göttingen: Wallstein 2007, S. 6.

6 Zum Stellenwert des Interviews im literarischen Feld siehe jetzt Torsten Hoffmann/Gerhard Kaiser: „Echt inszeniert. Schriftstellerinterviews als Forschungsgegenstand“. In: *Echt inszeniert. Interviews in Literatur und Literaturbetrieb*. Hrsg. von Torsten Hoffmann u. Gerhard Kaiser. Paderborn: Fink 2014, S. 9-25.

7 Zahlen hier zit. nach Klaus Bichler: *Selbstinszenierung im literarischen Feld Österreichs. Daniel Kehlmann und seine mediale Inszenierung im Bourdieuschen Feld*. Frankfurt/Main: Pl Acad. Research 2013, S. 64.

8 Diesen Begriff borgt sich Kehlmann selbst bei Imre Kertész (Daniel Kehlmann: „Die Katastrophe des Glücks. Dankesrede zur Verleihung des WELT-Literaturpreises“. In: Daniel Kehlmann: *Lob. Über Literatur*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 2010, S. 174).

9 Siehe für die Literaturwissenschaft etwa Wilhelm Haefs: „Deutschlands literarischer Superstar? Daniel Kehlmann und sein Erfolgsroman *Die Vermessung der Welt* im literarischen Feld“. In: *Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart*. Hrsg. von Markus Joch, York-Gothart Mix und Norbert Christian Wolf. Tübingen: Niemeyer 2009, S. 233-252; Klaus Zeyringer: „Vermessen. Zur deutschsprachigen Rezeption der *Vermessung der Welt*“. In: *Daniel Kehlmanns ‚Die Vermessung der Welt‘. Materialien, Dokumente, Interpretationen*. Hrsg. von Gunther Nickel. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 2009, S. 78-94.

10 Zur Relevanz des symbolischen Kapitals innerhalb des literarischen Feldes siehe Pierre Bourdieu: *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1999.

11 Im Sinne Genettes handelt es sich bei Epitexten um (poetologische) Selbstkommentare, Interviews, Gespräche, Selbst- oder Fremdrezeptionen, Kolloquien, Debatten oder (Vor-)Lesungen (siehe Gérard Genette: *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*. Frankfurt/Main: Campus 1989).

Diese Grundzüge seiner Poetik und seiner Selbstdarstellung sollen im Folgenden umrissen und erläutert werden.

II. Massenwirksamkeit als Distinktionsverlust und als Häresie

„Man braucht nicht Bourdieu gelesen zu haben, um es nachzuvollziehen: Das Verbreitete taugt nicht mehr zum Distinktionsgewinn“¹², so reflektiert Kehlmann selbst in seiner Dankesrede zur Verleihung des *Welt*-Literaturpreises seine Position als Erfolgschriftsteller; eine Position, die, angesichts der obligatorischen Funktionsweisen des literarischen Feldes, eine problematische ist. Kurz gefasst: Wer als Schriftsteller einen Bestseller landet, gerät – so die Logik des Feldes – leicht unter Trivialitätsverdacht. Dass das Verbreitete indes durchaus auch das Gute, Wahre und Schöne sein kann – auf diese Transformation des ökonomischen in symbolisches Kapital zielen Kehlmanns epitextuelle Einlassungen wiederholt und vor allem mit drei Argumentationsweisen: 1.) durch die Inszenierung eines Autortypus, die Elemente des *poeta doctus* mit denen des *poeta faber* kombiniert, 2.) mit der emphatischen Aufwertung einer Poetik der Narrativität und der Betonung einer starken Autorschaft und schließlich 3.) mit der Abwertung von konkurrierenden Schreibprogrammen, die sich, Kehlmann zufolge, fälschlicherweise als Avantgarde gerierten.

II.1 Wissen und Können

„Für einen 30-Jährigen sind Ihre Antworten“, so konzедieren die zum Lob bekanntlich nicht immer aufgelegten Redakteure des *Spiegel* am Ende eines längeren Interviews mit Daniel Kehlmann, „ungewöhnlich klug und abgeklärt, wir sprechen mit einem deutsch-österreichischen Bildungswunder.“¹³ Die kommunikative Inszenierung von Bildung und der Reflektiertheit des eigenen, schriftstellerischen Handwerks sind in der Tat zwei zentrale Elemente, mit denen sich Kehlmann öffentlichkeitswirksam gegen den Verdacht immunisiert, man könne ihn angesichts seines ungewöhnlichen Erfolges „als platten Bestsellerautor beiseite[]schieben.“¹⁴ Zwar kokettiert er bisweilen auch mit popkulturellen Wissensbeständen, grundsätzlich lässt er aber in seinen Epitexten keinerlei Zweifel daran aufkommen, dass sein Wissensrepertoire jene nobilitierten, hochkulturellen literatur- wie geistesgeschichtlichen Bestände umfasst, die dem Typus des gelehrten Dichters, des *poeta doctus*, gemäß sind. Wenn Kehlmann – die Anforderungen des Genres ‚Poetikvorlesung‘¹⁵ ebenso leichthändig

12 Kehlmann: *Die Katastrophe des Glücks*, S. 176.

13 „Mein Thema ist das Chaos“. Ein Gespräch mit Daniel Kehlmann in *Der Spiegel*®. In: Nickel (Hrsg.): *Daniel Kehlmanns ‚Die Vermessung der Welt‘*, S. 36-46, hier S. 45. Das Gespräch führten am 5.12.2005 Matthias Matussek, Mathias Schreiber und Olaf Stampf.

14 So Kehlmann hier allerdings nicht über sich selbst, sondern über Tolkien redend („Erfundene Schlösser aus echtem Stein. Über J.R.R. Tolkien“. In: Daniel Kehlmann: *Wo ist Carlos Montúfar? Über Bücher*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 2005, S. 61-70, hier S. 62).

15 Bildungswissen wird hier schon im Titel von Kehlmanns Vorlesung, der Goethes Diktum über seinen *Faust II* übernimmt, anziert. Über die selbst wiederum bildungsabhängigen Zugangsmöglichkeiten zur Institution der Poetikvorlesung, der Inszenierungsplattform für den *poeta doctus* schlechthin, siehe Johanna Bohley: „Zur Konjunktur der Gattung Poetikvorlesung als *Form für Nichts*“. In: *Das erste Jahrzehnt. Narrative und Poetiken des 21. Jahrhunderts*. Hrsg. von Johanna Bohley u. Julia Schöll. Würzburg: Königshausen & Neumann 2011, S. 227-242, sowie Gundela Hachmann: „Poeta doctus docens. Poetikvorlesungen als Inszenierung von

wie großräumig bedienend – über die „größte literarische Revolution des zwanzigsten Jahrhunderts“, „die Erzähler Südamerikas, die an Kafka anknüpften“¹⁶, doziert, oder wenn er in seinen beiden Büchern „über Bücher“ und „über Literatur“ ein panoramatisches Spektrum bedient, das von Voltaire und Stendhal über Hamsun, Céline, Updike, Carver, Thomas Bernhard und Kleist bis zu Thomas Mann, Beckett, Shakespeare und schließlich ihm selbst reicht¹⁷, dann spricht hier nicht nur der leidenschaftliche Leser, der er sicherlich auch ist. Zugleich spricht hier eben auch ein Akteur, der sein souveränes Verfügen über weltliterarische Wissensbestände und die abendländische Geistesgeschichte demonstriert. „Bei öffentlichen Auftritten“, so etwa Gundela Hachmann jüngst in einer Analyse von deutschen Poetikvorlesungen, „eloquent und souverän über eigene wie fremde Literatur zu sprechen, ist eine der zentralen Vermarktungsstrategien [...] auf dem heutigen Buchmarkt.“¹⁸ Symbolisches Kapital resultiert indes nicht nur aus dem öffentlichen Bildungsnachweis, sondern auch aus der reflektierten Darstellung des schriftstellerischen Handwerks. Kurzum: Es reicht nicht, wenn der Autor belesen ist, er muss auch etwas *können*. Zwar räumt Kehlmann auf die selbstgestellte Frage, ob es „überhaupt ein Handwerk des Schreibens“ gebe, ein, dass man die schriftstellerische Tätigkeit nicht mit der „physischen Fertigkeit eines routinierten Experten manueller Arbeit“¹⁹ gleichsetzen dürfe. Als *poeta faber*, d.h. als einen die dann doch handwerksanalogen Finessen des Schreibens reflektierenden und beherrschenden Schriftsteller sieht er sich gleichwohl: „Aber natürlich, wie in allen Dingen spielt auch hier Übung eine Rolle“²⁰ und „das Geschäft des Romanschreibens, mit höchstem Anspruch betrieben, gehört zu den härtesten aller Arbeiten.“²¹ Die Übung wie auch ein solches Leistungsethos schützen zwar nicht vor der Gefahr des Versagens, die richtige Beobachtung der Details markiert jedoch für Kehlmann den feinen Unterschied zur Trivialliteratur:

Details sind nicht nur nicht egal, Details sind alles. Wenn solch eine Einzelheit nicht stimmt, hat die Geschichte als Ganzes einen Fehler; die Welt, die sie aufzubauen vorgibt, ist in sich nicht schlüssig. [...] [M]an kann im Visualisieren viel sparsamer sein, als es die so an Kleidung, Haartracht und Gesichtszügen interessierte Trivialliteratur ist, bei der es ja immer darum geht, die Beschreibung zunächst möglichst ausführlich zu erledigen, damit der Autor sich dann ungestört den Ereignissen widmen kann.²²

Diesem produktionsästhetischen Ethos, dem – ganz in den Spuren Thomas Manns – Bücher als eine quasi-musikalische Komposition „aus Motiven“ erscheinen, aus „deren Einführung, deren Abwandlung und Wiederholung“²³, korrespondiert freilich die rezeptionsästhetische Forderung des Autors nach einem gebildeten, „aufmerksamen Leser“²⁴, der ein Vergnügen daran hat, diese Motive „selbst in transponierter und fast

Bildung“. In: *Subjektform Autor. Autorschaftsinszenierungen als Praktiken der Subjektivierung*. Hrsg. von Sabine Kyora. Bielefeld: transcript 2014, S. 137-155.

16 Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 14.

17 Kehlmann: *Wo ist Carlos Montúfar?*; Kehlmann: *Lob*. Bezeichnenderweise schließen beide weltliterarischen Rundumblicke Kehlmanns mit Sichtungen seines eigenen Schaffens.

18 Hachmann: „Poeta doctus docens“, S. 139-140.

19 Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 9.

20 Ebd.

21 Daniel Kehlmann: „Ironie und Strenge“. In: Kehlmann: *Wo ist Carlos Montúfar?*, S. 133-143, hier S. 142.

22 Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 11.

23 Ebd., S. 23.

24 Ebd., S. 33.

unkenntlicher Gestalt noch auszumachen und wiederzuerkennen.“²⁵ Allerdings ist mit diesem Anspruch auf den gebildeten Leser Kehlmanns Poetik keinesfalls erschöpft. Ebenfalls ganz im Sinne Thomas Manns entwirft Kehlmanns Poetik die Strategie einer „doppelten Optik“, die nicht nur eine gebildete oder bildungswillige Leserschaft adressiert, sondern auch jene Rezipienten zu bedienen weiß, die durch eine mitreißende Erzählung unterhalten werden wollen.²⁶ In diesem Zusammenhang ist Kehlmanns Poetik, wie auch seine öffentliche Selbstdarstellung durch ein emphatisches Bekenntnis zur Narrativität gekennzeichnet.

II.2 Erzählen und Nichtkönnen

„Radikaler selbst als die meisten avantgardistischen Strömungen stellt dieser Roman mit seinem Welterfolg und seiner Anziehung auf immer neue Lesermassen die Grenzen unseres Literaturbegriffs in Frage. Schon nach wenigen Seiten wird klar, daß man es hier nicht mit einem Phänomen à la Stephen King, Tom Clancy oder Danielle Steel zu tun hat[.]“ Was hier auf den ersten Blick anmutet wie das Lob in einer Rezension, die Kehlmanns *Vermessung* gegen jedweden Trivialitätsverdacht zu immunisieren bestrebt ist, stammt von Kehlmann selbst, der über Tolkiens *Herr der Ringe* raisonniert.²⁷ Tolkien, so Kehlmann weiter, habe „ebendiese Massenwirkung für ein Kriterium gelungenen Erzählens“ gehalten und dessen „Intelligenz und Stilsicherheit und sein schlechthin atemberaubendes handwerkliches Können machen es unmöglich, ihn als platten Bestsellerautor beiseitezuschieben.“²⁸ Freilich spricht Kehlmann, wenn er hier über Tolkien spricht (wie die meisten Autoren, wenn sie über andere Autoren sprechen), zugleich auch über sich selbst. Denn „gelungenes Erzählen“, bzw. grundsätzlicher noch, Erzählen überhaupt, ist einer der Kernbegriffe seiner poetologischen Selbstdarstellung: „Erzählen“, so Kehlmanns gleich in zwei Epitexten publiziertes, narratives Credo,

das bedeutet einen Bogen spannen, wo zunächst keiner ist, den Entwicklungen Struktur und Folgerichtigkeit gerade dort verleihen, wo die Wirklichkeit nichts davon bietet – nicht um der Welt den Anschein von Ordnung, sondern um ihrer Abbildung jene Klarheit zu geben, die die Darstellung von Unordnung erst möglich werden läßt. Gerade wenn man darüber schreiben will, daß der Kosmos chaotisch ist [...] muß man die Form wichtig nehmen.²⁹

Dieses emphatische, poetologische Bekenntnis zur Narrativität wird nun bei Kehlmann positiv dadurch grundiert, dass er sich diese ‚neue‘ Lizenz zum Erzählen im weltliterarischen Rückgriff auf den „südamerikanischen Erzählgestus“³⁰ eines Márquez, Cortázar oder Vargas Llosa erteilt und an deren „Primat des scheinbar unstrukturierten,

²⁵ Ebd., S. 23.

²⁶ Thomas Mann spricht in den *Betrachtungen eines Unpolitischen* von Wagners „doppelter Optik“ (Thomas Mann: „Betrachtungen eines Unpolitischen“. In: Thomas Mann: *Gesammelte Werke*. Band XII. Frankfurt/Main: Fischer 1990, S. 110), die darauf zielte, in seiner Kunst durch komplizierte, leitmotivische Klang- und Wortgewebe samt deren intrikater Symbolbeziehungen zwar einerseits die Musikverständigen und Feinsinnigen anzusprechen, zugleich aber durch eine ereignisreiche Handlungsführung und durch effektvolle Inszenierungen auch die weniger Gebildeten für sich einzunehmen. „Diesen [Wagner]“, so kritisiert Nietzsche diese Haltung, „verlangte auch nach den Dummen...“ (Thomas Mann: „Betrachtungen eines Unpolitischen“) Thomas Mann selbst wiederum wertet Nietzsches Kritik um und macht Wagners Optik auch zur Direktive seines eigenen Schreibprogramms.

²⁷ Kehlmann: *Erfundene Schlösser aus echtem Stein*, S. 61-70, hier S. 62.

²⁸ Ebd., S. 70 und 62.

²⁹ Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 36, und Kehlmann: *Wo ist Carlos Montúfar?*, S. 14.

³⁰ Ebd., S. 40.

sprudelnden Erzählens³¹ anknüpft. Diese positive Genealogisierung des eigenen Erzählens flankiert Kehlmann in seiner öffentlichen Selbstdarstellung mit einem doppelten Distinktionsgestus, der zum einen (und immer wieder) die „antinarrativen Avantgarde[n] des zwanzigsten Jahrhunderts“³² diskreditiert und, zum anderen, gegen ein postmodernes Literaturverständnis die Vorstellung einer starken Autorschaft ins Feld führt. In dieser Freund-Feind-Logik dominierte Kehlmann zufolge ein Verbund aus literarischer und feuilletonistischer, avantgardistischer Orthodoxie die deutschsprachige Nachkriegslandschaft: „Hierorts“, so Kehlmann, habe man an den „Dadaismus der Vorkriegszeit“ angeknüpft, „zog den Humor ab und nannte es ein Experiment. Lautpoesie und soziales Engagement – die zwei bedrückenden Eckpfeiler des radikalen Realismus.“³³ Zumindest in Kehlmanns Optik hat dieser antinarrative ‚Block‘ einen äußerst langen, literaturhistorischen Atem, der von der „ernste[n] neodadaistische[n] Poesie“ der „Wiener Nachkriegsliteratur“³⁴ bis in die 1990er Jahre reicht, in denen „der deutsche Journalismus auf dezidiert narrative Texte erschrocken und unmutig [reagiert].“³⁵ Gegen diese „kalkulierbaren Provokation[en]“ und „routinierte[n] Tabubrüche“ einer „erwartbaren Avantgarde“ setzt Kehlmann auf die „echte Avantgarde“ eines ‚neuen‘ Erzählens, die er etwa bei J.M. Coetzee verwirklicht sieht – und, das freilich auch, in seinem eigenen Schreibprogramm eines „gebrochenen Realismus“³⁶: „Ich fand Literatur immer am faszinierendsten, wenn sie nicht die Regeln der Syntax bricht, sondern die der Wirklichkeit.“³⁷ Im Rahmen dieser zweigeteilten Optik wird das Erzählen der „echten Avantgarde“ zu einem gleichsam häretischen Akt, der die tradierten Spielregeln des literarischen Feldes (zumindest aber jene, die nach Kehlmann seit 1945 bestimmend sind) außer Kraft setzt: Denn die neue Narrativität bricht nicht nur mit einem tradierten Verständnis von Avantgarde, sondern sie verbürgt – für Coetzee wie für Kehlmann selbst – die Möglichkeit zur Massenwirksamkeit. Gerade diese Massenwirksamkeit wird von Kehlmann dann zur Häresie stilisiert, d.h. die traditionelle Position des verfeimten Poeten wird hier vom gefeierten Poeten usurpiert.

Allerdings gilt es für Kehlmann, das Lob eines dergestalt erneuerten Erzählens – soll der Applaus nicht von der falschen, postmodernistischen oder popliterarischen Seite kommen – noch weiter unterscheidbar zu machen. Diese Imprägnierung gegen ein postmodernes Literaturverständnis setzt Kehlmann in Szene, indem er wiederholt für die Vorstellung einer starken Autorschaft optiert. Statt, wie etwa Roland Barthes, den „Tod des Autors“ im intertextuellen Montagekreuzfeuer der Diskurse zu beschwören, besteht Kehlmann auf dem individuellen, originären und deshalb wiedererkennbaren

31 Ebd. Zum Einfluss dieser und anderer, lateinamerikanischer Autoren auf Kehlmann siehe Joachim Rickes: *Daniel Kehlmann und die lateinamerikanische Literatur*. Würzburg: Königshausen u. Neumann 2012.

32 Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 39.

33 Ebd., S. 14.

34 Kehlmann: *Wo ist Carlos Montúfar?*, S. 12.

35 Ebd., S. 127. Zu diesem antinarrativen Block aus griessgrämigen Lautpoeten und verblendeten Literaturkritikern gesellt sich dann freilich auch die Literaturwissenschaft, als deren Inkarnation Kehlmann eine ausgerechnet den historischen Roman mit Verachtung strafende Figur namens Dr. S. – er hatte „hervorquellende Augen, schlechte Haut und ein Alkoholproblem“ – in Szene setzt: „Historische Romane, hatte er im Brustton der Überzeugung gesagt, sollten wir Germanisten besser meiden, sie seien unzuverlässig und trivial.“ (Kehlmann: *Wo ist Carlos Montúfar?*, S. 11.) Freilich, so viel historische Gerechtigkeit muss sein, ist Dr. S. dann auch „Experte für Wiener Nachkriegsliteratur“. (S. 11-12).

36 Siehe dazu Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 21-22.

37 Ebd., S. 15.

und zuschreibbaren Ton des Autors: „Haben Sie Humboldts Prosa übernommen?“, so befragt er sich selbst in seiner Poetikvorlesung über seine ästhetischen Strategien bei der Niederschrift der *Vermessung der Welt*. „Niemals“, so die dezidierte und programmatische Antwort, „[d]as war eine Spielregel, die ich mir selbst vorgeschrieben hatte. Der Roman sollte von mir sein und auf keinen Fall ein postmodernes Gemisch, in das auch Texte anderer einmontiert sind.“³⁸ Dieses Insistieren auf einer starken Autorschaft bildet ein wiederkehrendes Moment in Kehlmanns epitextueller Inszenierungspraxis.³⁹ Dies zeigt sich gerade auch in seiner (in Maßen) skandalträchtigen Polemik gegen das deutschsprachige Regietheater und seine bildungsbürgerlichen Conaisseurs im Rahmen seiner Eröffnungsrede zu den Salzburger Festspielen 2009. Hier amalgamiert Kehlmanns Polemik gegen eine in Orthodoxie erstarrte Avantgarde mit dem Gedanken einer starken Autorschaft:

Wer gegen das sogenannte Regietheater ist, muß beileibe nicht konservativ sein, aber gerade mancher tief-konservative Mensch hält diese teuren und konventionellen Spektakel für unangreifbar. Ein teuflischer Kreis: Wo Regisseure die Stars sind, halten sich die Autoren zurück. Wo sich die Autoren zurückhalten, beanspruchen die Regisseure wiederum den Status eines Stars, dem kein Autor, lebend oder tot, dreinzureden habe: „Eigentlich sind wir die Urheber!“ rufen sie, und in der Tat muß man es sich wohl recht angenehm vorstellen, ein genialischer Schöpfer zu sein, ohne dafür eigens Stücke verfassen zu müssen.⁴⁰

Als starker Autor zeigt sich Kehlmann in Sonderheit auch immer dann, wenn er sich selbst als Beobachter der literaturbeobachtenden Instanzen des literarischen Feldes mit strengem Urteil in Szene setzt. So etwa – um hier nur ein Beispiel anzuführen – wenn er der deutschen Kritik mit kulturkritischer Verve jedwede ästhetische Urteilskraft abspricht:

Die deutsche Kritik ist dorthin zurückgekehrt, wo sie vor Lessing war: in die vollständige Beliebigkeit eines Geredes, das allenfalls Einfluss, aber keine Bedeutung hat, wenn es in zufälligen Konjunkturströmungen abwechselnd eine Avantgarde verteidigt, die es nicht versteht, und eine Tradition, die es nicht kennt.⁴¹

Kurzum: Gegenüber dem Autor sind die Kritiker immer schon im Unrecht. Freilich gehören gerade solche Pauschalverdichte gegenüber einer immer schon mit dem Verdacht des Nicht-Verstehen-Könnens geschlagenen Literaturkritik seit der Entstehung des literarischen Marktes zum routinierten Handwerkszeug einer schriftstellerischen Inszenierungspraxis, die sich schon im Vorgriff gegen diskreditierende Geschmacksurteile immunisiert. Der ‚Fall‘ Daniel Kehlmanns zeigt exemplarisch, dass und wie mit dem einsetzenden Ruhm eines Schriftstellers der Inszenierungsdruck wie auch der Immunisierungsaufwand eher noch zu- als abnehmen.

38 Ebd., S. 32.

39 So etwa, wenn er Nabokov als Gewährsmann in diesem Sinne zu Wort kommen lässt: „Auf die beliebte Frage, mit welcher Figur ein Leser sich denn identifizieren solle, antwortete Nabokov: mit keiner Figur, sondern mit dem Schriftsteller.“ (Kehlmann: „Ironie und Strenge“, S. 133-143, hier S. 137).

40 Daniel Kehlmann: „Die Lichtprobe. Eröffnungsrede der Salzburger Festspiele 2009“. In: Kehlmann: *Lob*, S. 179-188, hier S. 185. Biographisch motiviert ist diese Rede freilich durch den Karriereeinbruch, den das Regietheater für Kehlmanns Vater, selbst Theaterregisseur, bedeutete: „Vor allem aber sah er [Michael Kehlmann] im Regisseur einen Diener des Autors. [...] und an dieser Auffassung lag es, daß er auf den deutschsprachigen Bühnen in den letzten zwei Jahrzehnten seines Lebens [...] nicht mehr arbeiten durfte.“ (S. 182-183).

41 Kehlmann: „Ironie und Strenge“, S. 142.

Ein System geprägt von Wertigkeiten: das Buch und sein Markt

Die Praktiken, die im aktuellen Literaturbetrieb Anwendung finden, können nicht losgelöst von den ökonomischen Bedingungen des Branchenhandelns erklärt und interpretiert werden. Die Buchbranche greift dabei auf zum Teil seit Beginn der Moderne eingeübte, traditionelle Praktiken zurück, muss sich aber auch stets an die jeweils aktuellen gesellschaftlichen, kulturellen, juristischen und ökonomischen Kontexte anpassungsfähig zeigen. Der deutsche Buchmarkt, der die Buchwirtschaft mit ihren Produkten, ihren Akteuren und Unternehmen sowie ihre Leistungen umfasst, ist bestimmten staatlichen und branchenspezifischen Regelungen unterworfen, die den Akteuren auf dem Markt den Rahmen ihrer Handlungsmöglichkeiten vorgeben. Literaturbetriebspraktiken müssen vor dem Hintergrund der quantitativen wie qualitativen Eigenschaften des Marktes und seiner Produkte gedeutet werden. Gleichwohl bleibt buch- und literaturvermittelnden Akteuren genügend Handlungsspielraum, um facettenreiche Praktiken zu entwickeln, die sozial überformt und wertbesetzt sind und nicht selten dem traditionsorientierten Selbstverständnis der Branche entspringen.

Vorauszuschicken ist, dass sich Literaturbetriebspraktiken grundsätzlich nur auf einen Teil des gesamten Buchmarktes beziehen, auf den belletristischen bzw. literarischen Teilmarkt. Der Gesamtbuchmarkt besteht aus vielen einzelnen Marktsegmenten, die nach unterschiedlichen Regeln funktionieren. Die Marktsegmente können entweder inhaltlich (*general interest*/Publikumsmarkt oder *special interest* wie z.B. der Wissenschaftsmarkt) oder nach Publikationsformen (Taschenbuch, Hörbuch, E-Book etc.) voneinander abgegrenzt werden. Der wissenschaftliche Buchmarkt oder Teilmarkt beispielsweise differiert vom belletristischen, vom Publikumsmarkt eklatant. Im wissenschaftlichen Buchmarkt sind Autoren und Käufer bzw. Leser eine homogene Gruppe. Wissenschaftsverleger können vergleichsweise recht gut einschätzen, wie viele Lehrbücher zum Fachgebiet X gebraucht werden oder wie viele anatomische Atlanten im nächsten Wintersemester an die Studienanfänger der Medizin abgesetzt werden können etc. Der belletristisch-literarische Verleger hingegen handelt vor einem sozial nur diffus zu bestimmenden Publikum und muss bei der Einschätzung der Marktgängigkeit von Titeln mit erheblich größeren Unsicherheitsfaktoren kalkulieren. Er kann schlecht voraussagen, wie viele Exemplare er von einer Neuerscheinung absetzen kann. Wiederum anders ist der Schulbuchmarkt organisiert, auf den in Deutschland die Bildungsministerien der Bundesländer mit ihren Curricula inhaltlich und strukturell großen Einfluss haben. Zur Produktpalette des Buchmarkts gehören neben dem gedruckten Buch traditionell auch Kalender, Landkarten, Musiknoten und Periodika sowie digitale Medienformen wie Hörbücher, elektronische Offline- und Online-Angebote, so dass sich die einzelnen Medienbranchen immer stärker überschneiden bis hin zu Medienkonvergenzen.

Das brancheninterne und -externe Handeln und die Herausbildung spezifischer Literaturbetriebspraktiken werden allerdings nicht ausschließlich von gesellschaftlichen

Werten oder juristischen Regeln determiniert, sondern sie müssen sich an den kommunikativen und an den Markteigenschaften des Produkts *Buch* ausrichten, wenn das angestrebte Ziel des Handelns die dauerhafte Sicherung breiter und leicht zugänglicher literarisch-ästhetischer oder weltanschaulich-ideologischer Vermittlungsprozesse sowie der Wirtschaftsunternehmen Verlag und Buchhandel sein soll. Welches Ziel dominiert, ist dabei individuell verschieden. Verlage sind in erster Linie Wirtschaftsunternehmen, die kulturelle Werte in ökonomische konvertieren und umgekehrt.

1. Das Produkt Buch und seine qualitativen (Markt)Eigenschaften

Es ist eine Binsenweisheit, dass das Buch Kulturgut und Ware zugleich ist, noch dazu eine Ware, die sich von anderen Konsumgütern eklatant unterscheidet, was zu einer herausgehobenen Stellung im gesamten Warenangebot führt. *Books are different*. Die besondere Position des Buchs gründet auf mindestens drei seiner medialen Eigenschaften. Erstens besteht in der Gesellschaft anscheinend breiter Konsens darüber, dass das Medium Buch *wertvoll* ist, und zwar aufgrund seiner multiplen Funktionen und spezifischen Leistungen. Zweitens lässt sich das Buch symbolisch nutzen. Dem Medium Buch werden über seinen Warencharakter hinaus traditionell Werte in der Gesellschaft zugeschrieben, die fast ausnahmslos positiv besetzt sind. An diese Einschätzung knüpfen Literaturbetriebspraktiken an. Und drittens handelt es sich beim Medium Buch um ein *Erfahrungsgut*. Das Buch ist ein multifunktionales Ding, das seinen Wert und seine Funktion, seine Leistung erst in einer konkreten Gebrauchssituation offenbart.

Der weitgehende gesellschaftliche Konsens über die positiven Werte des Buchs äußert sich zum Beispiel sofort einleuchtend und ganz banal im Buch als Geschenk. Zu besonderen Anlässen wie weltlichen Festtagen, Geburtstagen oder auch zu kirchlich ritualisierten Festen wie Weihnachten oder Konfirmation dienen Bücher gerne als Geschenke. Die Erhebung der Gesellschaft für Konsumforschung zum Weihnachtsgeschäft 2015¹ brachte zu Tage, dass 37 Prozent der Deutschen zu Weihnachten ein Buch verschenken. Damit waren Bücher das beliebteste Geschenk noch vor Spielwaren und Bekleidung. Wenn Bücher als Geschenke zu hohen Festen in Frage kommen, heißt das, dass Bücher wertvoll sind. Der Wert kann sich sowohl auf den Buchinhalt als auch auf seine besonders gediegene Ausstattung beziehen. Die Materialität des Buchs ist in der sozialen Wertzuschreibung durchaus relevant, spricht man andererseits doch recht abwertend z.B. von *Heftchenliteratur*.

Das Medien-Image des Buchs ist erheblich positiver als das anderer Medien wie TV oder Internet. Dem Buch werden Eigenschaften zugeschrieben wie „anregend, interessant, sympathisch, unterhaltend, bildend, gibt Rat, vermittelt Wissen, informativ“.² Das Buch symbolisiert Seriosität, verlässliches Wissen oder verspricht im Rezept-

1 Die Ergebnisse im kurzen Überblick finden sich in: Börsenblatt.net vom 1. Dezember 2015, http://www.boersenblatt.net/artikel-gfk-analyse_zum_weihnachtsgeschaeff.1056539.html [letzter Zugriff: 24.2.2016].

2 Diese Eigenschaften listet Erich Schön auf, in: Erich Schön: „Buchnutzungsforschung“. In: *Buchwissenschaft und Buchwirkungsforschung. VIII. Leipziger Hochschultage für Medien und Kommunikation*. Hrsg. von Dietrich Kerlen u. Inka Kirste. Leipzig: Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft 2000, S. 113-130, hier S. 128.

onsprozess ein Flow-Erlebnis, auch wenn dies alles erst nach der Lektüre überprüft werden kann. Die Rezeption von Büchern wird als eigenbestimmt, konzentriert und reflexiv eingeschätzt, während Online-Medien und TV deutlich kritischer gesehen werden.³

Ein wesentlicher Aspekt, auf den sich die Praktiken im Literaturbetrieb beziehen können, ist die symbolische Funktion von Büchern. Für die Mitglieder pluralistischer Gesellschaften sind über den Leseprozess hinausgehend auch andere Funktionen des Mediums Buch wesentlich: der symbolische Gebrauch des Buchs. Bücher sind individuell identitätsstiftend⁴, sie dienen der Persönlichkeitsbildung. Sie können Kultstatus erlangen und Leserkreise an sich binden. Sie sind ferner kollektiv, gesellschaftlich und national identitätsstiftend. Bücher können überdies rein symbolisch wirkungsvoll von ihren Besitzern sozial instrumentalisiert werden, um deren umfassende Belesenheit und/oder ihren sozialen Status zu repräsentieren.

Die Motivationen, ein Buch zu kaufen und zu lesen, sind vielfältig und facettenreich. Wissensspeicher und -vermittler, Gedächtnisstütze, Überlieferungsträger, Kommunikationsmittel, Kulturgut – das Medium Buch lässt sich nicht auf eine Funktion reduzieren. Es dient der Meinungsbildung wie der Unterhaltung und der Eröffnung von fremden Welten.

Zu diesen positiven gesellschaftlichen Wertzuschreibungen kommen drittens im Vergleich mit anderen Medien Besonderheiten im Rezeptionsprozess hinzu: Die Aneignung der Buchinhalte ist relativ mühsam, sie erfordert Zeit, und sie erfordert die Beherrschung der komplexen Kulturtechnik Lesen, sie erfordert das routinierte Decodieren von Zeichen, was erlernt werden muss. Der Leseprozess ist also vergleichsweise aufwendiger und anstrengender als der Konsum audiovisueller Medienangebote. Es ist ausreichendes kognitives Vermögen nötig, um sich Buchinhalte anzueignen. Dieser stets erneut nötige Aufwand beim Lesen eines Buchs hat Folgen für die Kaufbereitschaft. Bei Büchern handelt es sich um Erfahrungsgüter, deren Qualität ein Käufer und Nutzer erst *nach* dem Konsum überprüfen kann, dessen Brauchbarkeit sich erst *durch* den Konsum erschließt. Der Käufer kann sich zunächst nicht sicher sein, ob ihm das gekaufte Buch gefallen wird, ob er sein Geld lohnend investiert hat, ob das Buch ihm nutzen wird, ob es seine Erwartungen und seine kognitiven oder affektiven oder sozialen Bedürfnisse erfüllt. Diese Eigenschaften charakterisieren das Buch als ein „Erfahrungsgut“.⁵ Das Branchenhandeln muss sich also darauf beziehen, den Käufer von der Leistung des Buchs zu überzeugen.

Aus den Produkteigenschaften des Buchs lässt sich das Selbstverständnis und Selbstbild einer Branche erklären, die sich seit gut 200 Jahren nicht mehr nur als Kaufmannsstand, sondern als wertvermittelnde Instanz empfindet und ihre Praktiken entsprechend auflädt.

3 Siehe dazu die Gegenüberstellung von Heinz Bonfadelli: „Politische Implikationen des Lesens“. In: *Lesen. Ein interdisziplinäres Handbuch*. Hrsg. von Ursula Rautenberg u. Ute Schneider. Berlin u. Boston: de Gruyter 2015, S. 814-831, hier S. 827.

4 Siehe dazu Axel Kuhn: „Lesen als Identitätskonstruktion und soziale Integration“. In: *Lesen. Ein interdisziplinäres Handbuch*. Hrsg. von Ursula Rautenberg u. Ute Schneider. Berlin u. Boston: de Gruyter 2015, S. 833-851.

5 Siehe die Definition von „Erfahrungsgut“. In: *Gabler Wirtschaftslexikon*. Hrsg. von Springer Gabler, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/7655/erfahrungsgut-v8.html> [letzter Zugriff: 24.2.2016].

2. Der Buchmarkt quantitativ statistisch

Fast 90.000 Neuerscheinungen kommen jedes Jahr auf den deutschen Buchmarkt.⁶ Etwa 1,7 Millionen lieferbare deutschsprachige und fremdsprachige Titel stellen ein unübertroffenes Spektrum an vielfältigen Inhalten und Ausdrucksformen für jedes Interesse dar. Der Masse der unterschiedlichen Produkte, die im Vergleich mit anderen Märkten konkurrenzlos ist, steht ein relativ bescheidenes jährliches Umsatzvolumen gegenüber. Jährlich werden zwischen 9 und 10 Milliarden Euro auf dem deutschen Buchmarkt umgesetzt. Das ist im Vergleich mit anderen Branchen ein recht kleiner Markt, der sich allerdings kontinuierlich selbst beobachtet und konjunkturelle Schwankungen sofort registriert. Die Buchmarktstatistik *Buch und Buchhandel in Zahlen* erscheint jährlich seit mehr als 50 Jahren. Sie verzeichnet Titelproduktion und Umsatzzahlen, die Entwicklung der Bücherpreise, das Freizeitverhalten der Käufer und manches mehr. Hinzu kommen weitere regelmäßig eingesetzte Beobachtungsinstrumente. Der *Kölner Betriebsvergleich* des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln führt jährlich Betriebsvergleiche im Bucheinzelhandel durch, um die Umsätze in unterschiedlichen Warengruppen zu erfragen, und im Verlagsbuchhandel existiert die sogenannte *Schnellumfrage*, die seit über 25 Jahren zur Ermittlung der Umsatz- und Kostenentwicklung durchgeführt wird. Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels hat gemeinsam mit dem Institut für Demoskopie in Allensbach jahrzehntelang Daten zur Käufer- und Leserforschung erhoben, die der Branche zur besseren Einschätzung der Käuferinteressen dienen sollten. Heute sind es vor allem die GfK, die Gesellschaft für Konsumforschung, und Media Control, die im Auftrag des Börsenvereins Umfragen zum Kaufverhalten der Bevölkerung, weniger zum Leseverhalten durchführen.⁷ Durch die stetig durchgeführten Umfragen und statistischen Erhebungen lässt sich die konjunkturelle Entwicklung des Buchhandels gut nachvollziehen.

Mit etwa 87.000 neuen Titeln kamen 2014 fast 6.500 Titel weniger als im Jahr davor auf den Markt. Noch deutlicher sank die Zahl der „echten Neuerscheinungen“ – also der Erstauflagen – auf knapp 74.000 – 2013 waren es noch fast 82.000. Die Zahl der echten Neuerscheinungen ist damit um fast 10 Prozent gesunken. Der Börsenverein begründet dies damit, dass insbesondere im belletristischen Bereich die Taschenbuchproduktion zugunsten des E-Book abgenommen hat. In manchen Fach- und Wissenschaftsverlagen werden Titel nur noch digital publiziert und erst auf Nachfrage on Demand gedruckt. Die Zahlen stammen von der Deutschen Nationalbibliothek und beruhen auf der Pflichtabgabe der Verlage, die E-Books nur zum Teil berücksichtigt. Die Belletristik dominiert in der Titelproduktion die anderen Sachgruppen. Bei der Taschenbuchproduktion macht die Belletristik sogar fast 52 Prozent aus, die Tendenz ist steigend, allerdings sanken die absoluten Zahlen auf unter 10.000, was ebenfalls auf die verstärkte E-Book-Produktion zurückgeführt wird. Das E-Book substituiert möglicherweise im Unterhaltungsbereich das Taschenbuch, andererseits

6 Alle Zahlen im Folgenden nach *Buch und Buchhandel in Zahlen 2014*. Börsenverein des Deutschen Buchhandels: Frankfurt/Main 2015.

7 Jüngst kam es zu kontroversen Auseinandersetzungen zwischen dem Börsenverein des deutschen Buchhandels und den beiden konkurrierenden Marktforschungsunternehmen über die Korrektheit der erhobenen Daten, so dass die monatliche Statistik, der Branchen-Monitor Buch seit Februar 2016 ausgesetzt ist.

stagniert der E-Book-Markt und gelangt am Gesamtumsatz im Publikumsmarkt über etwa 5 Prozent nicht hinaus.

Der Akteur auf dem Buchmarkt, dessen Wertschöpfungskette in der Distribution liegt, ist der Sortimentsbuchhandel, der in den letzten Jahren auf erhebliche Wandlungsprozesse reagieren musste und dessen Potentiale kontinuierlich anpassungsfähig sein müssen. Die Antwort auf die Frage *Wie kommt das Buch zum Leser?* hat sich seit der Jahrtausendwende mehrfach ändern müssen, denn die Anteile der einzelnen Vertriebswege, die das Buch zum Leser nimmt, verschieben sich kontinuierlich. Zurzeit (2016) existieren in Deutschland etwa 6000 Buchhandlungen, inklusive der Filialen und Buchverkaufsstellen. Der stationäre Buchhandel ist in Deutschland mit ca. 49 Prozent aller Branchenumsätze (2014) zwar noch immer der wichtigste Vertriebsweg, aber seine Bedeutung und sein Marktanteil gehen kontinuierlich zurück, wenn man die Zahlen von vor 10 Jahren (2005: fast 55 Prozent) zum Vergleich heranzieht. Im wissenschaftlichen Bereich spielt der Sortimentsbuchhandel mittlerweile eine ganz untergeordnete Rolle. Einen deutlichen Umsatzknick hatte nach Börsenvereinsberechnungen der Internet-Buchhandel zu verbuchen. Er erzielte 2014 nur noch knapp 16 Prozent der Branchenumsätze, das entspricht einem Umsatz von 1,51 Milliarden Euro. Das Direktgeschäft der Verlage spiegelte allerdings die erfolgreichen Aktivitäten der Verlage im Netz wider, die ihre Bücher über Verlags-Websites, Blogs und Facebook an die Kunden bringen. Hier scheint noch Potential für höhere Umsatzanteile zu sein. Diese Sortimentsentwicklungen sind vor allem für die großen General-Interest-Verlage, der früher so genannten Publikumsverlage relevant, die unter kommunikationspolitischen Aspekten auch weiterhin auf den Sortimentsbuchhandel und seine Informationsfunktion und auf die Massenmedien als werbewirksame Kommunikatoren angewiesen sind.⁸ Dominiert wird dieser Verlagstyp von den drei großen Konzernen Random House, Holtzbrinck und Bonnier. Und das ist der für die Belletristik, für die literarischen Werke wichtige Bereich. Anders sieht es aus bei den sogenannten Special-Interest-Verlagen wie zum Beispiel Kochbuchverlagen, die auf jeweils spezifischen Märkten agieren und dort besonders von den sogenannten Multiplikatoren abhängig sind. Entsprechendes gilt in abgewandelter Form für die Educational-Interest- und die Professional-Interest-Verlage, die hier aber keine Rolle spielen. Neben den qualitativen Eigenschaften des Buchs sind die Größenordnungen des Marktes entscheidend für die Verortung von Werk und Autor im literarischen Feld.

3. Die Marktordnung und das Markthandeln auf der Basis kultureller Werte

Zu den qualitativen und quantitativen Dispositionen des Buchs und seines Markts kommen als dritter Faktor staatliche und brancheninterne Normen hinzu, die auf Praktiken der Buchbranche einwirken bzw. die Praktiken umklammern. Aus den Werten, die dem Buch im weitgehenden gesellschaftlichen Konsens zugeschrieben werden, und aus seinen medialen Eigenschaften und Funktionen resultieren Regelsysteme für das Markthandeln. Über seine wirtschaftliche Bedeutung hinaus obliegt dem Buchhandel

⁸ Vgl. Anke Vogel: *Der Buchmarkt als Kommunikationsraum. Eine kritische Analyse aus medienwissenschaftlicher Perspektive*. Wiesbaden: VS 2011, S. 53.

aufgrund der besonderen Eigenschaften seines Handelsgegenstands eine herausgehobene soziokulturelle Verantwortung. Die Aufladung des Buchmarktes mit kultureller und vielleicht auch sozialer Wertigkeit, wird kulturpolitisch wirkmächtig gestützt, was sich nicht nur in Förderungen wie staatlich subventionierten Literatur- und Buchpreisen oder Zuschüssen zu literarischen Events und Festivals manifestiert.

3.1. Staatliche Regelungen

Da das Buch als unersetzliches Kulturgut angesehen wird, hat es wirkmächtige Unterstützer.⁹ Dies sind Institutionen wie beispielsweise staatliche Schulen oder staatliche Entscheidungsträger, die den „gesellschaftlich wünschenswerten Versorgungsgrad“¹⁰ mit Dienstleistungen und Gütern festlegen. Aus dem gesellschaftlichen Umgang mit dem Buch, aus seinem Konsum leitet sich ein weiteres Kennzeichen ab. Das Angebot auf dem Buchmarkt ist größer als die sozial wünschenswerte Nachfrage nach Büchern. Damit ist das Buch ein meritorisches Gut, das öffentliche Unterstützungsleistungen benötigt. Meritorische Güter sind „Güter, deren Umlauf aus nicht-wirtschaftlichen Gründen gesteigert werden soll“.¹¹ Die Handelsware Buch wird durch weitere besondere, gegenüber anderen Waren distinkte Wirtschaftsvorteile unterstützt und stabilisiert: Bücher unterliegen einem reduzierten Mehrwertsteuersatz, der ansonsten Lebensmitteln vorbehalten ist. Damit ist dem Buch der Status einer Ware zur Grundversorgung der Bevölkerung verliehen. Dies spiegelt sich in Deutschland auch in der Buchpreisbindung wider, die u.a. mit einer wünschenswerten Meinungs- und Informationsvielfalt begründet wird. Das Buchpreisbindungsgesetz ist eindeutig kulturpolitisch, nicht wirtschaftlich begründet:

Ziel ist es, einen leistungsfähigen Markt für Verlagserzeugnisse in Deutschland zu sichern und deren Rolle als Kulturgut und Kulturmedium zu fördern. [...] Das Buch und der Buchdruck haben einen herausragenden Beitrag zum heutigen Stand der Kultur in unserer Gesellschaft geleistet. Die Preisbindung für Bücher im deutschsprachigen Kulturraum trägt entscheidend dazu bei, dass die [...] große Vielfalt und Zahl von Titeln lieferbar ist, kulturell wertvolle Bücher verlegt werden, die nicht von vorneherein eine große Auflage erwarten lassen, Bücher überall zu gleichen Preisen erhältlich sind, die Versorgung mit Büchern nicht nur in urbanen Zentren, sondern in der gesamten Fläche durch eine hohe Dichte breit sortierter Buchhandlungen gewährleistet ist und dass eine Fülle von kleinen und mittleren Verlagen besteht, die wiederum einer Vielzahl deutscher Autoren die Veröffentlichung ihrer Werke ermöglicht.¹²

Eine weitere der wesentlichen Rahmenbedingungen für die Praktiken der Buchbranche bildet selbstverständlich das *Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte* von

-
- 9** Da die Kommunikationskontrolle auf dem aktuellen deutschen Buchmarkt nur im Hinblick auf den Jugendschutz eine wahrnehmbare Rolle spielt, soll auf Zensurmaßnahmen als Lenkungsmechanismen des Buchmarktes an dieser Stelle nicht eingegangen werden. Zensur kann sich auch auf Literaturbetriebspraktiken auswirken wie man am Beispiel der DDR unschwer nachvollziehen kann. Politische Implikationen betreffen zurzeit eher elektronische Plattformen als Gedrucktes.
- 10** Siehe die Definition von „Meritorisches Gut“. In: *Gabler Wirtschaftslexikon*. Hrsg. von Springer Gabler, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/7655/erfahrungsgut-v8.html> [letzter Zugriff: 24.2.2016].
- 11** Ebd., dort auch: „Bei meritorischen Gütern wird befürchtet, dass ein vollkommen marktwirtschaftlich geregelter Wettbewerb zu einer adersen Selektion führen könnte. Das bedeutet im Falle der Medien, dass die Rezipienten aufgrund asymmetrischer Information nicht in der Lage sind, die Qualität von Medienprodukten zu beurteilen und somit nur bereit sind, einen durchschnittlichen Preis für diese Produkte zu zahlen.“
- 12** Das Buchpreisbindungsgesetz findet sich auf der Homepage des Bundesjustizministeriums: <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Gesetz/buchpreisbindungsgesetz,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf> vom 2.9.2002 [letzter Zugriff: 29.2.2016] Zur Begründung des Gesetzes siehe <http://www.boersenverein-bayern.de/sixcms/media.php/1009/begruendung.pdf> [letzter Zugriff: 29.2.2016].

1965, das das geistige Eigentum an einem Werk schützt und seine Verwertungsrechte regelt. Erstmals in der Aufklärung diskutiert, kam es erst im Laufe des 19. Jahrhunderts zu verbindlichen nationalen und internationalen Codifizierungen. Das moderne Urheberrecht regelt die Beziehungen zwischen Autoren und Verlag und schützt die Interessen beider gegenüber Dritten, das sind zum Beispiel die Bibliotheken¹³ sowie die Käufer, Leser, Nutzer, bisweilen auch anderen Autoren, um Plagiate zu verhindern. Werke, Texte, auch Bilder, sind bis 70 Jahre nach dem Tod ihres Urhebers gegen Nachdrucke geschützt. Diese Festlegung ist nicht nur für Autoren existenziell, sondern stellt ein wichtiges Marktordnungselement dar, auch international. Eindrücklich deutlich wird seine Relevanz, wenn man sich die Zeit vor dem internationalen Urheberrecht ansieht, z.B. in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts, als konkurrierende Übersetzungen ausländischer Romane zeitgleich auf den deutschen Markt kamen und Verleger sich eine verheerende Preisschlacht lieferten.

Grundsätzlich gilt: staatliche Unterstützungsleistungen für das Buch beziehen sich stets auf den kulturellen Mehrwert des Buchs, nicht auf seinen Warenwert.

3.2. Brancheninterne Regelungen

Nicht nur der Staat, sondern auch die Branche selbst stellt Regeln für den Markt auf, die auf ihrem Selbstverständnis und ihrem Selbstbild beruhen und den Umgang der Firmen untereinander sowie die Geschäftsusancen betreffen. Brancheninterne Ordnungselemente des Buchmarktes sind zum Teil stark traditionsgebunden. Bereits im ausgehenden 18. Jahrhundert sind zunächst aus rein pragmatischen Gründen, die die Auswirkungen der Kleinstaaterei mildern sollten, Regeln für die Abrechnungsmodalitäten formuliert und die Buchhandelsbörse gegründet worden. Was aus kaufmännischen Impulsen zunächst begonnen wurde, mündete nach den napoleonischen Kriegen in den Wunsch nach einer Standesorganisation, deren Mitglieder sich auf ein kulturell fundiertes und wertevermittelndes Berufsethos verpflichteten, das bis in das heutige Branchenhandeln wirkt.

In Deutschland existiert seit dem 19. Jahrhundert ein dreistufiges Buchhandelssystem. Die erste Handelsstufe stellt der Verlag dar, der auch als herstellender Buchhandel bezeichnet wird. Die beiden anderen Handelsstufen setzen sich aus dem Zwischenbuchhandel, das ist das Barsortiment, der Kommissionsbuchhandel oder Grossobuchhandel für Periodika, sowie dem vertreibenden Bucheinzelhandel, also dem Sortimentsbuchhandel, zusammen.

Der buchhändlerische Geschäftsverkehr der drei Sparten untereinander ist durch die am 31. August 1989 vom Börsenverein verabschiedete *Verkehrsordnung im Buchhandel* geregelt.¹⁴ Verkehrsordnungen für den Buchhandel gab es bereits im 19. Jahrhundert, zum ersten Mal 1898, nachdem schon im Klassikerjahr 1867¹⁵ *Die Usancen des*

13 Auf die heftig und kontrovers geführten Debatten zwischen wissenschaftlichen Verlagen und wissenschaftlichen Bibliotheken insbesondere die §§ 52 und 53 UrhR betreffend, die eine öffentliche Wiedergabe von Werken in bestimmten Grenzen erlauben, kann hier nicht eingegangen werden. Dies betrifft in erster Linie den wissenschaftlichen Buchmarkt, ebenso wie die Diskussionen über Open-Access-Publikationen.

14 Vgl. Verkehrsordnung für den Buchhandel in der Fassung vom 9. November 2006 http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Verkehrsordnung_Buchhandel.pdf [letzter Zugriff: 29.2.2016].

15 1867 wurden die Werke der vor 1837 gestorbenen Autoren gemeinfrei, das waren z.B. Goethe, Schiller, Herder, daher die Bezeichnung „Klassikerjahr“.

deutschen Buchhandels veröffentlicht worden waren. 1989 wurde die *Verkehrsordnung* erstmals für alle drei Wirtschaftsstufen formuliert und schreibt u.a. die Bezugsbedingungen, Remissionsregeln und die Abrechnungsmodalitäten vor. Juristisch bleibt die *Verkehrsordnung* eine „unverbindliche Konditionenempfehlung“, deren Regelungen in Verbindung mit den Bestimmungen der Preisbindung, den *Wettbewerbsregeln*¹⁶ und dem *Grundlagenpapier* als *Verhaltensgrundsätze des Buchhandels* zu verstehen sind.

In der Präambel des im April 2007 vom Börsenverein des deutschen Buchhandels beschlossenen *Grundlagenpapiers*¹⁷ wurden als gemeinsame kulturelle Aufgabe von Verlag, Sortiment und Zwischenbuchhandel vier Ziele festgeschrieben: (1) die Garantie der Vielfalt von Autoren und Inhalten, (2) die landesweite Verfügbarkeit dieser Inhalte, (3) eine qualifizierte Auswahl von Titeln durch den verbreitenden Buchhandel und (4) die umfassende Information und Beratung des Lesepublikums.¹⁸ Diese Ziele beschreiben in erster Linie kulturelle Aufgaben, keine wirtschaftlichen.

4. Buchverlage als Marktakteure und ihre Praktiken

Die im Selbstverständnis der Branche dominierende und im *Grundlagenpapier* festgeschriebene kulturelle Aufgabe ist trotz Konzentrationsbewegungen in der Branche und hochkommerzialisiertem Markt für die Praktiken der Verlage im Publikumsbereich immer noch leitend und muss leitend bleiben, um die nötigen gesellschaftlichen Ressourcen für das Kulturgut Buch zu mobilisieren. Zu den Akteuren auf dem Buchmarkt gehören nicht nur der herstellende und der vertreibende Buchhandel sowie die Käufer, sondern außer den Autorinnen und Autoren auch Institutionen, die die Publikation eines Buchs befördern, begleiten, seine Rezeption lenken und den Verkauf in unterschiedliche Absatzmärkte kanalisieren. Auf den belletristisch-literarischen Bereich des Buchmarktes nehmen literarische Agenturen, LiteraturkritikerInnen, Literaturpreise und bisweilen auch Zensurmaßnahmen Einfluss. Alle diese Instanzen sind Kommunikations- und Interaktionspartner der Verlage.

In Deutschland gibt es ca. 3000 professionelle Verlage, von denen rund 20 Prozent 95 Prozent des Gesamtumsatzes auf dem Buchmarkt in allen Sparten erwirtschaften. Zählt man auch Vereine und Institutionen hinzu, die gelegentlich publizistisch tätig sind, sind es mehr als 15.000. Die Anzahl der Verlagsunternehmen ist trotz Konzentrationsbewegungen und Aufkäufen in den letzten Jahren recht stabil geblieben. Es gründen sich permanent kleine, neue Unternehmen, oft mit sehr ambitioniertem literarischem Programm.

Aus der Erkenntnis, dass das Buch ein Erfahrungsgut ist, resultieren bestimmte Praktiken für den Verlag, die darauf zielen, dem Käufer durch sichtbare Qualitätskriterien die Kaufentscheidung zu erleichtern. Zu den klassischen verlegerischen Strategien seit mehr als 100 Jahren gehörte im literarischen Verlag eine intensive Autorenpflege

¹⁶ Vgl. *Wettbewerbsregeln* des Börsenvereins des deutschen Buchhandels vom 9. November 2006, in der Fassung vom Mai 2001 http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Wettbewerbsregeln_05_2011.pdf [letzter Zugriff: 29.2.2016].

¹⁷ Das *Grundlagenpapier* ersetzt das 1985 verabschiedete *Spartenpapier*.

¹⁸ Siehe das *Grundlagenpapier* des Börsenvereins des deutschen Buchhandels: <http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Grundlagenpapier%202011.pdf> [letzter Zugriff: 1.3.2016].

mit möglichst vollständiger Publikation eines Œuvres, was sinnvoll für die Profilbildung im Verlag als auch für die Leserbindung war und ist.¹⁹ Die konsequente inhaltliche und gestalterische Profilbildung des Programms, die einen Wiedererkennungseffekt hervorruft, mündet in das Bemühen um Markenbildung einer Reihe, eines Autors oder einer Verlagssparte. Gute Kontakte zum Feuilleton der überregionalen Tagespresse, Lizenzverkäufe an Buchgemeinschaften und Zweitverwertungen im Taschenbuch waren weitere recht zuverlässige Erfolgsfaktoren für Verlage.

Die medialen Entwicklungen und Veränderungen auf dem Buchmarkt haben diese bewährten Praktiken in den letzten Jahren in ihrer Wirkung geschwächt. Erstens ist die Profilbildung in den großen Publikumsverlagen kaum noch gewährleistet, da in nicht inhabergeführten Verlagen die personellen Veränderungen an den Profil maßgebenden Positionen erheblich häufiger geworden sind, als es noch bis in die 1990er Jahre üblich war, was eine kontinuierliche Verlagspolitik nicht begünstigt. Wechseln oder verlassen Lektoren oder Verlagsleiter ihren Wirkungsort, ziehen Autoren nicht selten mit ihrem Ansprechpartner mit oder sie binden sich an literarische Agenturen, die ihren Autoren von Buch zu Buch zu ökonomisch immer lukrativeren Publikationsorten verhelfen.

Zweitens spielen Zweitverwertungen in Buchgemeinschaftsausgaben in hohen Auflagen kaum noch eine Rolle, da die Blütezeit der Buchgemeinschaften längst überwunden ist und außer der Büchergilde Gutenberg und der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft keine mehr existiert. Billigangebote im belletristischen Segment und das vielfältige Angebot im modernen Antiquariat haben die pekuniären Vorteile der Buchgemeinschaften obsolet werden lassen.

Drittens muss die breite Streuung und Ausweitung der Medienformate und -angebote zu veränderten Praktiken führen. Der Buchmarkt verzichtet durch den gebundenen Ladenpreis auf ein wirksames Wettbewerbsinstrument: die Preisgestaltung im Sortiment. Das Fehlen dieses für andere Branchen so wichtigen Wettbewerbsmittels muss durch andere verlagsstrategische Maßnahmen ausgeglichen werden. Wenn es für literarische Bücher angesichts der Quantitäten auf dem Markt vor allem um die Erlangung von Aufmerksamkeit geht, dann hängt der Erfolg dieses Kampfes im literarischen Feld vor allem von der Kommunikationspolitik der Verlage²⁰ und nicht von der Preispolitik des Buchhandels ab. Um das Risiko des Nichtgefallens oder der Unbrauchbarkeit zu minimieren, wird sich der Käufer evtl. an Bestsellerlisten orientieren oder an Kaufempfehlungen anderer Leser oder wird sich in Diskussionsforen im Netz informieren.

Um einem Titel zu Aufmerksamkeit zu verhelfen, bleibt den Verlagen nicht viel Zeit. Ein literarisches Werk eines zeitgenössischen Autors hat meist nur einen sehr kurzen Lebenszyklus. Unter dem deutlichen Anstieg der Remittendenquote hat sich in den letzten Jahren eine „Spirale der Kurzfristigkeit“²¹ gebildet, die die ohnehin nicht sehr hohen Verkaufschancen für den einzelnen Titel nochmals rapide sinken lässt. Verlagen bleibt nur eine relativ kurze Zeitspanne von manchmal nicht mehr als einem Vierteljahr,

19 Siehe zu den Motivationen und handlungsleitenden Zielen des Kulturverlegers um 1900 ausführlich Ute Schneider: „Profilierung auf dem Markt – der Kulturverleger um 1900“. In: *Zeitdiskurse. Reflexionen zum 19. und 20. Jahrhundert*. Hrsg. von Roland Berbig, Martina Lauster u. Rolf Parr. Heidelberg: Synchron 2004, S. 349-362.

20 Siehe hierzu Vogel: *Der Buchmarkt als Kommunikationsraum*.

21 Wulf D. v. Lucius: *Verlagswirtschaft. Ökonomische, rechtliche und organisatorische Grundlagen*. 2., neubearb. und erw. Auflage. Konstanz: UVK 2007, S. 69.

um auf ihre Produkte aufmerksam zu machen, bevor diese in der Angebotsvielfalt untergehen. Umso wichtiger ist es, Bücher medienwirksam in Szene zu setzen, was mit unterschiedlichen Mitteln gelingen kann: über die Person des Autors, über auffallende Paratexte²², über literarische Events u.a.

Angesichts der im Netz aktiven Communities von Lesern ist die etablierte Praxis, ein Buch im überregionalen Feuilleton zu platzieren, nicht mehr ausreichend, um Autoren und ihren Büchern zu Aufmerksamkeit beim Käuferpublikum zu verhelfen. Sämtliche Medienkanäle müssen daher bespielt werden. Medienkompatible Autoren sind in Talk Shows im TV präsent und nehmen an literarischen Events, an Literatur-Festivals teil. Die mit der Verlagsbranche um Aufmerksamkeit kämpfenden anderen Medien werden zu Vermittlungsinstanzen des Buchs. Das in der Regel geringe Werbebudget von Verlagen muss durch kommunikationsstrategische Maßnahmen, über andere Medienkanäle ausgeglichen werden. Dazu gehören Newsletter, Videos mit Buchtrailern, Podcasts und vieles mehr. Eine zunehmend wichtige Rolle spielen dabei Kommunikationskanäle der Social Media Plattformen, auf denen Verlage und Autoren ihr jeweils individuelles Produkt bewerben. Die von Holtzbrinck betriebene Social Reading Plattform *Lovely-books* beispielsweise hat aktuell mehr als 200.000 Mitglieder, 3.000-5.000 kommen zurzeit monatlich hinzu. Das können die Verlage des Konzerns kommunikationspolitisch bestens nutzen, indem sie das Leseverhalten und die Leseinteressen der User beobachten kann und entsprechend reagieren.

Zu den aufmerksamkeitsrelevanten Instrumenten gehören auf dem Buchmarkt ohne Zweifel die Bestsellerlisten. Ist ein Autor bereits erfolgreich auf dem Markt etabliert oder wird ein neues Buch aus anderen Gründen als potenzieller Bestseller angesehen und vom Verlag entsprechend beworben, setzt oft ein bekannter Automatismus ein: Die Buchhändler kaufen eine verhältnismäßig hohe Anzahl von Exemplaren des Titels ein, der dann im Laden an verkaufsstrategisch günstiger Stelle präsentiert wird. Dadurch werden nicht nur Spontankäufe des Titels angeregt, sondern dem „Erfahrungsgut Buch“ wird eine gewisse qualitative Garantie verliehen.

Die literarischen Verlage sind noch einem anderen Trend ausgesetzt: Der Verlag als etablierte literarische Instanz bekommt zunehmende Konkurrenz durch Publikationsmodelle, die verlagsunabhängig funktionieren. Ein noch recht neuer Weg zur Publikation von Manuskripten insbesondere im Unterhaltungsbereich ist das Selfpublishing im Online-Vertrieb, um die Verlagsbranche zu vermeiden. Die Idee des Selbstverlags unter Umgehung des professionellen Buchhandels ist keineswegs neu, bereits Lessing, Wieland und Klopstock haben dieses Prinzip erprobt. Heute scheint die Wagnisschwelle zum Eigenverlag aber besonders niedrig, denn angesichts der Möglichkeiten, die das Internet bietet, kann potentiell ein riesiges, globales Publikum erreicht werden und die Publikationskosten sind überschaubar niedrig. Im Herbst 2015 wurde bereits jedes zweite E-Book und jedes vierte gedruckte Buch selbstverlegt.²³ Es sind vereinzelt bereits recht beachtliche kommerzielle Erfolge erzielt worden: Die Roman-Trilogie *Shades of Grey* (2011/12) von E. L. James ist sicherlich das prominenteste Beispiel für ein durchschlagendes Debut als E-Book im Selbstverlag. Neueste Erhebungen

²² Man denke beispielsweise an die übergroßen Bücher des Taschen Verlags.

²³ Siehe Katharina Gröger: „Selbstbewusste Selfpublisher“. In: *Börsenblatt für den deutschen Buchhandels* (2015), Heft 36, S. 28-29.

zeigen²⁴, dass in Deutschland die Hobby-Autoren unter den Selfpublishern 2014 mit mehr als 42 Prozent noch die größte Gruppe stellen, allerdings mit deutlich abnehmender Tendenz: 2013 waren es noch über 70 Prozent. Verdoppelt hat sich der Anteil der Berufsautoren, für die die schriftstellerische Tätigkeit Haupteinnahmequelle für ihren Lebensunterhalt ist. Das waren 2013: 17,4 Prozent, und 2014 schon 36,5 Prozent. Autoren für Sach- und Fachbücher sind mit ca. 21 Prozent vertreten. Ähnliches gilt für den gesamteuropäischen Markt. Mittlerweile bieten spezielle, professionell und kommerziell geführte Plattformen den Autorinnen und Autoren Unterstützungsleistungen bei der formalen Fertigstellung, aber auch in Lektoratsfragen an. Dass der Weg aus der Nische bereits geschafft ist, zeigt die Präsenz der Selfpublisher auf der internationalen Buchmesse in Frankfurt am Main, die ihnen ein Kommunikationsforum zur Verfügung stellt. Selfpublishing ist für manche Autoren ein lukrativer Weg in die Öffentlichkeit. Wenn man bedenkt, dass eine normale Startauflage für gedruckte Bücher bei maximal 5-10.000 Exemplaren liegt, in der Belletristik, beim Lyrik-Band sind es wesentlich weniger, dann sind bis zu 400.000 verkaufte Titel im E-Book sensationell.²⁵ Die Attraktivität des Publikationsortes Verlag, der mit seinem Namen für Qualität bürgt, ist jedoch ungebrochen und Verlage haben Anziehungskraft auch für unabhängige Autoren. Ein Beispiel: Sarah Wolf, eine deutsche Autorin, die erheblichen Erfolg als Selfpublisher mit ihren Fantasy-Serien *MondLichtSaga* oder der Trilogie *BookLessSaga* und *Federleicht* hat und mehrere Hunderttausend Exemplare verkauft hat, publiziert ab 2017 im renommierten Kinderbuchverlag Dressler.

Der Effekt des erfolgreichen Selfpublishings für die Verlage besteht nicht nur in erweiterten Recherchemöglichkeiten nach neuen vielversprechenden Autorinnen und Autoren, sondern betrifft traditionelle Kompetenzen: Verlage verlieren auf Dauer „ihre Gatekeeper-Funktion, und die Feuilletons ihre Deutungshoheit an die Crowd“.²⁶

5. Das Buch als Inszenierungsmedium und Medium der Anschlusskommunikation: Leser und Käufer

Die Akteure des Literaturbetriebs, die professionelle Praktiken ausbilden, um Literatur lebendig zu erhalten, treffen heute nicht mehr ausschließlich auf den passiven Leser, der sich abends mit Buch und Wein auf das Sofa zurückzieht, um sein Leseglück zu erleben. Selbstverständlich gibt es diesen Leser noch, aber der Leser, besonders die Leserin, ist aktiv und hat in den letzten Jahren selbst Praktiken ausgebildet, die den belletristischen Markt im Wortsinn kanalisieren: auf Lifestyle-Kanälen und Buchkanälen bei YouTube sind sogenannte Booktuber mit Blogs und selbstgedrehten Vlogs, in Communities, in sozialen Netzwerken aktiv.²⁷ So inszenieren sich Leserinnen und Leser

²⁴ Alle Zahlen aus *BoD-Selfpublishing-Studie 2014. Entwicklung und Professionalisierung. Self-Publisher im internationalen Vergleich*. Norderstedt: BoD 2014, und *BoD-Selfpublishing-Studie 2013. Motive und Motivation. Self-Publisher im internationalen Vergleich*. Norderstedt: BoD 2013.

²⁵ Siehe zu diesen und weiteren Auflagenzahlen Matthias Matting: „Verlegen in der Parallelwelt“. In: *ZEIT* online vom 7.5.2014 <http://www.zeit.de/kultur/literatur/2014-05/self-publishing> [letzter Zugriff: 2.3.2016].

²⁶ Jan Fischer: „Der YouTube-Literaturbetrieb“. In: *ZEIT* online vom 9. Januar 2013 <http://www.zeit.de/kultur/literatur/2013-01/self-publishing-literatur> [letzter Zugriff: 3.3.2016].

²⁷ Ein Beispiel: Andrea Koßmann, postet via Blogs und Vlogs ihre Buchkritiken und wurde mehr als 2 Millionen mal geklickt: <http://www.kossis-welt.de/> und auf YouTube <https://www.youtube.com/user/KossisWelt>. In einigen Videos wird die Inszenierung geradezu auf einer Meta-Ebene angesprochen.

vor ihren Bücherregalen und geben ihre Leseerlebnisse an andere weiter. Oft haben die BookTuber mehrere tausend Abonnenten und ihre Buchkritiken im Video-Format erreichen ein weitaus größeres Publikum von mehreren Millionen. Die Mehrzahl der BookTuber sind junge Frauen, was sich im Leseverhalten der deutschen Bevölkerung widerspiegelt.

Lese- und Kaufverhalten der deutschen Bevölkerung werden von verschiedenen Institutionen ebenso regelmäßig erhoben wie die Branchendaten des Buchhandels. Dazu zunächst die statistischen Zahlen: In der Bundesrepublik leben ca. 7,5 Millionen funktionale Analphabeten im erwerbsfähigen Alter zwischen 18 und 64 Jahren, wie die Level-One-Studie der Universität Hamburg für Deutschland 2011 errechnet hat.²⁸ Das Lesen von Büchern belegt gesamtgesellschaftlich gesehen jedoch einen recht ordentlichen fünfzehnten Platz im Ranking der häufigsten Freizeitbeschäftigungen der Deutschen, das 52 Aktivitäten erfasst, bewegt sich also im oberen Drittel.²⁹ Unangefochten an der Spitze der Top-Hobbys steht das Fernsehen. Der TV-Konsum ist mit einer Quote von 77 Prozent mit weitem Abstand die beliebteste Freizeitbeschäftigung, die von der Mehrheit der Deutschen „häufig“ ausgeübt wird.

Beim Lesen und beim Buchkauf schlagen Frauen die Männer deutlich: 54 Prozent der Männer, aber knapp zwei Drittel der Frauen (63 Prozent) haben im letzten Jahr mindestens ein Buch gekauft. Auch die Vielkäufer, also die Personen, die mehr als 14 Bücher pro Jahr kaufen, sind in der Mehrzahl weiblich (61 Prozent). Frauen kaufen im Durchschnitt 1,7 Bücher mehr pro Jahr als Männer. Die Hälfte ihrer Ausgaben am Publikumsmarkt (ohne Schul- und Fachbücher) entfällt dabei auf die Belletristik (Männer: 47 Prozent). Männer geben mit 17 Prozent anteilig mehr für Sachbücher aus als Frauen (12 Prozent).³⁰

Die Anzahl der E-Book-Leser stagniert. Nach einer Umfrage des Digitalverbands Bitkom liest nur jeder vierte Bundesbürger E-Books.³¹ Um eine Ahnung von der Zielgruppe und ihren Bedürfnissen zu entwickeln, arbeitet der Buchhandel mit der Gesellschaft für Konsumforschung zusammen, die in den letzten Jahren dazu übergegangen ist, Marktforschung in Anlehnung an die in der Soziologie üblichen Milieu-Einteilungen der Gesellschaft zu betreiben. Die Probanden werden nach Motiven und Vorlieben beim Buchkauf befragt. In diesen regelmäßigen Studien geht es weniger um die Quantität des Gelesenen, um Buchfrequenz etc., darum natürlich auch, aber insbesondere darum, wie kommunikationspolitisch agiert werden muss, um bestimmte gesellschaftliche Milieus zu erreichen, denn Milieu und Lebensstil und persönlicher Habitus entscheiden über den Buchkauf und die Wahl der Titel, zumindest im Publikumsmarkt. Bücher werden nicht nur wegen ihres Inhaltes gekauft, sondern auch wegen ihres symbolischen Wertes, wegen ihres symbolhaften Gebrauchs. So unterscheidet das stark praxisbezogene, für den Sortimentsbuchhändler und seinen täglichen Umgang mit dem Kunden gedachte Handbuch *Warengruppen: Der Habitus der Distinktion* veranlasst zum Buch,

28 *Funktionaler Analfabetismus in Deutschland. Ergebnisse der ersten leo. – Level-One Studie.* Hrsg. von Anke Grotlüschen u. Wibke Riekmann. Münster, New York, München u. Berlin: Waxmann 2012.

29 Siehe das Ranking der Freizeitbeschäftigungen in *Buch und Buchhandel in Zahlen 2015*, S. 33.

30 Die Ergebnisse der *Studie Buch und Leser 2015* des Börsenvereins und der GfK vom Oktober 2015 sind im Überblick hier nachzulesen: http://www.boersenverein.de/de/portal/Presse/158382?presse_id=1036354 vom 14. Oktober 2015 [letzter Zugriff: 5.3.2016].

31 Siehe <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-Vierte-liest-digitale-Buecher.html> vom 6.10.2015 [letzter Zugriff: 5.3.2016].

das sicher nicht jeder liest. Der Habitus der Arrivierten veranlasst zum teuren Buch, weil man es sich leisten kann, der Habitus der Aufstrebenden zum teuren Buch, weil man es sich leisten muss; schließlich der Habitus der Notwendigkeit.³² Das Medium Buch wird als Instrument der Persönlichkeitsdarstellung genutzt, und zwar nicht nur im heimischen Bücherregal, das Bildung, Belesenheit und Interessen symbolisch zur Schau stellt, sondern vor allem im Internet, in Social Reading-Groups und den eben angesprochenen YouTube-Kanälen oder in Blogs. Buch und Lesen werden als Praktiken des Selbst inszeniert. Diese Praktiken entstammen Zeiten, als das Buch noch unangefochtenes Leitmedium war und Lesen die einzige Möglichkeit zu einer medienbasierten Identitätsbildung.³³ Die Inszenierung des Selbst durch das, was man liest oder auch nicht liest, ist in der Regel eng mit dem in einem gesellschaftlichen Milieu sozial Wünschenswertem verknüpft. Buch und Lesen bieten in Social Reading-Groups die Möglichkeit der Anschlusskommunikation nach dem Leseakt, um sich zu bestätigen oder gegebenenfalls zu korrigieren. Der dem Leseakt vorangehende Kaufakt wird in den Videos zumindest aniziert, wenn sich die Protagonisten nicht nur vor ihrem Bücherregal, sondern auch vor dem sogenannten „SuB“, dem Stapel ungelesener Bücher, filmen.

Die Praktiken der Leser und Käufer werden im Literaturbetrieb gerne vernachlässigt, sie geben jedoch Aufschluss über die Stellung des Buchs und literarischer Strömungen in sozialen Milieus und liefern Erkenntnisse, die über die statistischen Erhebungen weit hinausgehen.

32 Siehe Michael Schikowski: „Sozialgeschichtliche und ökonomische Grundlagen der Warengruppen“. In: *Warengruppen*. Hrsg. von Klaus. W. Bramann, Michael Buchmann u. Michael Schikowski. Frankfurt/Main: Bramann 2011, S. 24-44, hier S. 39.

33 Vgl. Kuhn: „Lesen als Identitätskonstruktion und soziale Integration“, S. 839-840.

Interviews. Zur Inszenierung von Nicht-Inszeniertheit

Wir leben in einer Interviewgesellschaft: Nie zuvor gab es so viele Interviews in so vielen Medienformaten. Eine steile Karriere hat das Interview auch im Literaturbetrieb hingelegt und ist dort mittlerweile als Praktik nicht mehr wegzudenken. Interviews sind ein fester Bestandteil des Schriftstellerberufs geworden, sie gehören zum Alltag von Literaturkritikerinnen (und zunehmend auch von Lektoren und Wissenschaftlerinnen) und begleiten die Lektüre von Neuerscheinungen. Was aber macht die – relativ junge – Textsorte *Interview* eigentlich aus? Und wie kann man literaturwissenschaftlich mit ihr arbeiten? Diesen Leitfragen sind die folgenden Ausführungen gewidmet.

1. Wahres Täuschen. Zur Textsorte ‚Interview‘

Interviews gelten nicht als literarische, sondern als journalistische Textsorte – deren Qualitäten umstritten sind. Bascha Mika, die damalige Chefredakteurin der *taz*, schrieb 2001: „Keine journalistische Form ist in den letzten Jahren so verludert wie das Interview. Es suggeriert Authentizität, dabei geht es um Betrug.“¹ In der Tat findet man *Betrüger* auf beiden Seiten der Interviewkommunikation. Zum einen sind die interviewten Prominenten gemeint, die jedes Interview (zumindest in Deutschland) autorisieren müssen und dabei die Möglichkeit haben, das Gesagte umzuschreiben oder ganz zu streichen. Genau das hatte der SPD-Politiker Olaf Scholz 2001 mit einem *taz*-Interview getan und den Abdruck eines Großteils des von ihm gegebenen Interviews verboten – u.a. dagegen protestiert Bascha Mika in ihrer Polemik gegen das Interview.² Zum anderen können auch Interviewer Betrüger sein. Einer der prominentesten Fälle wurde im Jahr 2000 vom *Focus* aufgedeckt: Der Journalist Tom Kummer hatte u.a. im Magazin der *Süddeutschen Zeitung* Interviews mit amerikanischen Superstars veröffentlicht, ohne je mit ihnen gesprochen zu haben.³ Auch wenn das Kinoplatkat zur 2010 gezeigten Filmdokumentation *Bad Boy Kummer* mit Andy Warhols Slogan „Kunst ist, wenn Du damit durchkommst“⁴ wirbt und damit den Betrug zur Kunst umdeuten will, ist die Aufregung über Kummers Fälschungen zweifellos nachvollziehbar.

Trotzdem verkennt Bascha Mikas Statement das Wesen des Interviews – nämlich Täuschung und Authentizität zu verbinden. Differenzierter gesagt: Der Reiz des Interviews besteht einerseits darin, einem Prominenten näher zu kommen, als es normalerweise möglich ist, und in Erfahrung zu bringen, wie er *wirklich* lebt, denkt und

1 Bascha Mika: „Betrug am Leser“. In: *die tageszeitung* (28.11.2003), S. 3.

2 Ausführlich dazu Jörg Ruchatz: *Die Individualität der Celebrity. Eine Mediengeschichte des Interviews*. Konstanz, München: UVK 2014, S. 143-150.

3 Vgl. dazu Stephan Pabst: „Interview-Literatur. Tom Kummers Fake-Interviews und die Folgen“. In: *Germanic Review*, 91 (2016), 1, S. 41-60.

4 Das Plakat ist einzusehen auf der Homepage zum Film, URL: <http://www.badboykummer.de/> [letzter Zugriff: 3.2.2016].

führt. Andererseits stellen Interviews keine intimen Gesprächssituationen her, sondern finden in einem kommunikativen Dreieck statt. Teil des Interviews sind ein Fragesteller und ein Antwortgebender, also eine asymmetrische Rollen- und Wissensverteilung der beiden Sprechenden, sowie das Publikum. Denn Interviews sind Gespräche, die entweder vor Publikum oder für eine (nachträgliche) Veröffentlichung bzw. Sendung geführt werden. Dieser Publikumsbezug macht das Interview zu einem artifiziellen, einem künstlichen Gespräch. Diese Künstlichkeit verdoppelt sich bei gedruckten Interviews noch dadurch, dass nach der ersten, mündlichen Kommunikationssituation eine zweite, schriftliche Kommunikationssituation produziert werden muss. Abgesehen davon, dass Betonungen und nonverbale Signale bei der Transkription in der Regel verloren gehen, folgt die gesprochene Sprache anderen Regeln als die geschriebene. Deshalb sind gedruckte Interviews immer Bearbeitungen des eigentlich Gesagten. In einem aktuellen Interviewhandbuch für Journalisten kann man dazu lesen: „Ein gut verschriftlichtes Interview ist weniger authentisch (korrekte Wiedergabe des tatsächlich Gesagten) als attraktiv (für den Leser).“⁵ Dazu gehört u.a., dass Authentizität zur Not konstruiert werden muss, indem man – so rät der Interviewprofi Christian Thiele den Journalisten – spontane und nach Mündlichkeit klingende Sprechweisen in den originalen Interviewtext hineinredigiert. Damit ein Interview erfolgreich ist, muss in ihm seine Nicht-Inszeniertheit inszeniert werden.

Entscheidend ist nun, dass damit nicht automatisch ein Betrugsfall vorliegt. So lautet der direkt auf das letzte Zitat folgende Satz aus Thieles Interviewratgeber: „Die Wahrheit des Gesprächs muss durch das Redigieren konzentriert und kondensiert werden für die Schriftfassung.“⁶ Gerade weil das verschriftlichte Interview nicht authentisch, sondern ein Kunstprodukt ist, kommt es – so die Logik des Gedankengangs – der Wahrheit des Gesprächs näher. Diese Überzeugung findet sich bei fast allen professionellen Interviewern der letzten zwanzig Jahre, darunter André Müller und Moritz von Uslar.⁷ Noch einmal in Bezug auf Bascha Mika gesagt: Interviews sind nicht entweder Täuschung oder Wahrheit, sondern setzen Täuschung und Wahrheit in ein produktives Spannungsverhältnis.

Das alles gilt auch für das Interview als Literaturbetriebspraktik, und zwar von Anfang an. Als Geburtsstunde des Literaturinterviews in Deutschland gilt die Veröffentlichung von Johann Peter Eckermanns zunächst zweibändigen *Gesprächen mit Goethe in den letzten Jahren seines Lebens*. Kurioserweise erscheint dieses Buch im gleichen Monat, nämlich im April 1836, wie das vermutlich weltweit erste Zeitungsinterview, das ein Reporter des *New York Daily Herald* mit der Zeugin eines Prostituiertenmordes geführt hat.⁸ Während das Presse-Interview aus der Gerichtsbefragung hervorgeht, verfügen Eckermanns Gespräche mit Goethe nur zum Teil über jenes dialogische Wechselspiel von Frage und Antwort, das man heutzutage mit Interviews verbindet. Gerade in ihrer Mischung von narrativer und szenischer Präsentation des gesprochenen Worts nehmen sie aber eine typische Technik der Presse-Interviews des 19. und

5 Christian Thiele: *Interviews führen*. Konstanz: UVK 2009, S. 89.

6 Ebd.

7 Vgl. dazu Torsten Hoffmann: „Wahrheitsspiele. Zu den Interviewformaten von André Müller und Moritz von Uslar“. In: *Germanic Review*, 91 (2016), Heft 1, S. 61-77.

8 Das Folgende findet sich ausführlicher in Torsten Hoffmann/Gerhard Kaiser: „Echt inszeniert. Schriftstellerinterviews als Forschungsgegenstand“. In: *Echt inszeniert. Interviews in Literatur und Literaturbetrieb*. Hrsg. v. Torsten Hoffmann u. Gerhard Kaiser. Paderborn: Fink 2014, S. 9-25, insb. S. 15-18.

frühen 20. Jahrhunderts vorweg.⁹ Auch eine vergleichsweise klar umrissene Textsorte wie das Interview verfügt also über formale und historische Varianten. Aufschlussreich für die Geschichte und die Funktion des Schriftstellerinterviews ist insbesondere die Argumentation, mit der Eckermann in Briefen versucht, Goethe von der Veröffentlichung der Gespräche zu überzeugen. Bereits 1826, also zehn Jahre vor dem Erscheinen des Buchs, schreibt er an Goethe:

Ich könnte bis auf den nächsten Herbst eine gute Abtheilung von etwa 250. Seiten [der Gespräche] zusammenbringen; und zwar lauter bedeutende wichtige Sachen die Alles aufregen sollten, und die, da die höchsten Maximen darunter vorkommen, gewiß die heilsamste Wirkung auf die Welt haben würden. Jetzt, meine ich, wäre dazu der allerschönste Zeitpunkt. Denn es ist in den Conversationen so viel von Ihren einzelnen Werken die Rede und man könnte absichtlich noch manches zur Sprache bringen und alles das sagen, was der Welt zu wissen gut wäre. Daß demnach solche Gespräche, die den Hauch Ihres Lebens tragen, das Interesse steigern und auf die Subscription zur neuen Ausgabe Ihrer Werke einen sehr günstigen Einfluß haben werden, ist wohl vorauszusehen.¹⁰

Interviews sind Werbemaßnahmen und verfolgen ökonomische Ziele – das steht am Anfang der Literaturgeschichte des Interviews und gilt bis heute. Für Eckermann wie 150 Jahre später für Gérard Genette sind Interviews zudem Paratexte, genauer performative Epitexte, also ein Beiwerk des Buchs.¹¹ Sie bewerben und kommentieren das eigentliche Werk des Autors, sie helfen mithin dem Autor finanziell und dem Leser intellektuell auf die Sprünge. Aber für Eckermann geht es um mehr: Denn in den Gesprächen selbst finden sich ja „lauter bedeutende wichtige Sachen“ und die „höchsten Maximen“. Nimmt man das – trotz des einschmeichelnden Gestus – ernst, deutet sich bereits hier ein Gedanke an, auf den die Literaturwissenschaft erst in den letzten 15 Jahren gekommen ist: Nämlich dass Interviews nicht nur einen kommentierenden Sekundärdiskurs, sondern vielmehr einen Primärdiskurs darstellen, der auch für sich gelesen, also als autonomer Text wertvoll ist.¹² Schriftstellerinterviews sind nicht nur von Interesse, weil sie sich auf die Bücher der Schriftsteller beziehen, sondern sie können auch selbst als Textsorte bedeutsam sein, ja – in Eckermanns Worten – *die heilsamste Wirkung auf die Welt* haben.

Dass der publizierte Interviewtext am Ende seine Nicht-Inszeniertheit inszeniert – auch darüber war sich Eckermann bereits völlig im Klaren. Authentisch ist er, so suggeriert Eckermanns Brief, da nur er den „Hauch Ihres Lebens“ trägt. Interviews sind *echter* als andere Texte Goethes, weil sie im Widerstreit zwischen Kunst und Leben auf der Seite des Lebens stehen, weil sie durch eine exklusive und auch körperliche Intimität dem Dichter so nahe rücken, wie es in Texten nur möglich ist. Man spürt gleichsam den Atemhauch des Sprechenden. Bezeichnenderweise hat Eckermann aber überhaupt kein Problem damit, diese authentische Wirkung des Interviews im direkt vorangehenden Satz mit einer auf diese Wirkung hin kalkulierten Textproduktion zu verbinden. Man könne „absichtlich noch manches zur Sprache bringen“, mithin schon das Gespräch

9 Für das französische Interview (das in dieser Hinsicht dem deutschsprachigen entspricht) vgl. dazu Martin Kött: *Das Interview in der französischen Presse*. Tübingen: Niemeyer 2004, S. 23.

10 Johann Peter Eckermann: *Gespräche mit Goethe in den letzten Jahren seines Lebens*. Hrsg. von Christoph Michel unter Mitwirkung von Hans Grüters. Berlin: Deutscher Klassiker-Verlag 2011, S. 927-928.

11 Gérard Genette: *Paratexte. Das Buch zum Beiwerk des Buches*. Mit einem Vorwort von Harald Weinrich. Frankfurt/Main u. New York: Campus 1989, S. 343.

12 Diese beiden Möglichkeiten der literaturwissenschaftlichen Kategorisierung von Interviews finden sich zuerst bei Holger Heubner: *Das Eckermann-Syndrom. Zur Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte des Autoreninterviews*. Berlin: Logos 2002, S. 143, 210.

selbst im Blick auf seine spätere Publikation inszenieren. Das kommunikative Dreieck, zu dem auch das Publikum gehört, prägt also bereits den Verlauf des mündlichen Gesprächs. Und schon bevor es das Presseinterview in Deutschland überhaupt gibt, besteht Eckermann in späteren Briefen darauf, dass er als Interviewer einen erheblichen Anteil an dem Erfolg dieses Buches gehabt habe. Schließlich sei es ihm gelungen, „alle Kunst zu verbergen und bloß den reinen Eindruck eines *Naturwerkes* hervorzubringen.“¹³ Die Kunst des Interviews besteht also darin, seine Künstlichkeit zu verstecken und Authentizität zu suggerieren.

Damit war Eckermann seiner Zeit weit voraus. Im deutschsprachigen Literaturbetrieb setzt sich das Interview erst um 1900 durch. Thomas Mann ist einer der ersten Schriftsteller, der zeitlebens Interviews gegeben hat, insgesamt über 600.¹⁴ Und insbesondere in den letzten 30 Jahren hat man das ästhetische Potenzial des Interviews, das Interview als Kunstform offensiv genutzt.¹⁵ Exemplarisch zeigen lässt sich das an den Interviews Alexander Kluges, die er für seine Kultursendungen im Privatfernsehen geführt hat, und zwar insbesondere an seinen *fake*-Interviews mit Helge Schneider oder dem Schauspieler Peter Berling. Als *fake* bezeichne ich hier eine Fälschung, die ihre Aufdeckung schon mitkonzipiert – also einen Betrug, der als Betrug erkannt werden will.¹⁶ So konnte man 2008 in der RTL-Kultursendung *10 vor 11* ein Kluge-Interview mit Helge Schneider sehen, in dem Letzterer als der Schriftsteller Robert Fork auftritt.¹⁷ Dieses Rollenspiel wird – anders als bei anderen *fake*-Interviews Kluges – schon vor Gesprächsbeginn von einer Texteinblendung offengelegt: „Robert Fork (Helge Schneider) über das Geheimnis gekonnter Literatur“. Die ersten Worte des Gesprächs lauten dann:

KLUGE: Herr Fork, Sie gehören zu den geheimnisvollen Autoren der *Nouvelle Romantik*-Richtung. Und von Ihnen liegt vor der große abgeschlossene neue Schicksalsroman *Eine Liebe im Sechsstelktakt*. Was ist das?
SCHNEIDER: (Pause) Äh ... (langes Ausatmen, Pause). Ein ... Es wäre ... Es wäre vielleicht nicht richtig, wenn ich als Autor (*räuspern*) als Autor über (*räuspern*) das eigene Werk eine Feststellung machen würde.
KLUGE: Das Buch spricht für sich.
SCHNEIDER: Das Buch spricht für sich.¹⁸

Hier wird mit dem Interview als Literaturbetriebspraxis gespielt, indem der Inszenierungscharakter solcher Interviews offengelegt und auf die Spitze getrieben wird. Die mehrfache Namenseinblendung macht deutlich, dass der Musiker und Autor Helge Schneider als Schauspieler auftritt, um die Rolle des Schriftstellers Robert Fork zu verkörpern. Zudem beginnt das Interview als Meta-Interview: Die konventionelle Erwartung an ein Schriftstellerinterview, den Autor über sein aktuelles Buch sprechen zu hören,

13 Eckermann: *Gespräche mit Goethe*, S. 919 (Brief von Eckermann an Heinrich Laube vom 5. März 1844).

14 Vgl. *Frage und Antwort. Interviews mit Thomas Mann 1909-1956*. Hrsg. von Volkmar Hansen u. Gert Heine. Hamburg: Knaus 1983.

15 Vgl. dazu die Übersicht in Torsten Hoffmann/Stephan Pabst: „Einleitung. Literarische Interviews“. In: *Germanic Review*, 91 (2016), Heft 1, S. 1-6.

16 Damit folge ich Martin Doll: *Fälschung und Fake. Zur diskurskritischen Dimension des Täuschens*. Berlin: Kadmos 2012, S. 13.

17 Im Folgenden schließe ich an Überlegungen von Jens Ruchatz an, vgl. Jens Ruchatz: „Interview-Authentizität für die literarische Celebrity. Das Autoreninterview in der Gattungsgeschichte des Interviews“. In: *Echt inszeniert. Interviews in Literatur und Literaturbetrieb*. Hrsg. von Torsten Hoffmann u. Gerhard Kaiser. Paderborn: Fink 2014, S. 45-61, insb. S. 47-52.

18 URL: https://www.youtube.com/watch?v=sa1vmODCl_Y [letzter Zugriff: 3.2.2016].

wird vom Autor zurückgewiesen – auf das Interview als Sekundärtext lässt er sich nicht ein. Stattdessen dreht sich das Gespräch in immer absurderen Wendungen um den nächsten, den übernächsten und sogar den drittnächsten geplanten Roman von Robert Fork.

Die Pointe des Gesprächs erschließt sich allerdings erst dann, wenn man weiß, dass Helge Schneider zum Zeitpunkt des *fake*-Interviews tatsächlich ein Buch veröffentlicht hatte, das im Untertitel Robert Fork als Verfasser angibt.¹⁹ Insofern entspricht das Interview einem *realen* Spiel mit der Autorrolle – und plötzlich spricht dann doch Helge Schneider als Helge Schneider, der sich ein Pseudonym zugelegt hat:

KLUGE: Egal, was Sie schreiben, ja?: Die Gemeinde folgt treu.

SCHNEIDER: Ich (*Pause*) bin (*Pause*) gewachsen. (*Pause*) Und ich finde besonders (*Pause*) schön, dass die Menschen, die meine Bücher lieben, mir (*Pause*) ins Pseudonym folgen.

KLUGE: Das heißt, *Fork* ist ein Pseudonym? Verstehe ich das richtig?

SCHNEIDER: Ja. Es ist eine andere Welt. Ich lebe in einer anderen Welt.

KLUGE: Und keiner weiß Ihren wahren Namen?

SCHNEIDER: Nein. Doch.

KLUGE: Ach, wie gut, dass niemand weiß...

SCHNEIDER: Nein, es ist nicht so. Es ist anders. Das weiß man ja. Und doch ... (*lacht*)²⁰

„Nein. Doch“ – in diesen zwei Worten fasst Helge Schneider das Spiel zusammen, das er mit seiner *gefakten* Autorschaft betreibt. Als eine Mischform aus Fakten und Fiktionen sind bei Schneider aber auch die *normalen* Interviews angelegt. So hat er auf der Frankfurter Buchmesse 2015 innerhalb weniger Stunden mehrere Interviews gegeben und darin völlig widersprüchliche Dinge behauptet. Am 3sat-Stand berichtet Schneider, dass sein neues Buch *Der Orang-Utan-Klaus* gar nicht von ihm stamme, sondern von seinem Fanclub aus alten Konzerttexten zusammengestellt worden sei – er selbst habe dem Buchprojekt lange Zeit skeptisch gegenübergestanden. Eine Stunde später am FAZ-Stand gibt Schneider dann ebenso ernsthaft die Auskunft, dass er es gewesen sei, der seinen Fanclub darum gebeten habe, aus altem Live-Material ein Buch zusammenzustellen. Helge Schneider ist ein Geschichtenerzähler – auf der Bühne ebenso wie im Interview. Und selbst da, wo er vorgibt, seine Geschichten zu kommentieren, also einen Sekundärdiskurs zu produzieren, erzählt er sie weiter. Insofern sind auch die Interviews ein integraler Bestandteil des Gesamtkunstwerks *Helge Schneider*.

2. Multitasking. Perspektiven literaturwissenschaftlicher Interviewforschung

Die Frage ist, was das alles nun für die Literaturwissenschaft bedeutet, die sich mit der Literaturbetriebspraktik des Interviews beschäftigt. Darauf gibt es eine pauschale und eine differenziertere Antwort. Die pauschale lautet, dass man Interviews – und insbesondere Schriftstellerinterviews im gegenwärtigen Literaturbetrieb – nicht gerecht wird, wenn man davon ausgeht, dass die Textsorte (wie im *Handbuch der literarischen Gattungen* von 2009 behauptet wird) „in erster Linie zur Informationsbeschaffung

¹⁹ Vgl. Helge Schneider: *Eine Liebe im Sechsstakt. Der große abgeschlossene Schicksalsroman von Robert Fork*. Köln: KiWi 2008.

²⁰ URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mMwrKh9pK1E> [letzter Zugriff: 3.2.2016].

dient²¹.²¹ Zumindest in den letzten 30 Jahren werden Interviews von Interviewenden wie von Schriftstellerinnen und Schriftstellern vor allem als Spielform angesehen und genutzt. Mit Gewinn erforschen lassen sich Interviews deshalb insbesondere dann, wenn man sie als eigenständige Textsorte ernst nimmt – und so analysiert und interpretiert, wie man auch andere Textsorten, etwa Romane, aber ja auch Briefe oder Tagebücher untersucht. Was damit gemeint ist, soll (so lautet die differenziertere Antwort) im Folgenden anhand von vier Perspektiven der gegenwärtigen Interviewforschung skizziert werden. Produktiv erscheint mir die germanistische Arbeit mit Interviews erstens im Blick auf die Theorie und die Kultur- wie Mediengeschichte des Interviews, zweitens in Bezug auf unterschiedliche Interviewformate, drittens auf Redetechniken von Schriftstellern und viertens auf Interviews in literarischen Texten. Will man all das im Blick behalten, erfordern Interviews ein wissenschaftliches Multitasking.

2.1. Theorie, Kultur- und Mediengeschichte

Während Interviews lange Zeit als unterkomplexe Texte galten, die aufgrund ihrer spontanen (dabei aber ‚aufgezwungenen‘) Entstehung nicht mit literarischen Texten zu vergleichen seien, begreift die neuere Theorie das Interview als eine besonders komplexe Form, als ein hybrides Genre. Denn in Interviews verbinden sich verschiedene künstlerische Darstellungstechniken, insbesondere Formen des Erzählens, des szenischen Dialogs und der Performance. Dabei sind sie mit einer doppelten Autorschaft versehen, nämlich der des Fragenden und der des Befragten. Will man Interviews analysieren, muss man auch auf die Stimmlage, auf Mimik und Gestik beider Akteure achten – all das macht die Arbeit mit Interviews zu einer besonders anspruchsvollen Angelegenheit, die deutlich komplizierter ausfällt als bloße Textanalysen. Dazu braucht es eine Methodik und eine Theorie der Interviewanalyse, die gegenwärtig erst am Anfang steht.²²

Auch der Status, der Interviewäußerungen in Interpretationen zukommen kann, ist bisher kaum reflektiert worden. Denn es lässt sich auch im Rahmen einer autorkritischen Interpretationstheorie durchaus behutsam mit Interviews als Sekundärtexten arbeiten – wenn man den sich selbst kommentierenden Autor nicht für wichtiger hält als literaturkritische oder -wissenschaftliche Kommentatoren. Dazu kommt, dass Interviews an die Möglichkeiten und Konventionen ihres jeweiligen Mediums gebunden sind. So hat z.B. das Schriftsteller-Interview im Radio eine eigene Geschichte, die u.a. damit zusammenhängt, dass in den Anfangsjahren des Rundfunks (der in Deutschland 1923 auf Sendung ging) keine politischen Äußerungen übertragen werden durften und Interviews mit Politikern verboten waren.²³ Gespräche mit Schriftstellern, die live gesendet wurden und deshalb nicht zensiert werden konnten, waren in der Weimarer Republik das einzige Sendeformat, das Politik ins Radio bringen konnte. Deshalb wurden Schriftsteller fast nie zu ihren Büchern interviewt – das erste Schriftstellergespräch

21 Sascha Seiler: „Interview“. In: *Handbuch der literarischen Gattungen*. Hrsg. von Dieter Lamping. Stuttgart: Kröner 2009, S. 403-407, hier S. 403.

22 Vorarbeiten finde sich v.a. in der linguistischen Gesprächsanalyse, vgl. etwa Helmut Henne u. Helmut Rehbock: *Einführung in die Gesprächsanalyse*. 3. Aufl. Berlin/New York: de Gruyter 1995.

23 Ausführlich dazu Torsten Hoffmann: „Der Autor im Boxing. Zu den kämpferischen Anfängen des Schriftstellergesprächs im Radio um 1930 (Ernst Toller, Johannes R. Becher, Gottfried Benn)“. In: *Echt inszeniert. Interviews in Literatur und Literaturbetrieb*. Hrsg. von Torsten Hoffmann u. Gerhard Kaiser. Paderborn: Fink 2014, S. 177-207.

im deutschsprachigen Rundfunk war vermutlich eine 1928 gesendete Diskussion mit Alfred Döblin über die Todesstrafe. Um das Zustandekommen und den Verlauf dieser Radiointerviews zu verstehen, muss man also ihren kultur- und mediengeschichtlichen Kontext rekonstruieren.

2.2. Interviewformate

Insbesondere in den letzten 30 Jahren sind Interviewformate entstanden, bei denen sich das traditionelle Rollenmodell des Interviews umgekehrt hat. Man liest diese Interviews nicht mehr primär wegen des interviewten Prominenten, sondern aufgrund des originellen Fragestils – der eigentliche Held dieser Texte ist also der Interviewende. Dafür gibt es gerade im Bereich des Schriftstellerinterviews mehrere Beispiele, so den österreichischen Interviewer André Müller, der seine Interviews als Psychotrips angelegt hat. Für seine Gesprächspartner interessiert sich Müller nicht besonders, stattdessen lenkt er die Gespräche durchweg auf *seine* Themen, insbesondere auf die Sinnlosigkeit des Lebens und auf die Frage nach der Berechtigung des Selbstmords. Wenn sich Schriftstellerinnen und Schriftsteller wie Salman Rushdie oder Elfriede Jelinek darauf einlassen, entstehen dabei außergewöhnliche Interviews, die mit den Büchern der Befragten kaum etwas zu tun haben.²⁴

Einen besonders anschaulichen Beleg für die Aufwertung des Interviewers lieferte das *ZEIT*-Magazin vom 11. Juli 2013. Auf dem Titel groß angekündigt wird ein Interview aus der *99 Fragen an*-Reihe des Journalisten Moritz von Uslar mit dem Theaterregisseur Frank Castorf. Die Pointe besteht darin, dass Castorf das Interview kurzfristig abgesagt hatte – und dass im *ZEIT*-Magazin trotzdem über drei Seiten die 99 Interviewfragen abgedruckt werden. Offensichtlich ist dieses Interviewformat so stark, dass es die Antworten gar nicht mehr braucht. Inwiefern Uslars Gesprächstechnik nicht primär darauf zielt, relevante sprachliche Informationen zu gewinnen, sondern als Spiel angelegt ist, zeigen auch seine zustande gekommenen Schriftstellerinterviews. Beispielsweise wird das Gespräch mit Martin Walser von diesen Fragen eröffnet:

1 Obstler oder Cognac? [...]

2 Romika oder Birkenstock? [...]

3 Bahncard 25 oder Bahncard 50?²⁵

Interessant sind solche Interviews, weil sie *nicht* interessant sind, weil sie mit den Interviewerwartungen spielen. Die kostbare Interviewzeit wird mit Belanglosigkeiten verplempert – das ist der Witz auch dort, wo Moritz von Uslar Superstars wie Hillary Clinton, George Clooney oder Mick Jagger interviewt und sie konsequent *nicht* zu ihrer Politik, ihrem neuen Film oder ihrer neuen Platte befragt. Spannung entsteht hier durch die Ungewissheit, wie die Interviewten auf dieses Spiel reagieren. Und wie Kommentare zu einem Fußballspiel lesen sich dann auch die Zwischentexte, die Moritz von Uslar in seine Interviews integriert. Immer wieder feuert er sich selbst an, das Interviewtempo zu beschleunigen oder die Taktik zu ändern. So an zwei Stellen im Gespräch mit Martin Walser: „Voll drauf! Volles Risiko! Go! Go!“, und etwas später: „Nein. So wird es nichts.“

²⁴ Vgl. dazu und zum Folgenden Torsten Hoffmann: „Wahrheitsspiele. Zu den Interviewformaten von André Müller und Moritz von Uslar“. In: *Germanic Review*, 91 (2016), Heft 1, S. 61-77.

²⁵ Moritz von Uslar: „Martin Walser“. In: Moritz von Uslar: *100 Fragen an*. 3. Aufl. Köln: KiWI 2004, S. 272-287, hier: S. 274.

*Die 100 Fragen kriegen keinen speed. Neue Taktik: ihm nachgeben. Ihn ausreden lassen.*²⁶ Gewonnen ist das Spiel, wenn ein Text entsteht, der „speed“ entwickelt – darauf, nicht auf interessante Selbstdeutungen des Autors, zielt das Interview.

Im Fall dieses 2003 mit Martin Walser geführten Gesprächs ist das besonders brisant, denn Walser sah sich nach seiner Friedenspreis-Rede in der Frankfurter Paulskirche mit der Kritik konfrontiert, er habe sich dafür ausgesprochen, die öffentliche Auseinandersetzung mit dem Holocaust zu beenden. Moritz von Uslar spielt darauf mit seinen Fragen zwar mehrfach an, aber durchweg so, dass Walser dazu nicht Stellung beziehen kann: „Ist die Paulskirche eigentlich ein schöner Bau?“, lautet eine der nur oberflächlich harmlosen Fragen (kurz davor: „Rein sprachlich beurteilt: Lieber vögeln oder bumsen?“), eine andere: „Wie heißt Auschwitz noch mal auf Polnisch?“²⁷ Taktisch ausgedrückt: Uslar testet die Nerven seines Gesprächspartners durch thematische Finten, die einen substantiellen Austausch in greifbare Nähe rücken, dann aber durch extrem fokussierte Fragen verhindern. Der sportliche Ehrgeiz besteht darin, die naheliegenden Themen mit abseitig-absurden Fragen zu umkreisen, ohne sie zu berühren. Moritz von Uslar beschreibt seine Fragetechnik so:

Ich stelle nicht Fragen, weil ich etwas erfahren will. Ich stelle Fragen, weil ich spielen möchte. Weil ich mit einer Person warm werden möchte. Weil ich sozusagen einen Austausch herstellen möchte.²⁸

Statt mit direkten psychologisierenden Fragen das ‚Wesen‘ seiner Gesprächspartner erkunden zu wollen, steht hinter Uslars Interviews die Überzeugung, dass sich der Charakter eines Menschen besonders gut an seinen Kommunikations- und Interaktionsformen, also indirekt offenbart. Dramentheoretisch ausgedrückt: Während das traditionelle Interview auf explizite Selbstdarstellungen der Interviewten setzt, zielt Uslars Strategie auf implizite. Wer das nur für einen belanglosen Spaß hält, verkennt die besondere Qualität dieses Interviewstils.

Dass Interviews zwar ein ernstes, aber doch ein Spiel sind, gilt auch dort, wo tiefgreifende und grundsätzliche Fragen gestellt werden. So z.B. der Büchnerpreisträgerin Felicitas Hoppe, die 2012 in einem Fernsehinterview von dem Journalisten und Schriftsteller Armin Kratzert innerhalb von 17 Sekunden gefragt wird: „Was ist Wahrheit?“, „Gibt es einen Gott?“, „Was ist der Sinn des Lebens?“²⁹ Sie möge Interviews gerne, so berichtet Felicitas Hoppe im gleichen Jahr auf einer Podiumsdiskussion, weil sie ohnehin „ein sportiver Typ“³⁰ sei. Und es gehört schon ein erheblicher sportlicher Ehrgeiz dazu, dem Irrsinn dieser in enormem Tempo gestellten Kette aus Großfragen mit ebenso irrsinnig kurzen Antworten lächelnd zu begegnen. Denn nach minimaler Bedenkzeit, in der sie sich vor allem nach dem Sinn eines solchen Interviews

26 Ebd., S. 275, 277.

27 Ebd., S. 275, 284.

28 „Im Gespräch: Moritz von Uslar. Unglaublich lustig, nächste Frage bitte“. URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/unglaublich-lustig-naechste-frage-bitte-moritz-von-uslar-im-gespraech-13002357.html> [letzter Zugriff: 3.2.2016].

29 Alle Zitate aus dem Interview finden sich unter URL: <http://www.br.de/fernsehen/bayerisches-fernsehen/sendungen/lesezeichen/felicitas-hoppe100.html> [letzter Zugriff: 3.2.2016]. Vgl. ausführlicher zum Folgenden Torsten Hoffmann: „Geistesgegenwart. Felicitas Hoppes Poetik des Interviews“. In: *Text + Kritik*. Heft 207: Felicitas Hoppe (2015), S. 65-73.

30 „Reden! Podiumsdiskussion über die Praxis des Schriftstellerinterviews. Mit Felicitas Hoppe, Hauke Hückstädt und Moritz von Uslar“. In: *Echt inszeniert. Interviews in Literatur und Literaturbetrieb*. Hrsg. von Torsten Hoffmann u. Gerhard Kaiser. Paderborn: Fink 2014, S. 319-341, hier S. 323.

zu fragen scheint („Wahrheit, was ist Wahrheit? Das ist eine der Fragen, die vielleicht unbeantwortbar ist“), reagiert Hoppe mit druckreifen Antworten: „Also, Wahrheit ist vielleicht die Summe dessen, wovon wir denken, dass es ein Teil davon wäre (*lacht*).“ Nicht um Wahrheitsfindung geht es hier, sondern um ein Interviewspiel – das wird am abschließenden Lachen der Interviewten ebenso deutlich wie an der Reaktion des Interviewers, der das Gesagte nur mit einem abhakend-knappen „O.K.“ quittiert. Auf seine aus vier Worten bestehende Frage nach der Existenz Gottes bekommt er – ohne jede hier ohnehin nicht erwünschte nähere Begründung – die ebenfalls aus vier Worten bestehende Antwort „Ja, glaub ich schon“ (nun ohne ein Lachen der Befragten). Interviews sind heute so attraktiv, weil sie – erstens – im besten Fall unvorhersehbar, unterhaltsam und kurz sind. Keine andere Literaturbetriebspraktik passt so gut zur Eventkultur wie das Interview. Zweitens (und auch das zeigt das Interview mit Hoppe) hat die gegenwärtige Popularität des Interviews damit zu tun, dass in einer Zeit offener und instabiler Biographien viele Lesende besonders daran interessiert sind, wie die (vermeintlich oder tatsächlich) Erfolgreichen ihr Leben organisieren. Lebensentwürfe und Weltanschauungen sind deshalb ein bevorzugtes Interviewmotiv – zumal sie im Interview in der Regel kondensierter als etwa in Romanen formuliert werden. In Eckermanns Worten gesagt: Es finden sich im Hoppe-Interview durchaus *bedeutende wichtige Sachen* – immerhin geht es um Wahrheit, Gott und den Sinn des Lebens.

Ein Meisterstück der Interviewkunst ist Felicitas Hoppes Antwort auf die das Interview abschließende Frage nach dem Sinn des Lebens, weil sie mit ihr zugleich auch den Unsinn dieser drei Interviewfragen kommentiert und eine grundsätzlich für Interviews hilfreiche Strategie benennt: „Der Sinn des Lebens ist, darüber nachzudenken und nicht darüber zu verzweifeln, dass es keine richtigen Antworten gibt.“ Von dieser Einsicht leben Schriftstellerinterviews im 21. Jahrhundert.

2.3. Schriftstellerinterviews

Die Antworten von Martin Walser und Felicitas Hoppe sind natürlich auch für eine Forschungsperspektive von Interesse, die den Fokus auf das spezifische Interviewverhalten von Autorinnen und Autoren richtet. Das Erkenntnisinteresse kann sich dabei erstens auf den Literaturbetrieb beziehen. Denn Interviews sind besonders aussagekräftige Indikatoren für die Position von Schreibenden im literarischen Feld. Während Bestseller-Listen allein den ökonomischen Erfolg von Büchern spiegeln, lässt sich an der Frequenz und den Publikationsorten von Interviews ablesen, welche Aufmerksamkeit Schriftstellerinnen und Schriftsteller als Personen generieren – was erheblich vom Erfolg ihrer Bücher abweichen kann. So war die Kultfigur Heiner Müller einer der meistinterviewten Autoren der Wendejahre, ohne in größerem Umfang Bücher zu verkaufen, ja überhaupt noch zu veröffentlichen. Gegenwärtig lässt sich u.a. an den besonders nachgefragten Interviewpartnern Juli Zeh oder Navid Kermani beobachten, dass sich dominante Positionen im literarischen Feld auch aus politischen und kulturellen bzw. interkulturellen Kompetenzen ergeben können. Wer das Funktionieren und die historisch wandelbaren Vorlieben des Literaturbetriebs verstehen will, kommt deshalb an Interviews nicht vorbei.

Zweitens lassen sich Schriftstellerinterview mit Gewinn autorenphilologisch untersuchen. Man kann analysieren, über welche Themen ein Autor gerne spricht, wie er sein Schreiben darstellt, inwiefern er Interviewroutinen entwickelt und wie sein mündlicher

zu seinem schriftlichen Personalstil passt. So lassen sich z.B. die von W.G. Sebald gegebenen Interviews in sprachlicher wie thematischer Hinsicht als Fortsetzungen seiner literarischen Texte lesen,³¹ während das bei Felicitas Hoppe gerade nicht der Fall ist. Besonders aufschlussreich sind Interviews oft in poetologischer Hinsicht, etwa in Bezug auf Schreibkonzepte (aber auch auf typische Rezeptionsmuster). Das gilt auch dort, wo z.B. Heiner Müller nichts zu seinen Theatertexten sagen will und stattdessen autorkritische Positionen vertritt. In seinen Interviews findet sich ein ganzes Arsenal von Gründen dafür, warum er seine Stücke ungern kommentiert, etwa:

BRENNER: Was haben Sie mit HAMLETMASCHINE versucht? Was wollen Sie sagen? Warum haben Sie das Stück geschrieben?

MÜLLER: Wenn ich weiß, was ich sagen will, sage ich es. Dazu muß ich nicht schreiben.³²

Anders als im Helge Schneider-Interview geht es hier nicht nur darum, dass der Autor nichts zu seinem Werk sagen *will*, sondern dass er es – nach eigener Auskunft – gar nicht *kann*. Die Suche nach der Autorintention ist für Heiner Müller schon deshalb verfehlt, weil er beim Schreiben zumeist gar keine klaren Intentionen habe. Und wenn doch, sei er damit immer gescheitert. Er habe dann ganz andere Texte geschrieben, als er eigentlich schreiben wollte. Der Autor schaltet sich in den öffentlichen Diskurs ein, um seine Lizenz zur Selbstkommentierung auszuschalten.³³ Auch das ist natürlich eine poetologische Position, denn es klingt eine Inspirationspoetik an, die unbedingt darauf angewiesen ist, dass der Autor sich selbst *nicht* versteht und sich stattdessen einem unkontrollierten Schreiben überlässt. Wie in Poetikvorlesungen oder in Essays formulieren Schriftsteller also auch in Interviews Poetiken, d.h. sie vertreten und reflektieren Literatur- und Autorschaftskonzepte, die man analysieren und vergleichen kann. Und selbst das, was man in Interviews über die Biographie eines Autors erfährt, kann durchaus literaturwissenschaftlich genutzt werden. Der russische Formalist Boris Tomaševskij hat schon vor rund 100 Jahren zwischen der realen Biographie eines Autors und dem unterschieden, was er „biographische Legenden“³⁴ nennt. Auf diese *biographischen Legenden* hat nach Tomaševskij auch die Literaturwissenschaft ihr Augenmerk zu richten. Denn unabhängig davon, ob es stimmt, was in Interviews über das eigene Leben erzählt wird, prägen diese Erzählungen die öffentliche Wahrnehmung literarischer Werke. Biographische Legenden können von Autorinnen und Autoren als Lesevoraussetzungen einkalkuliert werden. So kann es für die Bewertung und den Erfolg eines Buches eine erhebliche Rolle spielen, ob man es für fiktional hält oder – durch biographische Legenden gesteuert – als wahre Geschichte aus dem Leben des Autors liest. *Biographische Legenden* sind deshalb ein gewichtiger Aspekt dessen, was man als *schriftstellerische Inszenierungspraktiken* bezeichnet. *Inszenierung* meint dabei nicht unbedingt eine Täuschung, ja nicht einmal zwingend

31 Vgl. Torsten Hoffmann: „Das Gewicht des Lebens. Nachwort“. In: W.G. Sebald: *„Auf ungeheuer dünnem Eis.“ Gespräche 1971-2001*. Hrsg. von Torsten Hoffmann. Frankfurt/Main: Fischer 2011, S. 264-280.

32 Heiner Müller: *Werke 11: Gespräche 2. 1987-1991*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2008, S. 107 (1987 im Gespräch mit Eva Brenner).

33 Ausführlich dazu Torsten Hoffmann: „Die Ausschaltung der Einschaltung des Autors. Autorkritische Selbstinszenierungen in Interviews von Heiner Müller und W.G. Sebald“. In: *Schriftstellerische Inszenierungspraktiken – Typologie und Geschichte*. Hrsg. von Christoph Jürgensen u. Gerhard Kaiser. Heidelberg: Winter 2011, S. 313-340.

34 Boris Tomaševskij: „Literatur und Biographie“. In: *Texte zur Theorie der Autorschaft*. Hrsg. von Fotis Jannidis u.a.. Stuttgart: Reclam 2003, S. 49-61, hier S. 57.

eine bewusst eingesetzte Strategie.³⁵ Unter Inszenierungspraktiken versteht man stattdessen – im Rückgriff auf Überlegungen Gérard Genettes und Pierre Bourdieus – jene paratextuellen und habituellen Techniken und Aktivitäten von Schriftstellern, mit denen sie öffentlichkeitsbezogen für sich und ihre Texte Aufmerksamkeit erzeugen. Ein zentrales Element davon sind Interviews.

In den letzten Jahren wird genau das in Interviews auch immer wieder thematisiert – wie überhaupt Interviews zunehmend an Selbstreflexivität gewinnen. Felicitas Hoppe hat im Podiumsgespräch über Interviews z.B. die Ansicht vertreten, dass sie es ungeheuer anstrengend finde, in Interviews eine bestimmte Rolle zu spielen oder nicht die Wahrheit zu sagen – sie sei „durch und durch ein ehrlicher Mensch“,³⁶ außerhalb wie innerhalb des Interviews. Ganz anders dagegen Christian Kracht. In einem seiner seltenen Interviews, das 2012 in der ARD-Sendung *druckfrisch* zu sehen war, verbreitet Kracht die biographische Legende, das er sich eine Zeitlang als Maler (mit bunt bekleckstem Kittel) inszeniert habe, ohne eigentlich malen zu können. Denis Scheck fragt ihn daraufhin nach der Selbstinszenierung als Dichter:

SHECK: Und in der Literatur? Es gibt ja auch die Gefahr, zum Dichterdarsteller zu werden.

KRACHT: Ja, das stimmt. Das werfen Sie mir vor?

SHECK: Nein! In keinster Weise!

KRACHT: Ah! Okay. Ähm ...

SHECK: Aber die Gefahr gibt's doch.

KRACHT: Ich fürchte, man ist eigentlich immer Schriftstellerdarsteller. So ähm ... Also zumindest für mich gibt es kein ... Es gibt ... Ich kann das gar nicht trennen. Also die Darstellung des ... Also insofern sind die Romane auch, äh, Darstellungen oder Simulationen, äh, Versuche, äh.³⁷

„Äh“, „also“, „ähm“ und abbrechende Sätze – Kracht liefert einen völlig anderen performativen Epitext als die druckreif sprechende Felicitas Hoppes. Wobei natürlich auch die Selbstinszenierung als Schriftsteller-Darsteller eine Inszenierung sein kann, um z.B. authentische Sprechprobleme in der Interviewsituation als ironische Inszenierung verkaufen zu können. Deutlich wird immerhin, dass Kracht mit Schecks Unterscheidung von authentischer und dargestellter Autorschaft nichts anfangen kann oder will. Und mehr noch: Für Kracht sind seine öffentlichen Auftritte nichts anderes als das Simulieren, das er auch in seinen fiktionalen Romanen betreibt. Das geht soweit, dass Kracht in einem anderen Interview mit Denis Scheck erzählt, er wolle sich demnächst in der argentinischen Politik engagieren und einen zweiten Falklandkrieg anzetteln.³⁸ Immer wieder verbreitet Kracht also biographische Legenden, die man – wie im *fake*-Interview – sofort als Legenden durchschaut. Aber trotzdem und gerade damit produzieren sie ein bestimmtes, in diesem Fall ironisches Autorlabel, das man analysieren muss, wenn man Krachts Agieren im Literaturbetrieb verstehen will.

35 Zum Begriff der Inszenierung vgl. Christoph Jürgensen und Gerhard Kaiser: „Schriftstellerische Inszenierungspraktiken. Heuristische Typologie und Genese“. In: *Schriftstellerische Inszenierungspraktiken – Typologie und Geschichte*. Hrsg. von Christoph Jürgensen und Gerhard Kaiser. Heidelberg: Winter 2011, S. 9-30.

36 „Reden“, S. 327.

37 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cjewDAQdoB0> [letzter Zugriff: 3.2.2016].

38 Einzusehen unter <https://www.youtube.com/watch?v=p9qy1HlmPJw> [letzter Zugriff: 3.2.2016].

2.4. Interviews in Literatur

Bei Schriftstellerinterviews wie diesen stellt sich besonders dringend die Frage, in welchem Verhältnis sie zum restlichen Werk eines Autors stehen – und ob sie nicht sogar ein Teil davon sind. Eindeutig zum Werk gehören Interviews dort, wo sie innerhalb von Romanen oder Theaterstücken Verwendung finden. Das beginnt in der deutschen Literatur parallel zum ersten großen Interviewboom in den 1920er Jahren, tritt dann in den 1970er Jahren u.a. bei Ingeborg Bachmann oder Max Frisch auf und hat in den letzten 20 Jahren einen Höhepunkt erreicht.³⁹ Das aus dem Journalismus in den Literaturbetrieb eingewanderte Interview ist mittlerweile eine Spielform des Erzählens geworden (und seltener auch zum Gegenstand von Gedichten, wie Moritz von Uslars Interview-Gedicht zeigt).⁴⁰ Das heißt: Auch wer Romane oder Gedichte lesen und interpretieren will, muss sich mit Interviews auseinandersetzen. Hier dient die Literaturbetriebspraktik des Interviews nicht mehr der Literaturvermittlung, sondern der Literaturerzeugung. Es handelt sich also um eine jener „literarisch-betrieblichen Rückkoppelungsbewegungen“, von denen David-Christopher Assmann in der Einleitung zu diesem Heft schreibt.

Ein besonders spektakuläres Beispiel dafür liegt dort vor, wo ein ganzer Roman als Interview angelegt ist – so im Fall von Wolf Haas' 2006 veröffentlichtem Roman *Das Wetter vor 15 Jahren*. Dieser autofiktionale Text besteht aus einem Gespräch zwischen einer im Interview als *Literaturbeilage* bezeichneten Journalistin und einem *Wolf Haas* genannten Autor.⁴¹ Der Witz des Textes besteht darin, dass die beiden Figuren ein Gespräch über Wolf Haas' neuen Roman führen, den es außerhalb des Interviewbuchs gar nicht gibt. Innerhalb des Interviews wird über die Handlung des Romans aber ausführlich gesprochen, sodass das Interview eine Doppelfunktion übernimmt: Zum einen parodiert es den Literaturbetrieb und das literaturbetriebliche Interview, zum anderen erzählt es die Handlung des angeblich *eigentlichen* Buches. Dass der Literaturbetrieb „auch für die poetische Verfassung der Literatur Folgen“⁴² hat, ist hier so unmittelbar evident wie in wenigen anderen Fällen.

LITERATURBEILAGE: Autoren beklagen sich ja oft bitter darüber, dass in der Zeitung schon vorab die ganze Handlung verraten wird.

WOLF HAAS: Deshalb schreibe ich keine Krimis mehr. Da stört es ein bisschen, wenn man schon vorher alles weiß. Aber bei normalen Büchern sehe ich es eher als Hilfe. Als Teamarbeit. Klappentext und Kritiker erzählen vorab die Geschichte, und als Autor kann man sich auf das Kleingedruckte konzentrieren.

[...]

39 Vgl. dazu u.a. Burkhard Meyer-Sickendieck: „Vom ‚Interviewer‘ zur Elfriede Ritter. Das literarische Interview in der deutsch-jüdischen Modern“. In: *Echt inszeniert. Interviews in Literatur und Literaturbetrieb*. Hrsg. von Torsten Hoffmann und Gerhard Kaiser. Paderborn: Fink 2014, S. 345-359, sowie Jörg Pottbeckers, „Der Autor im Selbstgespräch? Interview und Autofiktion in Imtraud Morgners *Trobadora*-Roman, Max Frischs *Montauk* und Ingeborg Bachmanns *Malina*“. In: *Echt inszeniert. Interviews in Literatur und Literaturbetrieb*. Hrsg. von Torsten Hoffmann u. Gerhard Kaiser. Paderborn: Fink 2014, S. 361-378.

40 Moritz von Uslar: „Eintausend zeitlose Thesen zur Kunst des Interviewführens. Remix (München Februar 2014)“. In: *Germanic Review*, 91 (2016), Heft 1, S. 78-86.

41 Ausführlicher dazu Matthias Schaffrick: „Das Interview als Roman. ‚Das Wetter vor 15 Jahre‘ von Wolf Haas“. In: *Echt inszeniert. Interviews in Literatur und Literaturbetrieb*. Hrsg. v. Torsten Hoffmann u. Gerhard Kaiser. Paderborn: Fink 2014, S. 417-430.

42 Philipp Theisohn/Christine Weder: „Literatur als/statt Betrieb – Einleitung“. In: *Literaturbetrieb. Zur Poetik einer Produktionsgemeinschaft*. Hrsg. von Philipp Theisohn und Christine Weder. München: Fink 2013, S. 7-19, hier S. 7.

LITERATURBEILAGE: Sie haben Ihren Roman in einem Interview ja sogar einmal so zusammengefasst: Es sei die Geschichte zweier Regionen, wo die einen immer auf die Berge und die anderen immer in die Berge rennen. WOLF HAAS: Diese Äußerungen hab ich dann aber schwer bereut, weil sie mir total psychoanalytisch ausgelegt worden ist, also die Bergpenetrierer und die Gipfelstürmer oder so irgendwie [...]. Man muss als Autor schon aufpassen, dass man nicht seine eigene Geschichte zu Tode interpretiert.⁴³

Die traditionelle Vorstellung eines sich im Interview selbst interpretierenden Autors wird hier ebenso wie bei Heiner Müller oder Helge Schneider problematisiert. Um das zu umgehen, müsse man sich als Autor Interviewstrategien zurechtlegen. Nur dann kann gelingen, was hier ironisch als *Teamarbeit* zwischen Autor und Literaturbetrieb bezeichnet wird. Die Autorfigur Wolf Haas kalkuliert schon beim Schreiben die späteren Reaktionen des Literaturbetriebs ein und nutzt sie für seinen Roman.

Das ist symptomatisch auch für den aktuellen Status des Interviews. Literaturbetriebliche Interviews und die literarischen Texte der interviewten Autoren stehen im 21. Jahrhundert in einer so engen und so produktiven Wechselbeziehung zueinander wie nie zuvor. Das haben auch die Reaktionen auf Wolf Haas' Roman gezeigt: Während einige Literaturkritiker das Interviewspiel nicht durchschaut haben und beim Verlag den *richtigen*, im Interview nur diskutierten Roman anforderten, ist das aus dem Literaturbetrieb in Haas' Roman eingewanderte Erzählverfahren auch in Kritiken und damit in den Literaturbetrieb zurückgekehrt. So hat der Rezensent der *Süddeutschen Zeitung* seine Kritik als ein Gespräch zwischen zwei Literaturkritikern inszeniert.⁴⁴

3. Interviews als Chance. Fazit

Von einer *Verluderung* oder einem Niedergang des Interviews – so lässt sich zu Bascha Mika zurückkehrend bilanzieren – kann in Bezug auf den Literaturbetrieb und die Literatur gerade nicht die Rede sein. Stattdessen hat sich in den letzten 30 Jahren ein zunehmendes Bewusstsein dafür entwickelt, welche Chancen diese noch relativ junge, nicht einmal 200 Jahre alte Textsorte für die Literatur und den Journalismus bietet. Wie sehr sich der literaturwissenschaftliche Blick auf Interviews verändert hat, lässt sich an Gérard Genettes Buch *Paratexte* von 1987 ablesen. Interviews, so schreibt Genette dort ziemlich abschätzig, dienen nur der Werbung und der unnötigen Selbsterklärung. Schriftsteller begäben sich „eher passiv und anscheinend ohne große intellektuelle Motivation“⁴⁵ in solche Gesprächssituationen. Dass das für einen Großteil von Schriftstellern nicht (mehr) gilt, sollte mit den vorangehenden Ausführungen gezeigt werden. Beobachten lässt sich in der jüngeren Literaturgeschichte vielmehr ein zunehmend produktiver Umgang mit Interviews – und zwar in Epitexten ebenso wie im eigentlichen *Werk* von Autorinnen und Autoren. Diese vielfältigen Spielformen und Funktionen des Interviews zu analysieren, sollte sich die Literaturwissenschaft nicht entgehen lassen.

⁴³ Wolf Haas: *Das Wetter vor 15 Jahren*. 3. Aufl. München: dtv 2010, S. 5-6, 138.

⁴⁴ Vgl. Ijoma Mangold: „Der Wettkönig. Gespräch zweier Literaturkritiker über Wolf Haas' Roman ‚Das Wetter vor 15 Jahren‘“. In: *Süddeutsche Zeitung*, 4. Oktober 2006, S. 16.

⁴⁵ Genette: *Paratexte*, S. 343.

Temporäre Verklumpungen: Formen und Praxen der Literaturmoden

1. Literaturbetriebliche Praxis des Labeling

Der Autorin und Literaturwissenschaftlerin Dubravka Ugrešić missfällt so einiges an den Prozessen des *doing contemporary literature*¹ in einer sich zunehmend auf „Informatisierung und Telemedialisierung“² umstellenden europäischen Literaturgesellschaft der Gegenwart.³ In ihrem Essay „What is European in European Literatures?“ kritisiert sie aber vor allem eines: die nationale Kodierung der transnationalen literarischen Kommunikation und den Zwang zum *identity label*, den diese den Texten und den Schriftstellern auferlegt.

The concept of European literatures – as it is generally used by EU politicians, cultural managers, publishers, old-fashioned university departments, and often by writers themselves – is not very different from the concept of the European competition for the best European song. [...] Enjoyment is to be had in the method of voting (Croatia, 10 points! Belgium, two points!); the televisual “postcards” of various countries, linking up with studios in Tallinn and Dublin; then the “politics” and its transparency (just wait and see, the Croats will give the Slovenes 12 points, and vice versa!); the participation of new European representatives (Hey, this year we’ve got Bosnians!); the absence of any non-participants (the Serbs will never sing in Europe, not in a million years!). [...] European literary life, with its representatives, whose names are always (always!) backed by the name of a state, frequently does not differ greatly from this show.⁴

Das nationale Etikett – eine Selbstverständlichkeit im Literaturmarktgeschehen sowie im konzeptuellen Apparat von Lesern, Autoren und anderen Akteuren im Literaturbetrieb – ist laut Ugrešić die Voraussetzung für den Austausch kultureller Produkte auf dem globalen Markt. Für literarische Werke, die außerhalb des europäischen Zentrums entstehen, stelle gerade das nationale Label einen Freipass für *going European* dar. Das nationale „identity tag“⁵ sei „the easiest way to travel from the periphery to

1 Zum Konzept *doing contemporary literature*, das praxeologische Ansätze aus der neueren Sozial- und Wissenschaftstheorie mit literaturwissenschaftlicher Wertungs- und Automatismenforschung verknüpft, vgl. *Doing Contemporary Literature. Praktiken, Wertungen, Automatismen*. Hrsg. von Maik Bierwirth, Anja Johannsen u. Mirna Zeman. München: Fink 2012.

2 Matthias Beilein/Claudia Stockinger/Simone Winko: „Einleitung. Kanonbildung und Literaturvermittlung in der Wissensgesellschaft“. In: *Kanon, Wertung und Vermittlung. Literatur in der Wissensgesellschaft*. Hrsg. von Matthias Beilein, Claudia Stockinger u. Simone Winko. Berlin u. Boston: de Gruyter 2012, S. 1-15, hier S. 1. Vgl. auch Michael Braun: „Weg vom Schreibtisch. Weg zum Schreibtisch. Kultur als Praxis: Ein Sammelband untersucht, wie der Literaturbetrieb den Autor macht und dieser den Betrieb steuert“. In: *literaturkritik.de*, 26.03.2013, http://www.literaturkritik.de/public/rezension.php?rez_id=17729 [letzter Zugriff: 2.5.2016].

3 Zum Beispiel die in den aktuellen kulturpessimistischen Literaturbetriebsschelten vielfach beklagte ‚Eventisierung‘, ‚Kommerzialisierung‘ und ‚Verkitschung‘ von Literatur.

4 Dubravka Ugrešić: „What is European in European Literatures? European Literature as a Eurovision Song Contest.“ Übers. von Celia Hawkesworth. In: *The European Journal of Women’s Studies*, 10 (2003), Heft 4, S. 465-471, hier S. 465-466.

5 Ebd., S. 468.

the centre⁶, für viele AutorInnen aus der Peripherie der einzige Weg, „to communicate locally, but also globally.“⁷

Im Vergleich zum vielfach diskutierten Weltliteratur-Modell von Franco Moretti, das für die Diffusion „literarischer Formen“⁸ die Bewegung vom westeuropäischen Zentrum in die weltweite Peripherie als gesetzmäßig postuliert,⁹ fokussiert Ugrešić die umgekehrte Transfer-Richtung in der asymmetrischen Beziehung zwischen dem Westen und dem Rest der Welt. Ihr Essay macht auf die nicht minder gesetzmäßige Formel des *trafficking in identity tagging* und allgemeiner: *trafficking in labeling* aufmerksam, die – wie es mir scheint – in (markt)literarischen ‚Export-Import-Geschäften‘ und Prozessen des ‚Machens‘ von Weltliteratur seit 1800 auf globaler wie lokaler Ebene und unabhängig vom *Country-of-Origin* der daran beteiligten Akteure eine wichtige Rolle spielt. Es geht mir hier nicht darum, ein Literaturkonzept zu propagieren, das nach Ugrešićs Programm „identity kit into the rubbish bin“¹⁰ verfahren würde. Die literaturwissenschaftlichen Methoden und Konstrukte müssen jedoch nicht – um Šklovskij zu paraphrasieren – die Farben der auf der Zitadelle gehissten Fahnen reflektieren¹¹ bzw. routinisierte Etikettierungspraxis des Literaturbetriebs unreflektiert fortschreiben. Vielmehr möchte ich dafür plädieren, die Praxis des *Labeling* (das nationale Etikett ist nur eine Variante davon) in die Erforschung von Literatur bzw. von Prozessen des *Doing Literature* einzubeziehen.¹²

Im alltäglichen Sprach- und Marktgebrauch schillert der Begriff *Label* in viele Richtungen, er wird in vielen Zusammenhängen in unterschiedlichsten Bedeutungen verwendet. Diese begriffliche Verschwommenheit beklagt ein Bericht des Eidgenössischen Büros für Konsumentenfragen mit folgenden Worten: „Eine Unterscheidung zwischen Labels, Marken, Kennzeichnungsvorschriften und anderen Zeichen ist oft schwierig. Dies und die Vielfalt der Labels hat zum Begriff ‚Labelsalat‘ geführt.“¹³ Der *Duden* entwirrt den Salat nicht, macht jedoch eine nützliche Unterscheidung zwischen drei Bedeutungsvarianten des Wortes. „Label“ steht zum einen für das Etikett, das auf ein Produkt oder dessen Verpackung geklebt wird. Zweitens bedeutet „Label“ die

6 Ebd., S. 469.

7 Ebd.

8 Das, was Moretti ‚literarische Formen‘ nennt, sind zumeist inhaltlich zu definierende Subgenres des modernen Romans.

9 Am Beispiel des modernen Romans formuliert Moretti sein *Gesetz der literarischen Evolution*: „in cultures that belong to the periphery of the literary system (which means almost all cultures, inside and outside Europe), the modern novel arises not as an autonomous development, but as a compromise between a Western formal influence (usually French or English) and local materials.“ Franco Moretti: „Conjectures on World Literature“. In: *Debating World Literature*. Hrsg. von Christopher Prendergast. London u. New York: Verso 2004, S. 148-162, hier S. 152. Vgl. auch ders.: „More Conjectures“. In: *New Left Review* 20 (2003), Heft 2, S. 73-81, <http://newleftreview.org/II/20/franco-moretti-more-conjectures> [letzter Zugriff: 23.9.2013]; Siehe auch ders., *Kurven, Karten, Stammbäume. Abstrakte Modelle für die Literaturgeschichte*. Aus dem Englischen von Florian Kessler. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2009.

10 Ugrešić: „What is European in European Literatures?“, S. 471.

11 Paraphrase nach Aleksandar Flaker: *Stilske formacije*. Zagreb: Sveučilišna Naklada Liber 1976, S. 20.

12 Darunter sind Prozesse des Machens von Literatur durch Praktiken des Literaturbetriebs und der Literaturvermittlung, durch Automatismen des Markts, nicht zuletzt durch Wissenschaft selbst, zu verstehen. Vgl. *Doing Contemporary Literature*.

13 Eidgenössisches Büro für Konsumentenfragen: „Labels und labelähnliche Zeichen in der Schweiz“, 4. Ausgabe (2014), abrufbar über www.konsum.admin.ch [letzter Zugriff: 14.5.2016].

Produktlinie einer Firma, Marke; und drittens allgemein eine kategorisierende Benennung, ein Schlagwort.¹⁴

Folgt man den Labels in Bedeutung „kategorisierende Benennung, Schlagwort“, so kommt man auch solchen literaturbetrieblichen Praktiken auf die Spur, die Literaturkritik und Literatur-Publizistik seit Jahrhunderten simultan oder retrospektiv mit den Suffixen „-aden“ und „-ismen“, oder als ‚Manien‘ *labeln* und die die Literaturwissenschaften zumeist ignorieren.

2. „Manien“, „Epidemien“, „Fieber“

Im aktuellen Zeitalter der Globalisierung werden wir mit Meldungen über ‚Manien‘ und ‚Epidemien‘, die marktgängige und crossmedial verbreitete Literaturstoffe aufseiten der Literaturkonsumenten hervorrufen, regelrecht überhäuft. Seitdem Stephanie Meyers Biss-Romane und Hollywoods *Jump on the Twilight Bandwagon* den Archetyp des schönen Blutsaugers in neuem Licht auferstehen ließen, verbreitet sich, wie ein Online-Magazin 2009 berichtet „ein neuer rosa-roter Vampir-Virus über alle Kontinente“.¹⁵ Eine *Twilightmania* soll im Gange sein, kurz davor war von einem ‚Dan-Brown-Syndrom‘ auf dem Buchmarkt die Rede und mit dem ‚Harry-Potter-Fieber‘ hatten sich laut KulturjournalistInnen ohnehin schon Millionen angesteckt. Bei dieser medizinischen Metaphorik haben wir es anscheinend mit dem „Output“ eines – mit Jürgen Link gesprochen – seit Jahrhunderten rotierenden „generativen diskursapparats“¹⁶ zu tun. Die Rede über literarische ‚Epidemien‘ erweist sich nämlich kollektivsymbolisch als ‚Erbin‘ der alten Ansteckungs-Diskurse, darunter der massenpsychologischen der vorletzten Jahrhundertwende. Mit Bezug auf Übertragung medizinisch-epidemiologischer Symbolik auf soziale Phänomene in den 1880er Jahren spricht Brigitte Weingart von einer „veritablen intellektuellen Mode“¹⁷, die sich in den gegenwärtigen positiv wie negativ konnotierten Meldungen über viral vermarktete Bestseller und weltweit intensive ‚Infektionen‘ des Massenpublikums durch marktgängige Lesestoffe zyklisch nicht identisch zu wiederholen scheint.

Die Literaturkritik in Deutschland, die oft mit regelrecht phobischen Invektiven auf die enthusiastische Rezeption marktgängiger Lesestoffe reagiert,¹⁸ gibt zu verstehen, dass sie die ‚Manien‘ als ‚Moden‘ bzw. ‚Trends‘ durchschaut. Laut Sigrid Löffler etwa reagiert der Literaturmarkt auf kapitalistische Systemimperative wie Produktionssteigerung und Zeitökonomie durch Überproduktion von Büchern und damit zusammenhängende Intensivierung der Werbemaßnahmen *Labeling* und *Trending*. Diese spielen

¹⁴ <http://www.duden.de/rechtschreibung/Label> [letzter Zugriff: 14.5.2016].

¹⁵ Lilja Kopka: „Das Twilight-Phänomen: Vampir-Virus geht um“. In: *Pflichtlektüre. Studierendenmagazin der Universitäten Bochum, Dortmund und Duisburg-Essen*, 26.11.2009, unter <http://www.pflichtlektuere.com/26/11/2009/das-twilight-phaenomen-vampir-virus-geht-um/> [letzter Zugriff: 2.5.2016].

¹⁶ Jürgen Link: „ereignis, zyklogologie, kairologie. überlegungen nach foucault“. In: *Spuren* (1990), Heft 34/45, S. 78-85, hier S. 79.

¹⁷ Brigitte Weingart: „Kommunikation, Kontamination und epidemische Ausbreitung. Einleitung“. In: *Die Kommunikation der Gerüchte*. Hrsg. von Jürgen Brokoff et al. Göttingen: Wallstein 2008, S. 277-299, hier S. 281.

¹⁸ Vgl. u.a. „Elke Heidenreich mag keine Vampire“. In: *Focus Online* vom 5.6.2011, http://www.focus.de/kultur/buecher/literaturkritik-elke-heidenreich-mag-keine-vampire_aid_634213.html [letzter Zugriff: 2.5.2016]; Sigrid Löffler: „Wer bestimmt, was wir lesen? Buchmarkt und literarische Moden unter den Bedingungen globaler Beschleunigung“. In: *Juristische Studiengesellschaft* (2006), S. 75-92.

in die serielle Produktion von kurzfristigen Aufmerksamkeitschüben um einzelne Neuerscheinungen und in die Generierung von Literaturmoden hinein, die Löffler als schnell getaktete, durch Erfindung griffiger Slogans und Parolen der PR-Abteilungen der Verlage „künstlich hervorgerufene“ Erscheinungen kritisiert. „Die Erfindung griffiger Etiketten und einprägsamer Slogans“, so Löffler, „ist heute fast noch wichtiger als die Entdeckung guter literarischer Texte“.¹⁹

Ein Blick in die historische Publizistik zeigt, dass das Phänomen keinesfalls neu ist. Auch die Literaturgeschichte kennt ‚Moden‘ und ‚Manien‘. Begriffe wie ‚Simplizaden‘, ‚Robinsonaden‘, ‚Werther-Fieber‘ oder ‚Ossianomanie‘ sind Beispiele dafür. „Robinson: der Name vor allem war es, der da Mode machte“²⁰, so der Verleger Friedrich Michael über Robinsonaden. „Wer seinem Abenteuer-Roman den Erfolg beim Publikum sichern wollte, bediente sich des Namens.“²¹

Es gab einen Teutschen, Sächsischen, Thüringischen, Niederländischen, Schlesischen Robinson – ohne daß damit die Reihe vollständig wäre –, es gab einen „Moralischen Robinson“, gab „Jungfer Robinsone“ oder „Die verschmitzte Junge Magd“, und um dem Roman „Gil Blas“ von Le Sage den Weg zum Leser zu ebnen, erschien das Buch als „der spanische Robinson“. So schrieb dann ein Rezensent im Jahre 1749: „Es ist fast kein Land und keine Provinz mehr in der Welt, woraus wir nicht einen Robinson haben. [...]“²²

Interessant ist dieses Zitat zu den Robinsonaden, weil es suggeriert, dass wir es bei den Literaturmoden mit einer Kette von Wiederholungen zu tun haben, die das ‚Genre‘ *Robinsonaden*, das Motiv der unfreiwilligen Insel-Isolation, den Roman von Daniel Defoe und dessen Autor wiederholend-varierend multipliziert und somit diesem ganzen Ensemble zur translokalen Streuung und Verbreitung quer durch unterschiedliche Gegenwärtiräume (*contemporary spaces*) verhilft. Jennifer Althenger, Laila Abu-Er-Rub und Sebastian Gehrig betonen zu Recht, dass Transkulturalität ein essenzielles Merkmal einer Vielzahl von Trends ist: „transcultural trends have been the norm rather than the exception, both in the past and today.“²³ Das gilt auch für Literaturmoden und -trends, denn diese sind heute und sie waren um 1800 schon ein Motor translokaler/transnationaler/transkultureller Streuung von Literatur.²⁴

Außerdem suggerieren die Hinweise auf die Wichtigkeit von Namen, dass es möglich ist, eine Mode durch bloßes *Labeling* herbeizuführen, eine Mode zu behaupten und ähnlich der Spekulationen auf der Börse „in einer Spirale der Selbstvalidierung“²⁵ tatsächlich zu erzeugen. Mit Bezug auf diese Zirkularität zwischen der Ebene der Aussage

19 Ebd., S. 76.

20 Friedrich Michael: „Literarische Moden. Schick und Schicksal“. In: Friedrich Michael: *Der Leser als Entdecker, Betrachtungen, Aufsätze und Erinnerungen eines Verlegers*. Sigmaringen: Thorbecke 1983, S. 7-20, hier S. 8.

21 Ebd.

22 Ebd., S. 9.

23 Jennifer Althenger/Laila Abu-Er-Rub/Sebastian Gehrig: „The Transcultural Travels of Trends – An Introductory Essay“. In: *Transcultural Studies* 2 (2011), S. 140-163, hier S. 142.

24 Und prinzipiell kann alles, was das literarische System zu bieten hat, in einem zeitlich begrenzten Intervall exzessiv nachgeahmt, variiert, wiederholt und dadurch zum Gegenstand der Mode werden: Stoffe, Motive, Formen, Texte, Autoren, Titel, Genres, Buchcover, verschiedene Praktiken und Institutionen im Feld, Bestseller und Bestsellerrlisten, selbst Modekritik und Modeschelte können modisch und somit translokal mobil, ‚weltliterarisch‘ werden.

25 Albrecht Koschorke: *Wahrheit und Erfindung. Grundzüge einer Allgemeinen Erzähltheorie*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2012, S. 135.

und des Ausgesagten definiert der Literaturwissenschaftler Gerhard Goebel die Mode als eine sich selbsterfüllende Prophezeiung.²⁶

3. Modeschelten

Im Reich des ästhetisch Wertvollen und Originellen stehen Literaturmoden unter Generalverdacht. Zurückweisungen der Massenhaftigkeit, Marktgängigkeit und Epigonalität à la mode gestrickter literarischer Texte zählen traditionsgemäß zu den Strategien ästhetisch-theoretischer Profilierung der hohen, zeitlosen und originellen Kunst.²⁷ Der Begriff „Modeschriftsteller“ bezieht sich oft auf „ganz negative Fälle historizistischen Kanons“²⁸ – auf so genannte Epigonen, die mit zeitlichem Rückstand ein vorgegebenes Modell kopieren. Ein anderes Mal werden enorme Auflagen, also kommerzieller Erfolg, etwa der Bestsellerstatus, insbesondere im Bereich der so genannten Unterhaltungsliteratur, mit Moden in Verbindung gebracht. Multiplikationen des rezeptiven Effekts bzw. die Popularität eines literarischen Textes gelten ebenfalls als modeverdächtig, genauso wie der exzessive und emphatische Literatur- und Medienkonsum. Die Diagnose ‚Mode‘ spielt seit 1800 bei Konstruktionen des Normalfeldes ‚gesunde literarische Rezeption‘ mit seiner „Anormalitätszone“²⁹ ‚Lesesucht‘ eine Rolle.³⁰ Die Lesesucht wird nach üblichen sozial-normalistischen Kriterien wie Auffälligkeit im Alltag oder Arbeitsfähigkeit bewertet und graduell in einem Spektrum, das vom weichen ‚Fandom‘ über ‚Manie‘ bis hin zu den Härtefällen ‚irreversibler Realitätsverlust‘ reicht, skaliert.

Schließlich werden Moden im Feld literaturbetrieblicher Praktiken häufig als negative Effekte der spätkapitalistischen Ökonomie und Symptome der Krise oder auch des ‚Verderbens‘ der Kultur und Literatur durch den Markt und die Werbeindustrie

26 Gerhard Goebel: „Einführung in die Literatur der Mode in den Anfängen des bürgerlichen Zeitalters.“ In: *Ästhetik und Kommunikation* 6 (1975), Heft 21, S. 66-88, hier S. 83.

27 Mit Bourdieu gesprochen: der Legitimation des Autonomieprinzips und des Subfeldes der eingeschränkten Produktion. Vgl. Pierre Bourdieu: *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Frankfurt/M.: Suhrkamp 1999, S. 344. Ausführlicher dazu Mirna Zeman: „Literarische Moden. Ein Bestimmungsvorversuch“. In: *Doing Contemporary Literature*, S. 111-131.

28 Jürgen Link: „Hölderlin – oder eine Kanonisierung ohne Ort?“. In: *Kanon, Macht, Kultur: theoretische, historische und soziale Aspekte ästhetischer Kanonbildung*. Hrsg. von Renate von Heydebrand. Stuttgart: Metzler 1998, S. 383-395, hier S. 387.

29 Der Begriff ‚Anormalitätszone‘ habe ich Jürgen Links vorwiegend soziologischem Konzept des Normalismus entlehnt. Vgl. Jürgen Link: *Versuch über den Normalismus. Wie Normalität produziert wird*. 5. Auflage. Göttingen: Vandenhoeck u. Ruprecht 2013. Normalismustheorie besagt, dass in den modernen Gesellschaften die Integration von Individuen nicht primär über präskriptive Normen und fixistische Grenzziehungen läuft, sondern über „Operationalität flexibler Formen von Normalität und Selbstregulierung“. Rolf Parr: „Liminale und andere Übergänge: Theoretische Modellierungen von Grenzzonen, Normalitätsspektren, Schwellen, Übergängen und Zwischenräumen in Literatur- und Kulturwissenschaft.“ In: *Schriftkultur und Schwellenkunde*. Hrsg. von Achim Geisenhanslüke u. Georg Mein. Bielefeld: Transcript 2008, S. 11-63, hier S. 38. Der Kern der Theorie ist, dass die Subjekte sich in der Beobachtung des gesellschaftlich ‚Normalen‘, das die Massenmedien qua Kombinationen von statistischen Daten und Kollektivsymbolik an sie herantragen, zunehmend selbst modifizieren und adjustieren. Modediskurse spielen bei der Produktion von dem, was innerhalb des literarischen Systems als normal bzw. anormal gilt, eine große Rolle.

30 Zum Topos des Verderbens der Literatur im Literaturbetrieb in der deutschsprachigen Gegenwartsliteratur vgl. David-Christopher Assmann: *Poetologien des Literaturbetriebs. Szenen bei Kirchoff, Maier, Gstrein und Händler*. Berlin u. Boston: de Gruyter 2014.

gedeutet.³¹ Die Abwertung der Mode durch verschiedene literarische Akteure, insbesondere LiteraturkritikerInnen und so genannte QualitätsschriftstellerInnen, kann durchaus als Versuch gedeutet werden, eine Art Grundfeste der Literatur zu retten, die gegen die Mode gefeilt ist. Das Fazit einer Reihe kultur- und kapitalismuskritischer Darstellungen der Moden lautet: Kurzfristige Moden haben mit ‚wertvoller Kunst für die Ewigkeit‘ und ‚authentischen ästhetischen Neuerungen‘ nichts zu tun.³²

Man kann diesem Befund gegenüber skeptisch werden und Modeschelten als Äußerungen bestimmter literaturbetrieblicher Akteursgruppen analysieren, die sich durch Invektiven gegen die Moden distinktionsstrategisch im Feld positionieren. Man darf nicht von vornherein ausschließen, dass wir es bei den Wiederholungsphänomenen, die als ‚Nachachtungswellen‘ oder auch ‚Moden‘ kritisiert werden, mit einem grundlegend-sozialen und auch elementar-literarischen Mechanismus zu tun haben, der möglicherweise überall, wo sich vorübergehend (werkübergreifende) Formen herausbilden und Normen verfestigen können, am Werk sein könnte.

Schließlich scheint es auch in der Sphäre der so genannten ‚Hochliteratur‘ Moden zu geben. „Zu dieser Zeit tauchten die Futuristen auf“, schreibt Šklovskij mit Bezug auf eine der vielen „-ismen“ der klassischen Avantgarde. „David Burljuk mit hochgezogener Augenbraue, Kručenyč, Nikolaj Burljuk, ebenso im Gehrock, und Vladimir Majakovskij noch in einer schwarzen Samtjacke. Noch nicht in seiner gelben hielt Čukovskij einen Vortrag über sie. Sie kamen in Mode.“³³ Und auch Literaturwissenschaften sind nicht gegen Moden gefeilt.³⁴ Eines der Beispiele wäre die (unabhängig vom kapitalistischen Markt funktionierende) akademische Mode der Autonomieästhetik im sozialistischen Jugoslawien der 60er und 70er Jahre, auf die Dubravka Ugrešić in einem ihrer Essays mit folgenden Worten rekurriert: „In my student days ‘literary autonomy’ was closely tied to literary taste [...]. The fashion of the day was the ‘literariness’ of literature.“³⁵

4. Modezyklen

Vor dem Hintergrund der Modeschelten, die das Phänomen als eine ‚anormale‘ Erscheinung im Bereich von Literatur darstellen, lohnt der Versuch, Literaturmoden jenseits solcher Wertungen zu bestimmen und – zumindest im literaturwissenschaftlichen Diskurs – zu ‚normalisieren‘. Meine Minimaldefinition einer Literaturmode lautet: Moden sind Exzesse der Transkriptivität.³⁶ Im Falle einer Mode arbeitet zeitnah eine Vielzahl

31 Vgl. Mirna Zeman: „Häufungen des Kleinen. Zur Struktur von Hypes“. In: *Kulturen des Kleinen. Mikroformate in Literatur, Medien und Kunst*. Hrsg. von Sabiene Autsch, Claudia Öhlschläger u. Leonie Süwolto. München: Fink 2014, S. 335-351.

32 Vgl. dazu ebd.

33 Viktor Šklovskij: *Dritte Fabrik*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1988, S. 35.

34 Vgl. dazu Walter Erhart: „Plädoyer für Moden“. In: *Jahrbuch der Deutschen Schillergesellschaft* 38 (1994), S. 415-422.

35 Dubravka Ugrešić: „The Wall has fallen on all of us“. In: *The Fall of The Iron Curtain and The Culture of Europe*. Hrsg. von Peter I. Barta. New York: Routledge 2013, S. 12-16, hier S. 12.

36 Vgl. Ludwig Jäger et al.: „Transkriptivität. Operative Medientheorien als Grundlage von Informationssystemen für die Kulturwissenschaften“. In: *Informatik Spektrum* 31 (2008), Heft 1, S. 21-29; Ludwig Jäger: „Transkriptivität. Zur medialen Logik der kulturellen Semantik“. In: *Transkribieren. Medien/Lektüre*. Hrsg. von Ludwig Jäger u. Georg Stanitzek. München: Fink 2002, S. 19-41. Die Transkriptivitätstheorie fokussiert auf die Prozesse der Übertragung eines Inhaltes aus einem in ein anderes Medium. Unterschieden wird dabei u.a. zwischen Skripturen – einem „in den Sprachspielen oder in den Archiven des kulturellen Gedächtnisses *stillgestellte[n]*“

von ProduzentInnen an Umschriften, Übertragungen und anderen Derivaten eines beliebigen Materials. Man erkennt eine Mode an temporären Ballungen des Gleichartigen. Dies können gleichartige Inhalte, ähnliche Formen und auch Verfahren sein. Es handelt sich um Ähnlichkeiten/Wiederholungen (mit und ohne Varianz) und Zusammenballungen/Häufungen im Strom der Diskurse und nicht selten wiederholen sich diese Häufungen noch einmal, insofern Mode wiederkehrt.³⁷

Thematische Literaturmoden³⁸ lassen sich als temporäre Ballungen/Verklumpungen gleichartiger Literatur- und Medieninhalte bestimmen, die auf Konsumenten wirken (und nicht selten mit identifikatorischer, emphatischer oder kultischer Rezeption einhergehen). Heuristisch sind solche Moden in der Kategorie des Zyklus fassbar, worunter hier eine Reihe bzw. eine Kette inhaltlich zusammengehöriger Dinge, Text- und Medienprodukte, Zeichen und Praxen zu verstehen ist, die von LiteraturwissenschaftlerInnen anhand der semantischen Äquivalenzen und der Kriterien Häufung und Wiederholung (mit Varianz) erkannt werden kann.³⁹

Im Fall einer spätmodernen thematischen Literaturmode häufen sich etwa Paratexte, die Referenzen auf einen literarischen Text wiederholend multiplizieren und aus ihm ein Diskurs- und Medienereignis werden lassen: Presstexte, Interviews und andere aufmerksamkeitslenkende Frames und Formate in den Massenmedien. Zeitnah ballen sich Rezeptionsergebnisse um diesen Text und schreiben sich als selektive Wiederholung, Fortsetzung, Nachahmung, Adaptation seiner Inhalte in nachfolgende schriftliterarische Texte und andersmediale Transkripte ein, wobei eine Reihe gleichartiger Text- und Medienprodukte entsteht. In den Schaufenstern von Buchhandlungen können sich zeitnah Bücher stapeln, die durch gleichartige Buchcover, Titelillustrationen etc. ähnlich „angezogen daherkomm[en]“⁴⁰, also materiell die Zugehörigkeit zur jeweiligen thematischen Modewelle signalisieren. Die Mode kann von weiteren Dingen getragen werden, zum Beispiel von *spin-offs* – Konsumwaren, Fanobjekten, Gebrauchsgegenständen – die

Reservoir möglicher Transkriptionen“ und Transkripten, bzw. „Skripturen, die das jeweils transkribierende System im Zuge der Transkription hervorbringt, also etwa Kommentare (zu kommentierten Texten), historische Narrationen (zu Quellenkorpora), Remakes (zu Originalfilmen), Variationen zu den variierenden Themen, Samplings (zur verarbeitenden Musik) [...]“ Zitat nach Ludwig Jäger et al.: „Transkriptivität. Operative Medientheorien als Grundlage von Informationssystemen für die Kulturwissenschaften“. In: *Automatismen*. Hrsg. Hannelore Blublitz et al. München: Fink 2010, S. 299-313, hier S. 303.

- 37** Vgl. dazu Mirna Zeman: „Zyklographie der Literatur. Materialistische Variante“. In: *kultuRRevolution* 68 (2005), Heft 1, S. 32-39.
- 38** Darunter verstehe ich jene Moden, die ein Thema konstant halten und sich inhaltlich nach dem Prinzip semantischer Kohärenz definieren lassen.
- 39** U.a. durch die Heterogenität des Ensembles, das einen Zyklus schafft, unterscheidet sich mein Zyklusbegriff vom literaturwissenschaftlichen, der sich zumeist auf das auktoriale Kompositionsprinzip bezieht. Die semantische Äquivalenz im Modezyklus hat einen „virtuellen Status“, sie muss von WissenschaftlerInnen, wie allen übrigen Rezipienten auch, erst hergestellt werden. (Vgl. Walter Koschmal: „Der Zyklus als latenter Text. Tadeusz Miciński Gedichtsammlung *W mroku gwiazd*“. In: *Zyklusdichtung in den slavischen Literaturen*. Hrsg. von Reinhard Ibler. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2000, S. 261-276, hier: S. 263). In diesem Sinne ist hier unter Modezyklus – analog zum Begriff „stilistische Formation“ von Aleksander Flaker und dem Konzept „literarischer Trend“ von Markiewicz“ (die sich beide ausschließlich auf „Hochliteratur“ beziehen) eine Einheit zu verstehen, die von LiteraturwissenschaftlerInnen hergestellt wird. Vgl. Flaker, S. 14; Henryk Markiewicz, „The concept of literary trend in the history of literature“. In: *Proceedings of the 5th congress of the International Comparative Literature Association*, Belgrade 1967. Hrsg. von Nikola Banašević. Amsterdam: Swets u. Zeitlinger 1969, S. 29-36.
- 40** Michael Cahn: „Vom Buch zu Büchern. Wissenschaftliche Verlagsserien im 19. Jahrhundert“. In: *Wissen im Druck. Zur Epistemologie der modernen Buchgestaltung*. Hrsg. von Christoph Windgätter. Wiesbaden: Harrassowitz 2010, S. 140-164, hier S. 145.

literarische Fiktionen in den realweltlichen Alltag hineinverlängern. Auch Zeichen – etwa *Country-Of-Origin*-Kennzeichen (der südamerikanische ‚Boom‘), Namen (Werther, Yorick), *Labels* („Fräuleinwunder“), *Logos* und *Brands* nehmen qua (identischer) Wiederholung am „*trafficking in fashion*“ teil. Zeitnah können gehäuft auch verschiedenste Formen des lebenspraktischen Vollzugs einer Literaturmode in Erscheinung treten, etwa Praxen, die die Theorien des Populären in den Kategorien des *fandoms* oder des Kults beschreiben.⁴¹ Durch verschiedene Praktiken und Formate – etwa der Fanfiction und der Conventions – arbeiten die Fans am Um- und Weiterschreiben sowie der Reinszenierung und „Vereigentlichung“⁴² der modischen Fiktionen in der Realität. All diese und viele weitere Akteure – Verleger, Kritiker, Buchhändler etc. – sind ein Teil temporärer „*communities of practice*“⁴³, die den ‚Lebenszyklus‘ einer Literaturmode mitbestimmen.

Auch die Prozesse des Abebbens einer Literaturmode lassen sich nach den Kriterien Häufung und Wiederholung bestimmen. Die Prozesse der ‚Entmodung‘ machen sich etwa an der Kumulation der Text- und Medienprodukte bemerkbar, die die Transkripte der ‚Epigonen‘ parodieren, das nachgeahmte, schablonisierte Modell wiederholend entblößen, verschieben und einer Umfunktionierung ursprünglicher rezeptiver Wertung der Mode zuarbeiten.⁴⁴ Häufig gilt: Mode „stößt sich von sich selbst ab und parodiert sich quasi von selbst“.⁴⁵ Der Modeschwund macht sich an der Kumulation von Paratexten bemerkbar, die den Exitus der Mode ausrufen, indem sie das jeweilige Modethema für ‚out‘, ‚passé‘, ‚vorbei‘, ‚altmodisch‘ erklären, kurz: die das Abflauen der Mode zum diskursiven Ereignis machen.⁴⁶ Außerdem verdünnen sich die Häufungen im ‚Rattenschwanz‘ der ehemaligen Innovation und es kommt zur Kumulation von Paratexten, die durch Referenzen der Stabilisierung einer konkurrierenden Mode im synchronen System der Literatur zuarbeiten.

Literaturmoden lassen sich nicht zu einer ‚Erscheinungsform‘ verabsolutieren.⁴⁷ Vielmehr sollten verschiedene, historisch variable Realisierungen der Moden zugelassen werden und müssen jeweils situativ auf Grund beobachtbarer Häufungen und erkennbarer Verklumpungen im Material isoliert werden. Moden sind typologische Konstrukte; die Verbindungen von Einzelelementen zu Reihen anhand von Analogien und Konvergenzen sind vom Beobachter abhängig und lassen sich am einfachsten in der jeweiligen Gegenwärtigkeit der Literaturmode herstellen. Viktor Vinogradov, der sich in den 20er Jahren mit der literarischen Zyklisierung beschäftigt hat, stellte bereits fest,

41 Siehe u. a. Henry Jenkins: *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture. Studies in culture and communication*. New York: Routledge 1992; *The Adoring Audience*. Hrsg. von Lisa A Lewis. London: Routledge 1992; *Kultbücher*. Hrsg. von Rudolf Freiburg, Markus May u. Roland Spiller. Würzburg: Königshausen u. Neumann 2004.

42 Koschorke: *Wahrheit und Erfindung*, S. 24.

43 Geoffrey C. Bowker/Susan Leigh Star: *Sorting Things Out. Classification and Its Consequences*. Cambridge/Mass. u. London: MIT Press 1999.

44 Die Bedeutung des literarischen Epigonentums für die literarische Evolution haben die russischen Formalisten erkannt. Vgl. dazu Aage A. Hansen-Löve: *Der russische Formalismus. Methodologische Rekonstruktion seiner Entwicklung aus dem Prinzip der Verfremdung*. Wien: Verlag der Österr. Akad. d. Wiss. 1978, S. 410-414.

45 Šklovskij: *Dritte Fabrik*, S. 72.

46 Vgl. dazu Kjell Arne Røvik: „Deinstitutionalization and the Logic of Fashion“. In: *Translating Organizational Change*. Hrsg. von Barbara Czarniawska u. Guje Sevón. Berlin u. New York: de Gruyter 1996, S. 139-172.

47 Das Analoge gilt für Analysen von Genres. Siehe dazu Michał Głowiński: „Die literarische Gattung und Probleme der historischen Poetik“. In: *Formalismus, Strukturalismus und Geschichte. Zur Literaturtheorie und Methodologie in der Sowjetunion, ČSSR, Polen und Jugoslawien*. Hrsg. von Aleksandar Flaker u. Viktor Žmegač. Kronberg/Taunus: Scriptor 1974, S. 155-185.

Zyklen seien „solche Genre-Verbindungen, die nur aufgrund des literarischen ‚Bewußtseins‘ einer Epoche möglich sind: Der synchrone Leser verbindet Werke zu ‚Zyklen‘, die für einen späteren Leser oder Historiker durchaus auf verschiedenen Ebenen liegen mögen.“⁴⁸ Historische Modezyklen lassen sich nur im Bruchteil rekonstruieren und zwar dann, wenn man, um mit Moritz Baßler zu sprechen, dafür die richtigen Suchbegriffe hat.⁴⁹

Im Modezyklus sind Strukturierung und Entstrukturierung dialektisch aufeinander bezogen. Die Strukturierung ist temporär und kann in dauerstabilere Formen/Strukturen (etwa Genres) umschlagen oder die temporäre Verklumpung verliert „ihre Gelenke und gerinnt zu einer einzigen Masse“⁵⁰.

Man kann – und diesen Hinweis verdanke ich Matthias Beilein – zwischen zwei unterschiedlichen Arten von Moden unterscheiden: zwischen einer Art, die eher ereignishaft-punktuell ist und einer, die eher strukturell-formativ ist. Strukturell-formative Moden wären etwa jene, die den Gattungskanon ergänzt haben, indem sie ein narratologisches Muster geliefert haben, das nachgeahmt wurde.⁵¹ Im Unterschied dazu tauchen punktuelle Moden nur einmal in der Geschichte auf und verpuffen dann bald. Ein Beispiel für eine punktuelle Mode wäre die Mode der Wertheriaden.⁵² Andererseits dockt sich Goethe mit seinem Werther-Roman an die strukturell formative Mode des Briefromans, die seit Richardson in Europa grassiert und die dann im Laufe der Geschichte immer wieder zurückkommt.

Die Identifizierung eines Modezyklus kommt der Stilllegung eines synchronen Mikro-Ausschnitts aus dem Fluss der Zirkulation von Dingen, Texten und Zeichen gleich. Und wenn man – wie im Falle von *Twilightmania* – in diesem stillgelegten Ausschnitt aus der kurrenten Zirkulation Kumulationen um ähnlich geartete Vampire aus früheren Zeitschichten wiedererkennt, so deutet das auf die Strukturierungsleistung der modischen Wiederholungen in der Diachronie hin, somit auch auf die Rolle der Modezyklen bei der medialen Mobilmachung von literarischen Inhalten, Formen und Verfahren quer durch vergangene Zeiträume und quer durch historische *contemporary spaces*. Clemens Ruthner, der die Durchlaufstationen des Vampirismus – seine mythologisch-folkloristische, historische, literarische bzw. filmische und schließlich populärkulturelle Phase – nachzeichnet, hat die europaweite Verbreitung der Vampir-Figur aus der südslawischen Folklore im 18. Jahrhundert mikrologisch als eine Translationskette dargestellt, die im mündlichen Äquivalent der Moden – in den Gerüchten über die Massenpanik in einem südslawischen Dorf an der Militärgrenze – ihren Verlauf nimmt, sich mittels sprunghaft vermehrender habsburgischer Kommissionsberichte und boomender

48 Zitiert nach Hansen-Löve: *Der russische Formalismus*, S. 391.

49 Siehe Moritz Baßler: *Die kulturpoetische Funktion und das Archiv. Eine literaturwissenschaftliche Text-Kontext-Theorie*. Tübingen: Francke 2005.

50 Šklovskij: *Dritte Fabrik*, S. 73.

51 Ein Beispiel dafür sind literarische Moden, die sich um das Verfahren der Zyklographie der Dinge ranken. Vgl. Mirna Zeman: „Literatur und Zyklographie der Dinge. Bookcrossings in simplicianischer Manier“. In: *Entsorgungsprobleme: Müll in der Literatur*. Hrsg. von David-Christopher Assmann, Eva Geulen u. Norbert Eke. Berlin: Schmidt 2014, S. 151-173, vgl. auch dies., „Zyklographie der Literatur“.

52 Gemeint sind damit Texte, Dinge, Praxen, die sich am Vorbild von Johann Wolfgang von Goethes Briefroman *Die Leiden des jungen Werthers* orientieren. Die Mode entstand durch das komplexe Zusammenspiel verschiedener Akteure, die unabhängig voneinander Werther-Rezensionen und -Nachahmungen verfassten, Werther-Tracht trugen oder Werther-Porzellantassen herstellten.

gelehrter Dissertationen hineinverlängert, um sich in einer zunächst deutsch-englischen hochliterarischen Modewelle fortzusetzen, an der sich bekanntlich auch Goethe mit seiner Ballade *Die Braut von Korinth* beteiligte.⁵³

Die Vampirmoden machen es deutlich: Modezyklen schaffen ihre eigenen „Wertordnung[en] auf Zeit“⁵⁴; sie gehorchen nicht den etablierten literaturwissenschaftlichen Werthierarchien, den Trennungen von Trivial- und Hochliteratur oder schriftlicher und mündlicher Literatur. Nicht selten kann man feststellen, dass moderne Moden auf alte Zyklen, autoreferenzielle variante Wiederholungen mythologisch-folkloristischer Motive aus den traditionellen Literaturen vergangener Zeitschichten zurückgreifen.

5. Hypes

In die semantische Nähe des Modebegriffs rückt aktuell auch das Stichwort ‚Hype‘. Das amerikanisch-englische Wort *hype* erlebt seit seiner Entlehnung ins Deutsche Mitte der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts als Modewort für Exzesse der Aufmerksamkeit um kulturelle Produkte jeglicher Art einen bedeutenden ‚Kariereaufstieg‘. Hypes sind gegenwärtig in aller Munde und eine ganze Schar von Hypes ‚marschiert‘ durch die Presselandschaft: Gemeldet wurde u.a. ein Hype um Erotikromane und ein Hype um die Fernsehserie *Breaking Bad*, ein weiterer Hype ranke sich um Laienliteratur. Der Schriftsteller Jonas Lüscher, der *Poetry-Slam*-Beitrag von Julia Engelmann und das E-Book hatten jeweils einen eigenen Hype.⁵⁵ Doch was sind diese Hypes und in welchem Verhältnis stehen sie zur Literaturmode?

Modezyklen habe ich als ein heterogenes Ensemble beschrieben, das von einem Zusammenspiel verschiedener Akteure, Dinge, Texte, Medienprodukte, Zeichen und Praxen getragen wird. Moden denke ich dynamisch, als ein Gesamtprozess, der sowohl die Bewegung der Vermittlung als auch die der Umschrift und der Verarbeitung eines literarischen Ausgangsproduktes einschließt. Vermittlung und Transformation sind zwei große Abschnitte einer Bewegung, die ich Modezyklus nenne.

Innerhalb eines Modezyklus macht sich in der ‚transformativen‘ Phase eine Vielzahl von Akteuren die Inhalte aus dem modischen Produkt virtuell zu eigen und unterzieht sie verschiedenen Umformungs- und Weiterverarbeitungsprozessen. In Anlehnung an Hartmut Winkler ließe sich sagen, dass der zweite ‚transformative‘ Abschnitt des Modezyklus das literarische Produkt „prozessiert“.⁵⁶ Ausgehend von Kittlers Bestimmung der Medien über die drei Funktionen Übertragen – Speichern – Prozessieren, wirft Winkler die Frage nach der letzteren, in der Medientheorie vernachlässigten Funktion der Medien auf. Winkler definiert mediales Prozessieren als „eingreifende Veränderung“.⁵⁷ Im Unterschied zu den Medienprozessen des Übertragens, Weiterleitens und Adressierens,

53 Vgl. Clemens Ruthner: „Sexualität Macht Tod/t. Prologomena zu einer Geschichte des Vampirismus“. In: *Kakanien Revisited* (2002). <http://www.kakanien.ac.at/beitr/fallstudie/CRuthner1.pdf> [letzter Zugriff: 2.5.2016].

54 Boris Groys: *Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie*. München: Hanser 1992, S. 46.

55 Vgl. dazu Zeman, „Häufungen des Kleinen“.

56 Hartmut Winkler: *Prozessieren. Die dritte, vernachlässigte Medienfunktion*. München: Fink 2015. Ders.: *Prozessieren. Die dritte und vernachlässigte Medienfunktion*. Vortrag auf der Tagung: Media Theory in North America and German-Speaking Europe, 8.-10. April 2010; University of British Columbia, Vancouver, Pre-Print: http://homepages.uni-paderborn.de/winkler/proc_d.pdf, S. 1-13 [letzter Zugriff: 14.5.2016].

57 Ebd., S. 12.

die für Kommunikation stehen und die das Produkt selbst intakt lassen, greift das mediale Prozessieren in das Produkt ein und verändert es. Das gilt auch für Modezyklen. Doch dem „Prozessieren“, also der ‚eingreifenden Veränderung‘ qua Mode ist – wie überhaupt einer jeden literarischen Kommunikation oder normativen Aussage über dieses Produkt – die Filterfunktion der Aufmerksamkeit vorgeschaltet. Zu den Umschriften, Übertragungen in andere Medien, Übersetzungen in Fanprodukte und anderen Derivaten eines literarischen Produktes kann es erst kommen, nachdem dieses Produkt überhaupt mit Aufmerksamkeit bedacht wurde, nachdem es zu einem Thema der literarischen Kommunikation im Sinne Luhmanns geworden ist, zu einem „mehr oder weniger unbestimmte[n] und entwicklungsfähige[n] Sinnkomplex[...], über d[en] man reden und gleiche, aber auch verschiedene Meinungen haben kann [...]“.⁵⁸ Luhmann, der mit seinem Essay „Öffentliche Meinung“ ein Modell des zyklischen Verlaufs politischer Themen vorlegte, spricht in diesem Zusammenhang von einer „Vorsortierung durch die Aufmerksamkeitsregeln“.⁵⁹ In Luhmanns Perspektive durchlaufen politische Themen eine Themenkarriere, beginnend von einer latenten Phase, dem Durchbruch eines Themas, dem Kumulationspunkt und der Verdrängung durch neue Themen. In der ersten Phase ist das Thema nur einem kleinen Kreis der Interessierten und Eingeweihten bekannt und es ist nicht abzusehen, ob der Gegenstand jemals behandelt wird. „Einigen schwebt die Sache, um die es geht, schon mehr oder weniger deutlich vor Augen; oft fehlt aber noch das Wort [...] unter dem das Thema seine Karriere beginnen und verhandlungsfähig werden wird“.⁶⁰ Nur wenige Themen kommen über diese Aufmerksamkeitssschranke hinweg. In der Phase der Kreation finden sich laut Luhmann die Leute, oft Außenseiter und Neulinge, die auf das Thema setzen, „ihm Zeit, Ressourcen und Kontakte widmen und es verbreiten“⁶¹, bis das Thema in die Hände der „Mächtigen“ übergeht, die mit wechselnden Themen Politik betreiben. „Gewinnt das Thema jedoch an Popularität, wird es zur Mode“, dann übernimmt es laut Luhmann „die Funktion einer Struktur des Kommunikationsprozesses“.⁶²

Es wird zum Bestandteil der öffentlichen Meinung [...]. Es erscheint in der Tagespresse in einer Berichterstattung, die voraussetzt, dass jeder die Vorgeschichte des Themas kennt. [...] Nicht mehr das Thema selbst, sondern nur noch die Meinungen und Entscheidungen über das Thema stehen zur Verfügung.⁶³

In der Modephase besteht die Chance, dass das Thema in die Entscheidung transformiert wird, das aus ihr also realweltlich etwas wird. Wenn nichts geschieht, tritt eine „Ermüdungsphase“ ein, in der Bedenken von Gegnern kommuniziert werden. Wenn mit dem Thema nichts geschieht, verliere es „seine werbende Kraft“⁶⁴ und wandert wieder an die Peripherie.

Anknüpfend an Luhmanns Modell lassen sich sogenannte ‚Wellen öffentlicher Aufmerksamkeit‘, ‚Hypes‘ oder auch ‚Medienaufmerksamkeits-Zyklen‘ um literarische Produkte als eine Einheit aus Thematisierungs- und De-Thematisierungsprozessen in der literarischen Kommunikation fassen. In der Gesamtbewegung einer Literaturmode

58 Niklas Luhmann: „Öffentliche Meinung“. In: *Politische Vierteljahresschrift* 11 (1970), S. 2-28, hier S. 7.

59 Ebd., S. 11.

60 Ebd., S. 14.

61 Ebd.

62 Ebd.

63 Ebd., S. 14-15.

64 Ebd., S. 15.

erfüllen die Hypes – die in das Eingangsprodukt nicht eingreifen, sondern paratextuell Referenzen auf es häufen – die Funktion eines kommunikativen ‚Mobilisierens‘. Im Folgenden werde ich diese Funktion von Hypes mithilfe der Kategorien *Sammlung*, *kleine Formen* und *mobilisierende Mikroformate* zu beleuchten versuchen.

6. Mobilisierende Mikroformate

Ein Hype ähnelt einer Sammlung.⁶⁵ Er sammelt, indem er Kleinformen – Namen, Labels, Slogans, Logos – und Mikroformate, die Genette ‚Paratexte‘ nennt, häuft und sie „untereinander als Werte eines Ensembles in Beziehung setzt“.⁶⁶ Laut Burghart Wachinger ist die „Existenzform“ in einer Sammlung typisch für kleine Formen und literarische Kleinstgattungen.⁶⁷ Dies betont auch der kroatische Literaturtheoretiker Josip Užarević, der in seinem Buch *Književni minimalizam* für kleinste Sprachgenres jeglicher Art (narrative wie nicht narrative, mündlich wie schriftlich vermittelte, traditionelle wie neue, auktoriale wie anonyme, rurale wie urbane, monomediale wie multimediale) die Bezeichnung *minimalni*, „die Minimalen“ vorschlägt.⁶⁸ Laut Užarević unterscheiden sich die „Minimalen“ von den großen Gattungen unter anderem dadurch, dass sie in der Regel in einer Sammlung, einem Sammelband oder Sammelbuch herausgegeben werden, und er stellt fest, dass sich kleine Formen – sei es automatisch, von *sich aus* oder weil es das auktoriale Kompositionsprinzip so will – typischerweise „zu Scharen zusammenschließen“⁶⁹, wobei ihr gehäuftes Auftreten nicht ohne Effekte auf der Rezeptionsseite bleibt:

Die Häufung verbaler Miniaturen in thematische Einheiten vermindert gewissermaßen ihr eigenständiges semantisches und ästhetisches Potenzial. Die in einer Rubrik gehäuften Blondinen-Witze führen bald zur rezeptiven Sättigung, zu einer gewissen Monotonie, was mit dem Einzelexemplar sicherlich nicht vorgesehen war. Diese Situation deutet auf eine Gesetzmäßigkeit bei der Produktion und Rezeption von kleinen Formen: sie werden *dosiert* gesendet und empfangen.⁷⁰

Mit vielmal aufeinanderfolgenden kleinen Formen haben in Cervantes' Roman *Don Quijote* der Ritter von der Mancha und sein Reisegefährte ein Problem. Don Quijote rät Sancho, von der „Unsitte serieller Sprichwortverwendung“⁷¹ abzusehen: „[w]enn man Sprichwörter kreuz und quer aufeinanderhäuft und aneinanderreicht, wird die Rede niedrig und gemein“.⁷² Das Gespräch, in dem aus dem Mund beider Gesprächspartner Sprichwörter hervorsprudeln, parodiert – wie Sebastian Neumeister betont – humanistische Sammlungen, die literarische Kleinsttexte zum Nebeneinander im Raum der

65 Folgende Ausführungen nach Zeman, „Häufungen des Kleinen“.

66 Jean Baudrillard: „Die Mode und die Zauberwelt des Codes“. In: Jean Baudrillard: *Der symbolische Tausch und der Tod*. Berlin: Matthes u. Seitz 2005, S. 131-151, hier S. 136.

67 Burghart Wachinger: „Kleinstformen der Literatur. Sprachgestalt – Gebrauch – Geschichte“. In: *Kleinstformen der Literatur*. Hrsg. von Walter Haug, u. Burghart Wachinger. Tübingen: Niemeyer 1994, S. 1-37, hier S. 2.

68 Josip Užarević: *Književni minimalizam*. Zagreb: Disput 2012, S. 14.

69 Ebd., S. 16.

70 Ebd.

71 Sebastian Neumeister: „Geschichten vor und nach dem Sprichwort“. In: *Kleinstformen*, S. 205-215, hier S. 206.

72 Miguel de Cervantes Saavedra: *Der sinnreiche Junker Don Quijote von der Mancha*. Übers. von Ludwig Braunsfels. Darmstadt 1966, S. 868-869, zitiert nach Neumeister: „Geschichten vor und nach dem Sprichwort“, S. 207.

Drucksache zwingen.⁷³ „In einer Hinsicht“, stellt Wachinger mit Bezug auf humanistische Sammlungen fest,

sind wohl alle Sammlungen ähnlich: Dadurch, daß sie Klein- und Kleinstformen häufen, bieten sie sich primär als ein Arsenal für auswählende Benutzung an. Kontinuierliche Lektüre von Hunderten von Kleinsttexten dürfte damaligen Rezipienten so unerträglich gewesen sein wie heutigen. [...] Für den Gebrauch in weiteren typischen Lebensräumen der Kleinstformen aber, für die Einbindung in die eigene mündliche oder schriftliche Rede oder für die in der Buchkultur des 15./16. Jahrhunderts so wichtige Verwendung als Paratexte (Motti, Marginalien, belegende oder distanzierende Einschübe und dergleichen) zu größeren Texteinheiten, bedurfte es immer eines Aktes der Auswahl und der Umsetzung.⁷⁴

Als einen weiteren typischen „Lebensraum“⁷⁵ der kleinen Formen im gattungstypologischen Sinne nennt Wachinger hier auch Paratexte. Witze, Sprüche, Märchen, Legendengedichte und andere Vertreter der „einfachen Formen“⁷⁶ im Sinne Jolles, die sich durch einfache Reproduzierbarkeit und hohe Mobilität auszeichnen, finden mit Verbreitung des Buchdrucks und dem Aufkommen des literarischen Marktes in solchen Mikroformaten Verwendung, die die „Übergangszonen zwischen dem Text und seiner materiell-historischen Bedingtheit“⁷⁷ bzw. den „Transaktionsort [...] zwischen verschiedenen Kommunikationsinstanzen des literarischen Betriebs“⁷⁸ bilden und von nun an die Funktion übernehmen, einen literarischen Text als „ganzes oder auch nur in Bruchteilen“⁷⁹ zu „mobilisieren“.⁸⁰ Der Begriff ‚Textmobilisierung‘ stammt von Nikola von Merveldt, die Genettes Konzept dynamisiert, indem sie den Prozess der „Paratextualisierung des Ausgangstextes“⁸¹ in seiner pragmatischen Dimension beleuchtet und „die Mitwirkung (agency) von Paratexten am literarischen Transferprozess“⁸² hervorhebt. Paratexte, so Merveldt, präsentieren nicht nur literarische Texte jeglicher Art, sie bringen diese kommunikativ in Umlauf, machen sie zum Diskussionsgegenstand und fördern ihren Transfer über Sprach- und Landesgrenzen hinweg.

Unter Paratexten versteht Genette bekanntlich „jenes Beiwerk, durch das ein Text zum Buch wird und als solches vor die Leser und, allgemeiner, vor die Öffentlichkeit tritt“.⁸³ Dazu zählen Elemente wie Autorenname, Titel und Titelblatt, Klappentexte, Mottos und Vorreden, Papier, Format, Satz und Typographie, das graphische Erscheinungsbild, Illustrationen usw. Zu den Paratexten rechnet Genette außerdem Epitexte bzw. solche Texte, die materiell unabhängig von der eigentlichen Drucksache zirkulieren, aber auf sie Bezug nehmen, etwa Rezensionen und Interviews. All diese und eine Reihe weiterer (sprach-, schrift-, visual- und neumediater) Elemente (etwa Buch-Trailer oder Buchanzeigen auf Facebook), die im weitesten Sinne eine werberische Funktion

73 Neumeister: „Geschichten vor und nach dem Sprichwort“, S. 206.

74 Wachinger: „Kleinstformen der Literatur“, S. 35-36.

75 Ebd., S. 35.

76 Siehe André Jolles: *Einfache Formen. Legende, Sage, Mythe, Rätsel, Spruch, Kasus, Memorabile, Märchen, Witz*. 7. Auflage. Tübingen: Niemeyer 1999 (1930).

77 Nikola von Merveldt: „Textmobilisierung. Überlegungen zur Transferleistung von Paratexten am Beispiel von Joachim Heinrich Campe“. In: *„Die Bienen fremder Literaturen“: Der literarische Transfer zwischen Großbritannien, Frankreich und dem deutschsprachigen Raum im Zeitalter der Weltliteratur (1770-1850)*. Hrsg. von Norbert Bachleitner u. Murray G. Hall. Wiesbaden: Harrassowitz 2012, S. 103-124, hier: S. 108-109.

78 Ebd., S. 109.

79 Ebd., S. 114.

80 Ebd.

81 Ebd., S. 119.

82 Ebd., S. 113.

83 Gérard Genette: *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*. Frankfurt/Main: Campus 1989, S. 10.

für einen literarischen Text übernehmen, nenne ich in Anlehnung an Nikola von Merfeldt mobilisierende Mikroformate.

Vieles spricht für die These, dass gerade mobilisierende Mikroformate das Räderwerk eines jeden literarischen Hypes sind. Denn jeder literarische Hype bündelt in sich invariante bewegliche Elemente (wie Titel, Autorenname, Label, werberische Floskeln, Slogans, Schlagwörter, Stereotype, Logos, typographische Invarianten etc.) und popularisierende Formate kleineren Umfangs, (verlegerische Epitexte, Kritiken, Anzeigen und andere Formen und Formate des literaturjournalistischen und werberischen Beiwerks), die eben die stereotypen Elemente Titel, Autorenname etc. zitieren, wiederholen und vervielfachen.

Alle Mikroformate, die ein Hype versammelt und die ihn mittragen, bewahren ihre Eigenständigkeit und wirken ästhetisch, semantisch oder pragmatisch in Sache eines oder mehrerer Text-Exemplare (Produkte) der Reihe. In einer Phase jedoch entwickelt die Mode die Tendenz, sich selbst zu paratextualisieren, indem sie sich etwa durch „Regimes der Äußerlichkeit“⁸⁴ der „konkreten Drucksachen“⁸⁵ als *Sammlung* von semantisch Äquivalentem, als eine Textsorte kenntlich macht. Um dem ‚virtuellen‘ Status ihrer Reihe zu entkommen (und sich möglicherweise als Genre zu stabilisieren), muss die Mode ein „Beiwerk“⁸⁶ zur Reihe herausbilden, das „Erkennbarkeit, Wiedererkennung, Bekanntheit, eine positive Reduktion von Komplexität in einem stets unübersichtlichen Buchangebot“⁸⁷ beim lesenden Publikum gewährleistet und „die Serie ins Zentrum der Kaufentscheidung“⁸⁸ rückt. Nachahmer-Produkte fangen an, durch ihre Materialität, ihre „Schriftbildlichkeit“⁸⁹ und ihre Peritexte⁹⁰ die Zugehörigkeit zur Mode zu signalisieren. Die aktuelle Vampir-Welle macht sich u.a. an der Cover-Gestaltung bemerkbar: Eine Menge an Drucksachen trägt „bewusst das gleiche Kleid“.⁹¹ Ein Mode-Zyklus in der Nachfolge Laurence Sternes häuft Titel, die die Wortgruppe „empfindsame Reisen“ wiederholen.⁹² Gerade in der Phase der Paratextualisierung der Reihe eröffnen sich Spielräume für marketingstrategische Eingriffe und paratextuelle Kopplungen neuer Bücher an die Modewelle:

Ganz allgemein ist es üblich, dass Autoren, Übersetzer und Verleger ihre Texte zu mobilisieren suchen, indem sie paratextuell Anschluss an Modeerscheinungen auf dem immer stärker umkämpften Buchmarkt herstellen – egal, ob die Aussagen stimmen oder nicht. Solche strategisch kalkulierten Paratexte gewähren Texten

84 Christoph Windgätter: „Vom ‚Blattwerk der Signifikanz, oder: Auf dem Weg zu einer Epistemologie der Buchgestaltung“.
In: *Wissen im Druck. Zur Epistemologie der modernen Buchgestaltung*. Hrsg. von Christoph Windgätter.
Wiesbaden: Harrassowitz 2010, S. 6-52, hier S. 10.

85 Ebd.

86 Genette: *Paratexte*, S. 10.

87 Cahn: „Vom Buch zu Büchern“, S. 148.

88 Ebd.

89 Hier meint der Begriff „ideographische Potenziale der Schrift“ im Sinne einer „Sichtbarmachung von Inhaltsaspekten“. Wolfgang Raible/Sybille Krämer zit. n. Windgätter: „Vom ‚Blattwerk der Signifikanz“, S. 28.

90 Zur Wichtigkeit der peritextuellen Materialität für die Populärliteratur siehe Christian Huck: „Was ist Populärliteratur“.
In: *Kommunikation im Populären*. Hrsg. von Roger Lüdeke. Bielefeld: Transcript 2011, S. 42-66, hier S. 48.

91 Cahn: „Vom Buch zu Büchern“, S. 148.

92 Zur Mode der „empfindsamen Reisen“ vgl. Gerhard Sauder: „Sternes Sentimental Journey und die empfindsamen Reisen in Deutschland“. In: *Reisen und soziale Realität am Ende des 18. Jahrhunderts*. Hrsg. von Wolfgang Griep u. Hans Wolf Jäger. Heidelberg: Winter 1983, S. 302-319; Peter Michelsen: *Laurence Sterne und der deutsche Roman des achtzehnten Jahrhunderts*. Göttingen: Vandenhoeck u. Ruprecht 1962. Zu den Sterne-Moden vgl. u. a. *The Reception of Laurence Sterne in Europe*. Hrsg. von Peter de Voogd u. John Neubauer. New York: Thoemmes Continuum 2004.

parasitäre Teilhabe an erfolgreichen literarischen Produkten und verleihen ihnen Momentum. Ein drastisches Beispiel dafür ist die Geschichte der *Miss Fanny Wilkes* (1766), in der nicht nur der weibliche englische Eigenname im Titel auf die Anglomanie der anonymen Leserschaft setzt, sondern darüber hinaus der dreiste paratextuelle Zusatz „so gut als aus dem Englischen übersetzt“ das paratextuelle Kalkül auf die Spitze treibt.⁹³

Die Wiederholung, die das Innere der modischen Produkte – ihre Inhalte und Struktur – erfasst, wird durch mobile Mikroformate plakativ auch nach außen getragen, was vielen Hypes möglicherweise zum Verhängnis wird. Das Repetitive tritt in mobilisierenden Mikroformaten in einer komprimierten Form, als wahrnehmungsevidenter Extrakt vor die Öffentlichkeit, somit auch vor die Leserschaft, die die modischen Produkte gar nicht gelesen haben, sondern nur darüber. Mikroformate, die im Falle eines Hypes eben nicht dosiert, sondern exzessiv gesendet werden, führen – zumal sie sich inhaltlich wiederholen bzw. gruppieren – auch bei einer kursorischen und auswählenden Lektüre in einem zeitlich gedehnten Nacheinander relativ rasch zur rezeptiven Sättigung mit Nachrichten über die Mode. Die Vermodung der Paratexte – passiere sie nun aus marktökonomischem Kalkül, durch strategische Planung der Marketingabteilungen der Verlage oder durch spontane Tendenz der Reihe, sich durch einen Sprung ins Materielle vor Vergänglichkeit zu retten – kann zur Genrebildung führen oder zur rezeptiven Sättigung, Umwertung und Entropie. Die Verse von Johann Benjamin Michaelis aus dem späten 18. Jahrhundert, die durch donquijoteske Technik das Titel-Mode-Busting poetisch vollziehen, bestätigen – ex post und mit Genrebewusstsein der Späteren gesehen – beide Möglichkeiten:

Ein Modetitel noch, so ist das Werk geschehn,
Empfindungen, Bardiet, Theater, Reverien,
Fragment, Bibliothek, Einfälle, Rhapsodien,
Museum, Wälder, Brief, Anthologie, Versuch –
Aus diesen nimm ein Wort, und setz' es vor ein Buch,
Wenn dann vor seiner Stirn' ein englisch Motto schmettert,
So wird dein Werk verlegt, bezahlt, gekauft, vergöttert.⁹⁴

7. Hyperbel

Dem Hype wird auch in einer anderen Hinsicht die Wiederholung zum Verhängnis. Das Wort ‚Hype‘, bedeutet „übertriebener Werberummel in den Medien (besonders mit Bezug auf die Kulturszene)⁹⁴ und auch „jemand, bzw. etwas, das durch einen übertriebenen Werberummel in den Medien groß herausgebracht wird.“⁹⁵ Liest man das

⁹³ von Merveldt: „Textmobilisierung“, S. 116.

⁹⁴ Johann Benjamin Michaelis: „Die Schriftsteller nach der Mode“ [1766, weitere Ausgabe 1769], zitiert nach: Johann Benjamin Michaelis: *Sämtliche poetische Werke*. Wien: Schraembl 1791. Der Dichter sagt in der Fußnote: „in der vorigen Ausgabe stand: Gedanken, Possen, Trost, Einfälle, kom'sche Bühne, Scherz, Klagen, Zeitvertreib, Zerstreung, Versuch; Ich habe diesen Parachronismus gewagt, weil sich seit dem die Modetitel gar so veränderten; er soll aber der einzige bleiben.“ Den Hinweis auf dieses Gedicht fand ich in: Marie Kristin Hauke: „In allen guten Buchhandlungen ist zu haben ...“. *Buchwerbung in Deutschland im 17. und 18. Jahrhundert*. Inaugural Dissertation, Universität Erlangen Nürnberg 1999, abrufbar über <http://opus4.kobv.de/opus4-fau/frontdoor/index/index/docId/110-d-nb.info/974106186/34> [letzter Zugriff: 1.12.2013].

⁹⁵ *Neuer Wortschatz: Neologismen der 90er Jahre im Deutschen*. Hrsg. von Dieter Herberg. Berlin: de Gruyter 2004, S. 159. Laut Herberg ist ‚Hype‘ ein Neulexem und seit der Mitte der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts in Gebrauch.

Wort etymologisch auf „jene Schlüssel- und Wurzelworte, aus denen es entfaltet ist“⁹⁶ zurück, stößt man auf das griechische Steigerungspräfix ‚hyper-‘ und das Wort ‚Hyperbel‘, die in seine Genese hineinspielen.⁹⁷ Zwischen Hype und dem literarischen Tropus existiert eine semantische Schnittmenge (die gemeinsame Bedeutung: Übertreibung), aber auch eine darunterliegende ‚mechanische‘. Sowohl Hype als auch Hyperbel basieren auf Wiederholung. Der russische Symbolist, Dichter, Kunstphilosoph und Literaturtheoretiker Andrej Belyj betont in seinem Buch *Masterstvo Gogolja*, dass die Wiederholung (*povtor*) die Hyperbel Gogol's generiert: „die Hyperbel“, so Belyj, „ist der Wiederholung fast immanent“.⁹⁸

Die „Wiederholung von Merkmalen und Bezeichnungen“ (*grupa povtorov*) funktioniert als semantischer Verstärker (*priem usilenija*) und damit als Hyperbel, die Belyj [...] als „Tendenz zur Verstärkung der Vorstellungen“ (*tendencija k usileniju predstavlenij*) definiert [...]: Die *figura povtora* ermöglicht die *figura giperboly*, v.a. dann, wenn durch die Wiederholung von Wörtern (die Häufung identischer Merkmale) eine ‚hyperbolische Synekdoche‘ [...] entsteht, die den beschränkten, banalen, „niedrigen“ Mikrobereich und seine Merkmale durch quantitative Vervielfältigung (von *meloc̄i, pošlosti*) zu einem Makrobereich (Stadt, Staat, Welt, Kosmos) grotesk steigert.⁹⁹

Wenn ein Hype konstante Einheiten – etwa den Namen Daniel Kehlmann – quantitativ redupliziert, so determiniert dies, dass Daniel Kehlmann Bedeutung zugewiesen wird. Der Feuilleton-Hype steigert den Titel *Axolotl Roadkill* in einer repetitiven Wiederholungsschleife der Referenzen auf ihn qualitativ und wertet ihn semantisch auf, bringt ihn ‚groß‘ heraus. Die Wiederholung übertrifft immer, was gesetzt war. Doch auch in der semantischen Steigerungsschleife des Hypes gibt es einen Moment des Umschlags, in dem Übertreibung in ihr Gegenteil kippt. Mikhail Epstein, erläutert die für den Hype charakteristische Inversion in seinen Ausführungen zum dem Präfix ‚hyper‘.

Let us return to the initial meaning of the prefix „hyper“. Unlike the prefixes „over-“ and „su[pe]r-“, it designates not simply a heightened degree of the property it qualifies, but a superlative degree which exceeds a certain *limit*. (The same meaning is found in words like „hypertonia“, „hypertrophy“, „hyperinflation“, „hyperbole“ ...) This excess is such an abundant surplus of the quality in question that in crossing the *limit* it turns into its own antithesis, reveals its own illusionary nature. The meaning of „hyper“, therefore, is a combination of two meanings: „super“ and „pseudo.“ „Hyper“ is such a „super“ that through excess and transgression it undermines its own reality and reveals itself as „pseudo.“ By negation of a thesis, the revolutionary antithesis grows into „super“ but finally exposes its own derivative and simulative character.

[...]

The „hyper“ is the „other“ of the initial quality („thesis“), its „second order“ reality, its virtual intensity. The excess of quality turns into the illusion of this quality whereas its opposite, which was intently negated, actually becomes heightened.¹⁰⁰

-
- 96** Aage A. Hansen-Löve: „Entfaltung, Realisierung“. In: *Glossarium der russischen Avantgarde*. Hrsg. von Aleksandar Flaker. Graz/Wien: Droschl 1989, S. 188-211, hier S. 194.
- 97** Die Etymologie des Wortes ist verworren. Der Eintrag im *Online Etymology Dictionary* lautet: „hype (n.) 'excessive or misleading publicity or advertising,' 1967, American English (the verb is attested from 1937), probably in part a back-formation of hyperbole, but also from underworld slang sense 'swindle by overcharging or short-changing' (1926), a back-formation of hyper 'short-change con man' (1914), from prefix hyper- meaning 'over to 'excess'. Also possibly influenced by drug addicts' slang hype, 1913 shortening of hypodermic needle. Related: Hyped; hyping. In early 18c., hyp 'morbid depression of the spirits' was colloquial for hypochondria (usually as the hyp or the hyps).“ In: *Online Etymology Dictionary*, http://www.etymonline.com/index.php?term=hype&allowed_in_frame=0 [letzter Zugriff: 5.12.2013].
- 98** Zitiert nach Aage A. Hansen-Löve: : *Der russische Formalismus*, S. 134.
- 99** Ebd.
- 100** Mikhail Epstein: „Hyper in 20th Century Culture: The Dialectics of Transition from Modernism to Postmodernism“. In: *Left Curve* (Oakland, CA), 1997, S. 5-16. Zitiert nach Online Ausgabe (o.S.), unter <http://www.leftcurve.org/lc21webpages/hyper.html> [letzter Zugriff: 8.12.2013].

Diese Bewegung, mit der sich ein Hypezyklus schließt, bezeichnet die Alltagssprache als ‚Viel Hype um nichts‘.

8. Schlussbemerkungen

Im Gegensatz zur traditioneller Einflussforschung und dem spekulativen genetischen Zugang, der auf die Frage der Herkunft literarischer Stoffe, Motiven, Verfahren und Strukturen fokussiert, schlägt die literaturwissenschaftliche Untersuchung der Modezyklen, in die die literaturbetrieblichen Praktiken hineinspielen, jenen Weg ein, den Viktor Vinogradov in den 20^{er} Jahren angeregt hat, nämlich den Weg „zum Künstler von hinten herum“, bzw. „die Rekonstruktion eines Werkes aus den Reaktionen seiner „unmittelbaren Nachfolger“, darunter der Epigonen und der Schüler¹⁰¹, der Verwerter und der *reenactors*. Moderne Literatur erscheint aus dieser Perspektive nicht als Werk von Einzelpersonen, sondern als Ergebnis eines kollektiven Schaffens, u.a. von Literaturbetriebspraktiken. Eine noch zu schreibende Geschichte und Theorie der Literaturmoden käme einer Literaturtheorie/Literaturgeschichtsschreibung nahe, die nicht isolierte Textobjekte, sondern Streuungsmechanismen und Verflechtungsprozesse in den Mittelpunkt stellt: „not works but networks“¹⁰², nicht Autoren, sondern Kollektive, nicht Linearität, sondern Zyklichkeit.

101 Vgl. Hansen-Löve: *Der russische Formalismus*, S. 301.

102 Vgl. Roland Greene: „Not Works but Networks. Colonial Worlds in Comparative Literature“. In: *Comparative Literature in an Age of Globalisation*. Hrsg. von Haun Saussy. Baltimore: Johns Hopkins Univ. Press 2006, S. 212-223.

Der Deutsche Buchpreis: Konzept, Ziel und Vergabepaxis

I

Pierre Bourdieu konzipiert das literarische Feld als sozialen Raum, der von Akteuren geprägt ist, die um die Positionierung und Legitimierung von kulturellen Gütern kämpfen. Es ist ein „Kräftefeld, das auf alle einwirkt, die es betreten [...]“; und zugleich ist es eine Arena, in der Konkurrenten um die Bewahrung oder Veränderung dieses Kräftefeldes kämpfen.¹ Die Grundsituation im literarischen Feld ist also die des Wettbewerbs um Aufmerksamkeit und Wertschätzung: Autoren konkurrieren um die positive Wahrnehmung ihrer literarischen Programme, Verlage werben um Leserinnen und Leser. Solche Positionskämpfe werden auf der Seite der Literaturproduzenten oft über die Paratexte analytisch greifbar: Klappentexte, Coverdesigns, kommentierende Interviews, Buchtrailer und insgesamt die mediale Präsentation von Autor und Text geben Aufschluss über Positionierungsabsichten. Die Akteure auf der Rezeptionsseite – die Literaturkritik sowie die großen Literaturpreisvergabeinstitutionen – sind wichtiger Bestandteil des Wettbewerbs um Kapital und Aufmerksamkeit. Besonders Literaturpreisvergabeinstitutionen nehmen hier eine zentrale Stellung ein, was sich an den drei wesentlichen Funktionen von Preisvergaben zeigt:² Sie sind *erstens* Förderinstrumente, die es Schriftstellerinnen und Schriftsteller ermöglichen, ihre Projekte zu realisieren. *Zweitens* machen sie Literatur sichtbar, insofern zielen öffentliche Literaturpreisvergaben auf die Erzeugung von (medialer) Aufmerksamkeit für einzelne Autoren, Autorengruppen oder die Literatur insgesamt ab. *Drittens*: Literaturpreise haben eine literaturpolitische Funktion. Sie *verstärken* bestimmte Positionen, vermehren symbolisches Kapital, bestätigen und legitimieren Literaturprogramme und sprechen ihnen eine besondere ästhetische oder gesellschaftspolitische Wertigkeit zu.³

Literaturpreise fungieren also grundsätzlich als „Auslese- und Bestätigungsinstanzen“ im Konkurrenzkampf um „kulturelle Legitimierung“.⁴ Ihre Machtposition speist sich aus der Tatsache, dass sie wesentliche Instanzen des Feldes zusammenbringen: Preisstifter, Verlage, Literaturkritiker, Autoren, Medien.⁵ Die Legitimierung eines Autors oder seines Werks hat aufgrund dieser akkumulierten Meinungsmacht ein besonders großes

1 Pierre Bourdieu: *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Übersetzt von Bernd Schwibs und Achim Russer. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1999, S. 368.

2 Hier folge ich den Ausführungen von Christoph Jürgensen, der diese drei Funktionen als soziale, kulturpolitische und repräsentative Funktionen bezeichnet und erläutert. Christoph Jürgensen: „Ihre Fragen sind unsere Fragen“. Der Deutsche Buchpreis und seine Preisträger(innen)“. In: *Gegenwart des Konservatismus in Literatur, Literaturwissenschaft und Literaturkritik*. Hrsg. von Maïke Schmidt. Kiel: Ludwig 2013, S. 321-340, hier S. 323-324.

3 Vgl. Bernhard Dücker: „Literaturpreise“. In: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 154 (2009), S. 54-76, hier S. 58.

4 Pierre Bourdieu: *Zur Soziologie der symbolischen Formen*. Übersetzt von Wolf H. Fietkau. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1970, S. 79.

5 Vgl. Jürgensen: „Ihre Fragen sind unsere Fragen“, S. 322. Bernhard Dücker spricht in diesem Zusammenhang von einer „privilegierten Funktion“ von Literaturpreisen, weil sie „das literarische Feld für Interessenkoordinaten von außen“ öffnen. Dücker: „Literaturpreise“, S. 66.

Gewicht. Dem Preisträger bzw. der Preisträgerin wird eine Wertschätzung zuteil, die offensichtlich konsensfähig ist – insofern zeigen Preisvergaben, welche Literatur unter bestimmten gesellschaftspolitischen und kulturellen Vorzeichen als qualitativ hochwertig erachtet wird. Über Preisvergaben können deshalb zum einen Formationsprozesse in literarischen Feldern über längere Zeiträume bestimmt werden; zum anderen eignen sich Preisvergaben dazu, Positionierungsprozesse, wie sie sich im komplexen Zusammenspiel von verschiedenen Akteuren des Betriebs vollziehen, analytisch nachzuvollziehen. Dies gilt besonders für große Preise wie den *Deutschen Buchpreis*, weil hier die Nobilitierung von Literatur öffentlich, für jedermann sichtbar und flankiert durch eine extensive mediale Berichterstattung stattfindet.

Wenn im Folgenden der Deutsche Buchpreis, der derzeit wohl einflussreichste Literaturpreis im deutschsprachigen Raum, näher beleuchtet wird, so geht es um genau diese beiden Dimensionen: die längerfristigen Tendenzen, die sich nach elf Jahren Deutscher Buchpreis erkennen lassen, einerseits und die punktuelle Analyse von Inszenierungs- und Positionierungsprozessen, die sich im Verfahren der Buchpreisvergabe bestimmen lassen, andererseits. Nachdem ich in einem *ersten Schritt* die Selbstpräsentation des Akteurs ‚Deutscher Buchpreis‘ erläutert habe, wird in einem *zweiten Schritt* das Zusammenspiel verschiedener Instanzen des Literaturbetriebs im Prozess der Preisvergabe genauer untersucht. Hierbei soll es vor allem um Begründungszusammenhänge gehen: Welche Qualitäten werden den Gewinnerinnen und Gewinnern bescheinigt? Inwiefern bestätigt und verstärkt die Prämierung bestimmter Romane diejenigen ästhetisch-inhaltlichen Werturteile, die die Literaturkritik bereits als Qualitäten dieser Texte angeführt hat? Diese den Romanen zugeschriebenen Qualitäten können dann wiederum – und dies bildet den *dritten Schritt* meiner Ausführungen – als Grundlage einer literaturanalytischen Reflexion der prämierten Texte dienen. Können bestimmte Werturteile der Jury analytisch präzisiert werden? Welche Qualitäten teilen die Gewinnertexte also aus literaturwissenschaftlicher Perspektive? Lässt sich aus der Vergabepaxis über die Jahre ein Muster erkennen, das Aufschluss darüber gibt, welche literarischen Konzepte der Buchpreis literaturpolitisch befördert?

II

Der Deutsche Buchpreis ist ein besonderer Preis, denn er wird gleichsam von der gesamten Buchbranche verliehen. Ins Leben gerufen vom *Börsenverein des Deutschen Buchhandels* im Jahre 2005, vergibt er seither das Qualitätsprädikat ‚bester deutschsprachiger Roman des Jahres‘. Durch starke Medienpräsenz in den 11 Jahren seines Bestehens hat er es geschafft, ein markantes Profil zu entwickeln, Medienmacht zu bündeln und damit im Spektrum der unzähligen Preise, die jedes Jahr im deutschsprachigen Raum vergeben werden, eine strategische Schlüsselstelle im Literaturbetrieb zu besetzen.

Diese starke Position, die er von Beginn an angestrebt hat, zeigt sich im Vergleich zur Inszenierungspraxis anderer Preise: Denn auch Literaturpreise stehen in Konkurrenz zueinander, sie bilden ihr Profil durch Abgrenzung von anderen Preisen aus. Die jeweilige Position eines Preises im Spektrum möglicher Positionierungen lässt sich über die Beschreibung der Milieustruktur Deutschlands bestimmen, die das Sinus-Institut regelmäßig erforscht. In dieser Studie werden die Lebensstile und Werthaltungen der

Deutschen⁶ sowie ihr ästhetisches Konsumverhalten erforscht, beides wird grafisch in einem Positionierungsmodell abgebildet. Dieses Modell stellt gleichsam eine „strategische Landkarte“ dar, in der „Produkte, Marken, Medien positioniert werden“ können.⁷ Diese Landkarte spannt sich zwischen den Polen „Festhalten, Bewahren, Tradition“ einerseits und „Machen & Erleben, Neuorientierung, Grenzen überwinden“ andererseits auf.⁸ Auf der Grundlage des Modells können auch Literaturevents einsortiert werden. Um Beispiele aus dem Bereich der Literaturpreise zu nennen: *Der Literaturpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung* ehrt Autoren, deren Texte sowohl „von politisch-gesellschaftlicher Bedeutsamkeit“ wie auch „von ästhetisch-literarischer Qualität zeugen“.⁹ Die Prämierten sollen nach den Statuten der Preisstifter „Orientierungsinstanzen in Zeiten des Wertewandels“ sein.¹⁰ Der Preis fördert demnach eine Literatur, die sich im Bereich *konservativ, traditioneller* Lebensentwürfe befindet. Der Literaturpreis *open mike* der Literaturwerkstatt Berlin hingegen – ein Preis für literarische Newcomer – begreift die Literatur als Event und fördert die Verbreitung von nationaler und internationaler Poesie, besonders in Verbindung mit anderen Künsten. Der Preis richtet sich also eher an erlebnisaffine Milieus, deren alltagsästhetische Präferenz an den Werten *Machen & Erleben* sowie *Grenzen überwinden* orientiert ist.

Sprechen diese beiden Preise also spezifische Zielgruppen an den Rändern des soziologischen Positionierungsmodells an, so geht es dem Deutschen Buchpreis um die breite Mitte. Laut Angaben der Buchpreis-Initiatoren zielt die Preisvergabe nämlich darauf ab, möglichst viel Resonanz für das Medium Buch zu generieren: „Ganz gleich, ob am Ende die Entscheidung der Jury auf Zustimmung stößt“, so Gottfried Honnefelder, langjähriger Vorstand des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, „der Gewinner ist in jedem Fall die Literatur. Sie gewinnt Aufmerksamkeit und mit der Aufmerksamkeit nötige Leser.“¹¹ Diese Aufmerksamkeit solle nach Honnefelder wie folgt erzeugt werden: „Was dem literarischen Feld seine Dynamik verleiht, ist ohne Zweifel der *Wettbewerb* um das beste Buch.“¹² Um breite Aufmerksamkeit herzustellen, setzen die Buchpreis-Macher also auf den Eventcharakter,¹³ der auf ein breites Medienecho abzielt. Dieses Ziel findet in einem Vergabeverfahren Ausdruck, das versucht, die Aufmerksamkeit der Literaturszene durch ein „engmaschiges Netz aus Buchpreishöhepunkten zu gewinnen: Bekanntgabe der Jury im Februar, Longlist im August, Shortlist im September, Preis im Oktober.“¹⁴ Jeder dieser Höhepunkte erfährt mediale Aufmerksamkeit, wohingegen die eigentliche Preisverleihung eher kurz ausfällt. Nach einer Stunde ist die in gediegener Atmosphäre im Frankfurter Römer stattfindende

6 <http://www.sinus-institut.de/sinus-loesungen/sinus-milieus-deutschland/> [letzter Zugriff: 19.3.2016].

7 http://www.sinus-institut.de/fileadmin/user_data/sinus-institut/Bilder/sinus-mileus-2015/2015-09-25_Informationen_zu_den_Sinus-Milieus.pdf [letzter Zugriff: 16.3.2016].

8 <http://www.sinus-institut.de/sinus-loesungen/sinus-milieus-deutschland/> [letzter Zugriff: 19.3.2016].

9 <http://www.kas.de/wf/de/71.4201/> [letzter Zugriff: 19.3.2016].

10 Ebd.

11 Gottfried Honnefelder: „Einladung in die Welt des Romans“. In: *Deutscher Buchpreis 2009. Longlist Leseprüfungen*. Hrsg. vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels, S. 7-8.

12 Begrüßungsrede von Gottfried Honnefelder zur Verleihung des Deutschen Buchpreises 2009. Archiv des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels.

13 Vgl. Ingo Irsigler/Gerrit Lembke: „The winner takes it all. Der Deutsche Buchpreis im Profil“. In: *Spiel, Satz und Sieg. 10 Jahre Deutscher Buchpreis*. Hrsg. von Ingo Irsigler u. Gerrit Lembke. Berlin University Press 2014, S. 14.

14 Ebd., S. 19.

Preisvergabe beendet. Anschließend beginnt die Frankfurter Buchmesse und mit ihr das Schaulaufen des Siegers und der Shortlist-Kandidaten.¹⁵

Diese Medienoffensive hat offensichtlich Erfolg: Arno Geigers *Es geht uns gut* – der erste Gewinner des Buchpreises – hatte sich vor der Preisverleihung gut 2.000 mal verkauft; bis Dezember 2005 wuchs die Zahl der verkauften Exemplare auf 100.000. Katharina Hackers *Habenichtse* erreichte nach der Vergabe des Deutschen Buchpreises Platz 1 der Spiegel-Bestseller-Liste, gleiches gilt für die Gewinnerromane von Julia Franck, Uwe Tellkamp und Eugen Ruge. Im Fall der *Mittagsfrau* wurden nach Angaben des Verlags innerhalb von 24 Stunden 55.000 Exemplare verkauft, bis zum 11. Dezember des Jahres 2007 waren es bereits 266.000 Exemplare. Noch beeindruckender sehen die Zahlen im Fall von Uwe Tellkamps *Der Turm* aus, der 2008 den Buchpreis gewonnen hat: Bis zum 12. Dezember war eine Auflage von 450.000 Exemplaren erreicht.¹⁶

Diese Zahlen belegen, dass der Buchpreis kein Nischenpreis sein will; er inszeniert sich stattdessen selbstbewusst als *der* Deutsche Literaturpreis – eine Zielsetzung, die Gottfried Honnefelder anlässlich der Preisverleihung im Jahre 2006 klar formuliert hat:

Es war kein geringes Unterfangen, einen mit dem Anspruch eines Deutschen Buchpreises versehenen literarischen Preis ins Leben zu rufen. Denn dies hieß nicht weniger als einen für deutsche Literatur zu vergewöhnenden Preis in die Reihe der hochangesehenen literarischen Preise unserer Nachbarsprachkulturen wie den Prix Goncourt oder den Man Booker Prize zu stellen. Wird dies gelingen? Wird die deutsche Gegenwartsliteratur den Test aushalten, dem die englische und französische seit langem, Jahr für Jahr, ausgesetzt ist? Gibt es die Kultur der Leser und Kenner, die zu dem Echo notwendig ist, wie es ein nationaler Preis erfordert?¹⁷

Die angestrebte Position als Nationalpreis in der Mitte der Gesellschaft wird überdies an der bisherigen Nominierungspraxis sichtbar. Das Qualitätssiegel *besten deutschsprachiger Roman des Jahres* kommt – dies zeigt ein Blick auf die Nominierungslisten – nicht für extreme Literaturkonzepte in Betracht: So finden sich auf den Listen genauso wenig Vertreter avantgardistischer Literaturkonzepte wie Romane aus dem Segment der Trivalliteratur. Der Preis richtet sich vielmehr an Leserinnen und Leser der modernen Milieus der Mitte. Die Bandbreite dieser Zielgruppe bildet sich regelmäßig in der Zusammensetzung der Shortlist ab: Im Jahre 2006 finden sich dort zum Beispiel neben der späteren Gewinnerin Katharina Hacker Thomas Hettches *Woraus wir gemacht sind*, Ingo Schulzes Wendeepos *Neue Leben*, Martin Walsers *Angstblüte*, Saša Stanišićs *Wie der Soldat das Grammophon repariert* sowie *Der Weltensammler* von Ilija Trojanow. Alle diese Romane sind in ästhetischer Hinsicht recht konventionell und überdies weisen sie erkennbar thematische Schnittmengen auf, etwa was den Bezug der Romane auf historische oder gesellschaftspolitische Problemdimensionen angeht. Präzisieren lässt sich die Position des Preises in der gesellschaftlichen Mitte, wenn man sich die einzelnen Nominierten etwas genauer ansieht: Dass etwa ein Autor wie Thomas Hettche die *Mitte* anspricht, ergibt sich zumindest aus seiner Selbstpräsentation im Literaturbetrieb. Im Falle von Hettche, der

15 Vgl. Swaanitje Otto: „Rotwein statt rotem Teppich. Der Ritualcharakter des Deutschen Buchpreises“. In: *Spiel, Satz und Sieg. 10 Jahre Deutscher Buchpreis*. Hrsg. von Ingo Irsigler u. Gerrit Lembke. Berlin University Press 2014, S. 57-69, hier S. 65-66.

16 Irsigler/Lembke: „The winner takes it all“, S. 22-23.

17 Die Begrüßungsrede von Gottfried Honnefelder zur Verleihung des Deutschen Buchpreises 2006 stammt aus dem Archiv des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels.

mittlerweile bereits einmal auf der Longlist und zweimal auf der Shortlist vertreten war, zeigt ein Abgleich zwischen früheren und späteren Texten eine zunehmende Tendenz zum konventionellen Erzählen. Waren die frühen Texte *Ludwig muß sterben* (1989) und *Nox* (1995) eher einer avantgardistischen Ästhetik verpflichtet, sind seine für den Buchpreis nominierten Romane viel traditioneller erzählt. So stellt der Klappentext von Hettches Debütroman *Ludwig muß sterben* „eine komplexe, avantgardistische Lektüre-Herausforderung in Aussicht“:¹⁸

Aus der Wirklichkeit der Worte und der Irrealität des Realen entwickelt der junge Autor seinen ersten Roman: Die von einem namenlosen Ich-Erzähler monomanisch mitgeteilte Geschichte [...] umschließt wie ein Äußeres den Monolog dieses Ichs, dessen suggestiver Sprachsog eine Wort-Welt schafft, die sich Grenzbereichen der Wahrnehmung öffnet und aus der Ordnung der Dinge und der Vernunft entführt in Figuren der Wörter.¹⁹

Hettches im Jahr 2010 erschienener Roman *Die Liebe der Väter* präsentiert sich hingegen als vergleichsweise realistische Erzählung, in der ein gesellschaftlich virulentes Problem behandelt wird: „Peter hat eine Tochter, aber das Sorgerecht für sie hat er nicht. Annika war zwei, als er und ihre Mutter sich trennten. Seitdem gerät jede elterliche Absprache zum Machtkampf um die inzwischen dreizehnjährige Annika.“²⁰ Die paratextuelle Inszenierung der Texte demonstriert, dass der Autor von der Peripherie zunehmend in die Mitte des Feldes gerückt und dadurch, so ließe sich pointiert sagen, überhaupt erst Buchpreis-tauglich geworden ist.

III

Deutlich dürfte bis hierhin geworden sein, dass der Deutsche Buchpreis eine zentrale Position im Literaturbetrieb anstrebt. Er inszeniert sich als deutschsprachiger Nationalpreis, dem es um eine besonders starke Resonanzkraft geht. Diese Resonanz lenkt die Aufmerksamkeit auf das Prädikat *bester deutschsprachiger Roman des Jahres*. Der Preis stellt also alljährlich eine mediale Bühne bereit, auf der jene entscheidende Frage gestellt wird, die Literaturkritik grundsätzlich bestimmt: Die Diskussion über die Frage, welche Qualitäten Literatur haben muss. Als Legitimierungsinstanz für solche Qualitäten orientieren sich die Buchpreis-Macher hier an bereits vorhandenen Positionen; sie bestätigen und verstärken bestimmte Qualitäten, indem sie diese Qualitäten medienwirksam als auszeichnungswürdig behaupten.

Wie sich im Kontext der Preisvergabe Positionierungsstrategien verschiedener Feldakteure wechselseitig verstärken, wie der Preis einerseits seinen Preisträger aufwertet, andererseits die vermeintlichen Qualitäten des Siegers wiederum das Profil des Preises konturieren, lässt sich – dies weist Christoph Jürgensen in seinem Aufsatz „Ihre Fragen sind unsere Fragen“ eindrucksvoll nach – an der Preisvergabe für Uwe Tellkamps Roman *Der Turm* aus dem Jahre 2008 skizzieren.²¹ Im Falle von Tellkamp lässt sich ein beeindruckender Gleichklang zwischen schriftstellerischer Inszenierung, Rezeption

18 Ingo Irsigler: „Back to the Roots: Konventionelles Erzählen bei Thomas Hettche“. In: *Gegenwart des Konservativismus in Literatur, Literaturwissenschaft und Literaturkritik*. Hrsg. von Maike Schmidt. Kiel: Ludwig 2014, S. 42-60, hier S. 46.

19 Thomas Hettche: *Ludwig muß sterben*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1989.

20 Thomas Hettche: *Die Liebe der Väter*. Köln: Kiepenheuer u. Witsch 2010.

21 Vgl. Jürgensen: „Ihre Fragen sind unsere Fragen“, S. 333-340.

durch die Literaturkritik und Vergabepaxis des Buchpreises beobachten. Rückt bereits der Paratext den Roman in die Nähe von Thomas Manns berühmten Familienroman *Buddenbrooks*, so setzt sich diese Analogie in der Medienberichterstattung fort: Im Lesesaal der *FAZ* wird das Buch als „quicklebendige Auseinandersetzung mit der literarischen Tradition“ bewertet. Tellkamps *Turm* wäre ohne „Goethe, Proust, Thomas Mann nicht denkbar, was seine Leistung nicht schmälert, ganz im Gegenteil.“²² In Folge der Nominierung für die Shortlist „bot der Spiegel Tellkamp ein Forum zur Bestätigung“ dieser Inszenierung: „In der Rubrik *Das Buch meines Lebens* stellte er nämlich den *Zauberberg* vor“.²³ Der Akteur Deutscher Buchpreis reiht sich schließlich in diese Inszenierungspraxis ein. Nominierung und Prämierung als bester deutscher Roman des Jahres 2008 erfolgen implizit unter Hinweis auf die Verwandtschaft zwischen Tellkamp und Thomas Mann: Im Präsentationsfilm des Buchpreises, der während der Preisvergabe die Nominierten der Shortlist vorstellt, wird etwa von der „Dresdner Zauberberggesellschaft“ gesprochen, „flankiert von einer Interview-Sequenz, in der Tellkamp sich erinnert, dass ihm die Realität der DDR retrospektiv wie ‚verzaubert‘ erschienen sei.“²⁴ Kurzum: Das Beispiel Tellkamp zeigt eine erstaunliche Homologie von Vermarktungs- und Rezeptionsstrategien. Durch die Referenzen auf Thomas Mann wird eine Wertigkeit des Romans *Der Turm* behauptet, die durch die Vergabe des Buchpreises anerkannt und legitimiert wird; die von Autor und Verlag behaupteten Qualitäten werden in diesem Prozess medial zunehmend sichtbar. Davon hat der Akteur Buchpreis übrigens auch etwas: Der Autor erscheint in der Öffentlichkeit fortan als deutscher *Nationalschriftsteller* (ganz in der Tradition Manns),²⁵ über seine Auszeichnung schärft der Deutsche Buchpreis im Sinne seines Selbstverständnisses sein Profil als *Nationalpreis*.²⁶

Nicht nur im Falle von Uwe Tellkamp zeigt sich ein breiter medialer Konsens bezogen auf die Nominierten. Ein Blick auf die Jurybegründungen einerseits, die öffentlichen Diskussionen der Gewinnertexte nach ihrem jeweiligen Erscheinen andererseits, lässt in dieser Hinsicht prägnante diskursive Muster erkennen: Die Texte werden in der Regel für genau diejenigen Werte ausgezeichnet, die die Literaturkritik als grundsätzliche Qualitäten einer modernen Gegenwartsliteratur wünscht.²⁷ Ein Blick auf die Jurybegründungen zeigt zum einen, dass bei der bisherigen Nominierungspraxis des Deutschen Buchpreises jeweils ähnliche Qualitäten honoriert worden sind: Viele der bisherigen Preisträger wurden für ihre ernsthafte, die Probleme der gesellschaftlichen Wirklichkeit abbildende und analysierende Literatur gewürdigt, die sich zudem geschichtsbewusst präsentiere. Um zwei Beispiele zu nennen: Arno Geiger gelinge es, so urteilte die Jury,

22 http://lesesaal.faz.net/deutscherbuchpreis/leser_forum.php?rid=11 [letzter Zugriff 12.4.2016].

23 Jürgensen: „Ihre Fragen sind unsere Fragen“, S. 339.

24 Und auch die offizielle Jurybegründung enthält Hinweise auf große Literaturentwürfe der Vergangenheit: Wenn hier von der *bürgerlichen Familie* die Rede ist, wird aufgrund der Selbstverortung des Textes unweigerlich die Tradition des bürgerlichen Familienromans aufgerufen.

25 Vgl. Eckhard Fuhr: „Darauf war ich nicht gefasst“. In: *Die Welt* vom 30.9.2012. Hier heißt es: „Mit *Der Turm* avancierte Uwe Tellkamp zu einer Art neuem Nationalschriftsteller.“

26 Dücker: „Literaturpreise“, S. 67. „Da Konsensproklamation und Ehrung öffentlich aufgeführt werden, haben beide Handlungen tendenziell gleiche Wirkungen für Autor und Institution. Beide erhalten Publizität, was ihr Prestige steigern [...] kann.“

27 Interessanterweise gab es immer wieder kontroverse Debatten über den Deutschen Buchpreis an sich, nicht aber über die Qualität der Gewinnertexte. Zur Kritik am Deutschen Buchpreis vgl. Corinna Haug: „Bitte nicht füttern! Zur Kritik am Deutschen Buchpreis“. In: *Spiel, Satz und Sieg. 10 Jahre Deutscher Buchpreis*. Hrsg. von Ingo Isigler u. Gerrit Lembke. Berlin University Press 2014, S. 83-96.

„Vergänglichkeit und Augenblick, Geschichtliches und Privates, Erinnern und Vergessen in eine überzeugende Balance zu bringen“²⁸, und Katharina Hackers Text führe ihre Figuren „durch Geschichtsräume und in Problemfelder der unmittelbarsten Gegenwart“. Ihr Text versuche, „drängende Zeitfragen in Geschichten aufzulösen, die sich mit den plakativen Antworten von Politik und Medien nicht zufrieden geben“.²⁹ Die Juryurteile – und hier ließen sich weitere als Beleg anführen – begründen die jeweilige Wahl demnach mit der Relevanz der Texte, wobei in diesem Zusammenhang der Hinweis auf die Relevanz von Literatur schlechthin besonders interessant erscheint: In fiktionalen Erzählungen, so wird etwa in der soeben zitierten Jurybegründung zu Hackers *Habenichtsen* evoziert, lassen sich drängende Zeitfragen besser beantworten als im politischen Diskurs. Auf diese Weise wird der Eigenwert von Fiktionen betont, die sich mit historischen Themen und gesellschaftlichen Problemen der Gegenwart beschäftigen.³⁰

Dieses Bedürfnis nach einer problemorientierten Literatur zeigt sich vielfach schon in der Erstrezeption der Gewinnertexte des Buchpreises, d.h. in Rezensionen, die vor der Nominierung verfasst worden sind. So wurden bspw. Katharina Hackers *Die Habenichtse* und Julia Francks *Die Mittagsfrau* genau jene axiologischen Werte zugeschrieben, die später von den Buchpreisjurs bestätigt wurden. Hackers *Habenichtse* – so schreibt die *Welt* – zeichne ein „schonungsloses Porträt der Wohlstandskinder der Bonner Republik“;³¹ Hacker schreibe über „zwischenmenschliche Kälte und den seelischen Bankrott der Gesellschaft“;³² sie sei eine engagierte, Position beziehende Schriftstellerin, die „Gegenwart als historischen Erinnerungs- und Bedeutungsspende“ begreife.³³ Und wie später die Buchpreisjury lobt schon die Kritik nach Erscheinen des Buches, dass die Fiktion den Werteverlust der Gesellschaft prägnanter beschreibe als „Soziologen und Psychologen.“³⁴

Der Deutsche Buchpreis legitimiert die Wahl der Gewinner also genau durch jene Werte, die bereits an anderer Stelle als Qualitäten der Texte gewürdigt wurden. Die Berichterstattung nach der Buchpreisvergabe verstärkte dann in der Regel diese Qualitäten nochmals. So urteilt die *Welt* über das Nominierungsverfahren im Jahre 2006: Die deutsche Gegenwartsliteratur müsse den

Vergleich mit den Erzeugnissen der Gruppe 47 nicht scheuen [...]. Vielmehr wird offensichtlich: Von den Anderschs, Grass' und Bölls führt ein gerader Weg zu Hacker und den übrigen Finalisten – zu Thomas Hettche, Ingo Schulze, Saša Stanišić und Ilija Trojanow. Denn was wäre [...] heute groß anders als damals? Wie die Alten lesen die Jungen ihrer Generation die Leviten, [...] stellen sich den drängenden Problemen

28 <http://www.deutscher-buchpreis.de/> [Jurybegründung 2005, letzter Zugriff: 16.3.2016].

29 <http://www.deutscher-buchpreis.de/> [Jurybegründung 2006, letzter Zugriff: 16.3.2016].

30 Dieses Bedürfnis nach relevanten Gegenwartsromanen hat der Deutsche Buchpreis nicht erzeugt, sondern er hat vielmehr eine Tendenz verstärkt, die es im literarischen Feld ohnehin schon gab. Die Rede von einer „problemorientierten und wirklichkeitsnahen Literatur prägt den öffentlichen Literatur-Diskurs bereits seit Ende der 1990er. Und seit den Terroranschlägen von 9/11 hat sich diese zu einem allgemeinen Abgang auf literarische Konzepte der Popliteratur und Postmoderne verdichtet, die für Infantilismus, Oberflächlichkeit und ihre spielerische Beliebigkeit zunehmend verurteilt werden. Exemplarisch lässt sich diese nach 9/11 geführte Diskussion an einem ‚Positionspapier‘ demonstrieren, das den offensiven Titel *Relevanter Realismus* trägt.“ Irsigler/Lembke: „The winner takes it all“, S. 25. Vgl. auch Jürgensen: „Ihre Fragen sind unsere Fragen“, S. 330.

31 Wieland Freund: „Mondäne Scheinwelt“. In: *Die Welt* vom 4.10.2006.

32 Kerstin Schneider: „Die plötzliche Konfrontation mit der Wirklichkeit“. In: *Handelsblatt* vom 7./8./9.12.2006.

33 Vgl. Carsten Heuck: „Die Welt in einem Wassertropfen“. In: *Financial Times Deutschland* vom 16.5.2006.

34 Schneider: „Die plötzliche Konfrontation mit der Wirklichkeit“.

unserer Zeit, den religiösen, ethnischen und weltpolitischen Verwerfungen [...], und arbeiten sich an der deutschen Geschichte ab.³⁵

Durch den hergestellten Generationenzusammenhang zwischen den nach 1945 debütierenden Schriftstellern der Gruppe 47 und ihren *Enkel_innen* wird die Literatur von Hacker & Co überdies in einen literaturhistorischen Traditionszusammenhang gestellt. In ganz ähnlicher Form passiert dies ein Jahr später, wenn über Julia Francks Gewinnerroman *Die Mittagsfrau* geschrieben wird: „In einigen Momenten glaubt man, Grass zu lesen oder Johnson.“³⁶ Das mit den Klassikern des Nonkonformismus verbundene Kapital wird symbolisch eingesetzt, um die deutsche Gegenwartsliteratur aufzuwerten. Auch hier lässt sich also eine Übereinstimmung zwischen Handlungspraktiken von Kritik und Buchpreisjury feststellen. Wie schon bei Tellkamp, zeigt sich bei beiden Akteuren das Bedürfnis den Anschluss der deutschsprachigen Gegenwartsliteratur an eine erfolgreiche Literaturtradition herzustellen.

IV

Sind also die Wertmaßstäbe, die sich in Literaturkritik und Buchpreiskür offenbaren, erstaunlich homogen, so lassen sich auch zwischen den prämierten Romanen erstaunliche Schnittmengen feststellen: Arno Geigers im Jahr 2005 mit dem Deutschen Buchpreis ausgezeichnete Roman *Es geht uns gut* steht hier stellvertretend für eine ganze Reihe von historisch-politisch geprägten Familien-, Generationen-, oder Gesellschaftsromanen, die den Buchpreis gewinnen konnten. Zu nennen sind etwa Katharina Hackers *Die Habenichtse* (2006) Julia Francks *Die Mittagsfrau* (2007), Melinda Nadj Abonjis *Tauben fliegen auf* (2010) oder Eugen Ruges *In Zeiten des abnehmenden Lichts* (2011). Insgesamt bildet sich in den Prämierungen dieser Romane ein Trend ab, der ungefähr seit der Jahrtausendwende zu verzeichnen ist: Seit dieser Zeit rückte die Familie, „die in von progressiver Individualisierung, Neuen Medien und Globalisierung geprägten Zeitläufen stark im Rückzug begriffen war“³⁷, als Repräsentationsform gesellschaftlich-historischer Prozesse wieder verstärkt ins Zentrum der deutschsprachigen Literatur. Die Romane teilen nicht nur ein thematisches Zentrum – sie befassen sich mit den „familiendynamischen Nachwirkungen der NS-Zeit“³⁸ oder der DDR-Vergangenheit. Ihnen ist außerdem eine ähnliche Form der Auseinandersetzung mit dieser Vergangenheit gemein, die der generationellen Distanz geschuldet ist, mit der über familiäre und historische Prozesse erzählt wird. *Es geht uns gut* ist hierfür ein prägnantes Beispiel, das wie andere Mehrgenerationenromane ein spezifisches Erinnerungskonzept erkennen lässt: Die Enkel der Kriegsgeneration haben keinen unmittelbaren Zugang zur Geschichte, sie müssen sich stattdessen die (Familien-)Historie erst mühsam erschließen. Diese Vergegenwärtigung der Vergangenheit erfolgt – dies soll im Folgenden erläutert werden – hauptsächlich in Form von fiktionalen (Re-)Konstruktionen.

35 Freund: „Mondäne Scheinwelt“.

36 Rezension aus der *Münchner Abendzeitung* vom 10.10.2007.

37 Michael Ostheimer: *Ungebetene Hinterlassenschaften. Zur literarischen Imagination über das familiäre Nachleben des Nationalsozialismus*. Göttingen: V & R unipress 2013. S. 11.

38 Ebd.

Geigers Drei-Generationen-Porträt einer Wiener Familie umfasst den Zeitraum zwischen 1938 und 2001. Episodisch und achronologisch werden die Ereignisse der Familiengeschichte aus wechselnder Perspektive beleuchtet.³⁹ Den zeitlichen Bezugspunkt des Erzählens bildet das Jahr 2001: In einer Art Rahmenhandlung wird geschildert, wie der erfolglose Schriftsteller Philipp Erlach, der Enkel von Richard und Alma Sterk, in das geerbte, seit dem Tod der Großeltern unbewohnte Haus seiner Vorfahren einzieht und fortan mit seiner Entrümpelung zu kämpfen hat. Bereits der Auftakt des Romans zeigt, dass der „Informationstransfer“⁴⁰ sowohl zwischen der Enkel- und Vätergeneration wie auch zwischen der Väter- und Großvätergeneration gestört ist, weshalb sich der Enkel von der Familie distanziert hat: „Schließlich ist es nicht seine Schuld“, so erklärt Philipp, „daß man vergessen hat, ihn in puncto Familie rechtzeitig auf den Geschmack zu bringen. Ich beschäftige mich mit meiner Familie in genau dem Maß, wie [...] es für mich bekömmlich ist.“⁴¹ Über die Vergangenheitsepisoden wird dem Leser verdeutlicht, worauf die Sprachlosigkeit zwischen den Generationen gründet. Die Väter verschweigen jeweils ihre biografische Vergangenheit. Ausgangspunkt der Familienbiografie ist der Großvater Philipps, Richard Sterk, der zwar Gegner des Nationalsozialismus ist, sich in Folge von Österreichs Anschluss an das *Deutsche Reich* jedoch ins Private zurückzieht und vor den Enteignungen und Deportationen in seiner Nachbarschaft die Augen verschließt. Genauso sprachlos wie gegenüber den politischen Entwicklungen ist Richard angesichts des Todes seines Sohnes Otto, der noch im Jahre 1945 ein glühender Anhänger der Hitler-Jugend ist. Otto stirbt bei der Verteidigung Wiens gegen die Alliierten – ein Trauma, das die Eltern auch Jahrzehnte nach Kriegsende noch immer verschweigen und verdrängen. Statt sich mit dem Tod des Sohnes auseinanderzusetzen, belastet das Trauma des Verlusts das Verhältnis zum Schwiegersohn Peter, der ebenfalls als 14-jähriger Junge im Volkssturm gekämpft hat. Die Parallelität der Kinderbiografien führt zur Ausgrenzung Peters durch Richard, weil dieser sowohl im Privaten wie auch im Politischen die Vergangenheit vergessen möchte. Als Politiker setzt er sich deshalb für einen Neuanfang Österreichs ein, die NS-Zeit wird als „katastrophale Störung“ gesehen, „und jetzt, wo [...] man endlich wieder Herr im eigenen Haus wird“, so werden politische und private Ebene miteinander in Beziehung gesetzt, „lasse ich mir den Unfrieden nicht von der eigenen Tochter hereintragen.“⁴² Das abständige Verhalten gegenüber dem Schwiegersohn belastet schließlich die Beziehung zur Tochter Ingrid, die sich immer weiter von den Eltern entfernt, weshalb auch die Enkel nur lockeren Kontakt zu den Großeltern pflegen. Die Auflösungserscheinungen der Familie setzen sich auch im Übergang von der zweiten zur dritten Generation fort, wobei sich das kommunikative Muster wiederholt. Auch Peter will den Krieg und seinen Nazi-Vater vergessen und nach 1945 neu anfangen, was bei ihm zu einem konsequenten Rückzug in die Innerlichkeit führt. Statt sich zu erklären und das Gespräch mit den Kindern zu suchen, reagiert Peter auf die Vorwürfe seiner Tochter Sissi, die ihm sein Mitwirken im

39 Die folgenden Ausführungen zu Geigers Erinnerungskonzept beinhalten Grundgedanken, die ich bereits in einem Tagungsband dargelegt habe, der auf Russisch erschienen ist. Vgl. Ingo Irsigler/Kai Sina: „Osvobodnenie, otgranichenie, sblienie. Preodolenie proshlogo v nemezkojazychnyh pokolencheskih romanah, In: *„Rabota nad proshlym“: XX vek v kominikazii i pamjati poslevoennyh pokolenij Germanii i Rossii*. Hrsg. von Nagornaja O. et al. Cheljabinsk: Kamennyj pojas 2014, S. 174–182, hier S. 179–182.

40 Arno Geiger: *Es geht uns gut*. München: Carl Hanser Verlag 2005, S. 98.

41 Ebd., S. 11.

42 Ebd., S. 145.

Volkssturm vorwirft, mit Schweigen und versucht darüber die oberflächliche Harmonie der Familie aufrecht zu erhalten.

Die Vergangenheitspassagen fügen sich für den Leser auf diese Weise zu einer Skizze einer familiären Auflösung zusammen, die das Haus der Großeltern zeichenhaft repräsentiert. Das Haus leert sich nicht nur und verrottet zusehends, sondern im Zuge des Verfalls verblassen auch die mit dem Haus verbundenen Erinnerungen: „Es ist“, so der Enkel Philipp Erlach im Jahr 2001, „als würde nach und nach mit der Feuchtigkeit auch die Bedeutung aus den Gegenständen gepreßt. Wohin man schaut, verklumpen sich die abgelegten Dinge zu einem Grundstoff, einer Materie, die Generationen vermengt zu eingedickter, eingeschrumpfter, ihrer Farben beraubter Familiengeschichte.“⁴³ Angesichts dieses Befundes will sich der Enkel Philipp des familiären Ballasts zunächst entledigen, wobei er dieses Vorhaben nur schleppend in die Tat umsetzt. Er kann sich nicht aufraffen, den familiären Erinnerungen in Form von Möbeln, Bildern, Dokumenten begegnet er mit einer Mischung aus Desinteresse und schlechtem Gewissen.⁴⁴

Besonders aussagekräftig sind in diesem Zusammenhang Familienbriefe und Notizen, die Philipp auf dem Dachboden findet und entsorgt. Einige Tage später tut ihm dies leid, er

geht [...] in der Früh zuallererst zum Papiercontainer, um vom geschriebenen Nachlaß seiner Großmutter zu retten, was sich noch findet (zielstrebig werde ich werden, verantwortungsvoll, das Erz der Vergangenheit abbauend). Aber nein, nein, er hatte kein Glück. [...] Niedergeschlagen und mit dem Wissen, daß die Zusammenhänge nicht mehr herstellbar sein werden, setzt er sich auf die Vortreppe und ruft sich Einzelheiten der Briefe, die er gelesen hat, ins Gedächtnis zurück.⁴⁵

Was Philipp durch den Verlust der Briefe erkennt, lässt sich als programmatisches Zentrum des Romans identifizieren, das verdeutlicht, wie die Rekonstruktion von Geschichte überhaupt zu bewerkstelligen ist. Der Verlust der Fakten und Zusammenhänge wird durch einen Prozess der kreativen (bzw. fiktionalen) Aneignung von Geschichte kompensiert. Der Roman enthält eine Reihe selbstreflexiver Passagen, die diese Programmatik unterstreichen. So gelangt Philipps Großmutter Alma in Bezug auf ihre eigene Biografie zu folgender Erkenntnis: „Wenn sie zurückschaut, stellt sie dieselbe Fragmentierung an ihrem eigenen Leben fest. Es gibt darin keine durchgehende Ordnung, keine strenge Chronologie. Ihr Leben kommt ihr vor, wie eine auf den Haufen geworfene Ansammlung scheinbar in sich geschlossener Etappen.“⁴⁶ Diese Erkenntnis der Unordnung und Bruchstückhaftigkeit von Erinnerung spiegelt sich in der Romankonstruktion wider – einem textuellen Abbildungsverfahren, das Geschichte nicht als Kontinuum, sondern als ungeordnete Ansammlung von Einzelepisoden präsentiert.

Familiengeschichte – dies zeigt die Form des Romans – lässt sich von der Gegenwart aus nicht *umfassend* begreifen. Die Figur des Schriftstellers Philipp Erlach greift deshalb (wie sein Erfinder Arno Geiger) zum Mittel der Fiktionalisierung. Mehrfach erwähnt werden im Roman seine Vorbehalte gegen den „tostlosen Ehrgeiz der Faktentreue“,⁴⁷ stattdessen erfindet Philipp, um die Fakten herum, die Geschichten seiner Kindheit:

43 Ebd., S. 362-363.

44 Er glaubt, seinen Verwandten „Rechenschaft schuldig zu sein“. Ebd., S. 136.

45 Ebd., S. 274.

46 Ebd., S. 250.

47 Ebd., S. 58.

„Aber damit er die Geschichte beim nächsten Abendessen verlässlich parat hat [...], erzählt er sie sich selbst, bestimmt vier oder fünf Mal, in verschiedenen Ausführlichkeiten: In allen Versionen ist er sechzehn und läuft von daheim weg“.⁴⁸ Als Resultat dieser Rückschau entsteht keine kohärente, kausallogische Erzählung, sondern eine Familiengeschichte in Episoden: „Jetzt kommt es ihm vor, als sei er nur ein großer Angeber, der alles erfindet: das Wetter, die Liebe, die Tauben auf dem Dach, seine Großeltern, Eltern und seine Kindheit – die hat er auch [...] erfunden.“⁴⁹ Gegen Ende des Textes zeigt sich dann, dass diese selbstbezügliche Form der historischen Rekonstruktion zu einer neuen Position gegenüber der Familie führt: Zeichenhaft zu deuten ist in diesem Zusammenhang der alte Marillenbaum, der zwar gefällt wird, aber im Anschluss den Giebel des neugedeckten Hauses zielt. „Das Haus ist ja fast wie neu. *Prepared for the future*.“⁵⁰ Bei Philipp entsteht also schließlich ein neues Generationenbewusstsein, das den gestörten Informationstransfer durch eine selbstbezügliche, in weiten Teilen fiktionale Beschäftigung mit der Familiengeschichte partiell ausgleicht.

Ein ganz ähnlicher Umgang mit Vergangenheit zeigt sich in Eugen Ruges *In Zeiten des abnehmenden Lichts*: Wie Geigers Roman, so ist auch Ruges Text ein Mehrgenerationenroman, der episodisch und polyperspektivisch aus der Sicht einzelner Figuren bruchstückhaft eine Familiengeschichte und gleichsam das Ende der DDR erzählt. Das Erinnerungskonzept konzipiert, wie bei Geiger, Geschichte als nur punktuell zugängliche Kategorie: Die geschichtliche Erinnerung ist auch hier vom Vergessen bedroht. Bezeichnend für diesen Sachverhalt ist im Falle von Ruges Roman die Figur des Historikers Kurt, der im Verlauf des Textes immer mehr verstummt. Er leidet an einer Demenz, verliert also sukzessive seine Sprach- und Erinnerungsfähigkeit. Dadurch signalisiert auch dieser Text einen Abbruch von Kommunikation zwischen den Generationen. Sein Sohn Alexander muss sich schließlich im Jahre 2001 (der Gegenwartsebene des Textes) die Vergangenheit mühsam erarbeiten. In diesem Zusammenhang fallen auch in Ruges Text selbstreflexive Passagen ins Auge, die die Bedingung der Möglichkeit biografischer Rekonstruktion thematisieren. Das dem Roman zugrunde liegende Erinnerungskonzept lässt sich etwa prägnant an jener Stelle des Romans erfassen, als Alexander Notizen seines Vaters liest, die er zum einen nur schwer „entziffern“⁵¹ kann und ihm zum anderen als *kryptisch* erscheinen: „Hier und da sogar Aufzeichnungen in Russisch, obendrein so kryptisch, mit Abkürzungen gespickt“.⁵² Die fragmentarischen Protokolle vermischen sich mit subjektiven Erinnerungen an den Vater. Alexander reimt sich, so heißt es an einer Stelle des Textes, „die Vorgeschichte jener Geschichte zusammen, die seine Großmutter ihm einmal erzählt hat.“⁵³ Die Rekonstruktion der Vergangenheit geschieht also auf der Basis des Geschichtenerzählens, da eine exakte Rekonstruktion von historischer Wirklichkeit nicht mehr möglich ist.

Schließlich – um noch ein drittes Beispiel zu nennen – wird auch in Julia Francks *Die Mittagsfrau* ein analoges Erinnerungskonzept sichtbar, das in diesem Fall bereits paratextuell aufgerufen wird. Julia Franck, so erläutert sie die Grundidee zu ihrem Buch,

48 Ebd., S. 279.

49 Ebd., S. 374-375.

50 Ebd., S. 375.

51 Eugen Ruge: *In Zeiten des abnehmenden Lichts*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag: 2012, S. 421.

52 Ebd.

53 Ebd., S. 312.

wollte einer *unerklärbaren* Begebenheit ihrer eigenen Familiengeschichte nachspüren, die den inhaltlichen Kern des Romans ausmacht. Weil allerdings die Fakten der Geschichte fehlten, musste die Ausgestaltung der familienbiographischen Begebenheit im Modus der Fiktion erfolgen. „Ich wollte dem nachgehen und eine Geschichte für diese Frau finden.“⁵⁴ Genauso wie für Franck die eigene Familiengeschichte mysteriös blieb, so verweigert auch die Fiktion eine abschließende Klärung des Rätsels um die Hauptfigur Helene. Dieses Rätsel thematisiert der Roman in seiner Exposition: Im Jahre 1945 lässt die Protagonistin Helene ihren 8-jährigen Sohn wortlos auf dem Bahnsteig eines Bahnhofs zurück. Nach diesem Auftakt springt die Handlung ins Jahr 1914 zurück, womit der Text signalisiert, dass er eine Erklärung für das Verhalten Helenes liefern würde, was er allerdings nicht umfänglich tut: Stattdessen präsentiert er mögliche Erklärungen, sowohl psychobiografische wie historische, die sich teilweise widersprechen.⁵⁵ Zu klären ist das Zentralereignis deshalb nicht, weil Helene im Verlauf der Handlung zunehmend verstummt. Selbstreflexiv deuten lässt sich in diesem Zusammenhang eine Textpassage, die sich auf den Titel, die Legende der Mittagsfrau, bezieht:

Eine schlechte Verfassung sagte wenig, zumal der Mutter organisch nichts fehlte. Ihnen fiel die Mittagsfrau ein [...]. Martha und Helene kannten die Geschichte von der Mittagsfrau, solange sie denken konnten es lag etwas Tröstliches in ihr, weil sie nahelegte, dass es sich bei der mütterlichen Verwirrung um nichts anderes als einen leicht zu verscheuchenden Fluch handelt.⁵⁶

So wie die Legende ein den Figuren nicht erklärbares Phänomen der Familienbiografie im Modus des Fiktionalen vermittelt, „erzählt der Text die rätselhafte Geschichte Helenes, die – wie die Autorin [...] in rezeptionslenkender Absicht wiederholt lancierte – einem unerklärbaren, authentischen Kern ihrer eigenen Familiengeschichte nachspürt.“⁵⁷

An Geiger, Ruge und Franck lässt sich meines Erachtens ein generationenspezifisches Schreibprogramm festmachen. Im Unterschied zur Schriftstellergeneration der Gruppe 47 – Wolfgang Koeppen, Alfred Andersch, Heinrich Böll oder Günter Grass – streben ihre Nachfahren weder eine detaillierte Auseinandersetzung mit der Schuld der Eltern- und Großelterngeneration noch eine umfassende Aufarbeitung der politisch-historischen Vergangenheit an. Den Texten der *Enkelgeneration* ist vielmehr die Erkenntnis eingeschrieben, dass mit zunehmender Distanz die Erinnerungen an Geschichte verblassen. Die Literatur – hierauf weisen die Texte selbstreflexiv hin – kann daraus ihre spezifische Relevanz ableiten, hat sie doch die Möglichkeit, sich der historischen Wirklichkeit fiktional-konstruktiv anzunähern. Mit dieser Prägung zeugen sie von der Notwendigkeit über Geschichte zu erzählen, um dem Verstummen (Ruge, Franck) oder allmählichen Verblassen der Bilder (Geiger) entgegenzutreten – und betonen auf diese Weise den identitätsstiftenden Charakter (also den gesellschaftlichen Wert) von Literatur.

54 Susanne Geu: „Schreiben zum Überleben. Ein Interview mit der Schriftstellerin Julia Franck“. In: *Zeit-Online* vom 10.10.2007. <http://pdf.zeit.de/online/2007/40/interview-julia-franck.pdf> [letzter Zugriff: 12.4.2016].

55 Vgl. Ingo Irsigler: „Der Gewinner ist in jedem Fall die Literatur“ – Das Verhältnis von Text und Öffentlichkeit, betrachtet am Beispiel zweier Buchpreisgewinner“. In: *Kulturen der Kritik. Mediale Gegenwartsbeschreibungen zwischen Pop und Protest*. Hrsg. von Kai Sina u. Ole Petras. Dresden: Thelem 2011, S. 237-259, hier S. 250-257.

56 Julia Franck: *Die Mittagsfrau*. Frankfurt/Main: Fischer, S. 142.

57 Irsigler: „Der Gewinner ist in jedem Fall die Literatur“, S. 255.

V

Wenn Gottfried Honnefelder, langjähriger Vorsteher des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels schreibt, die Vergabe des Buchpreises bringe nicht nur alle wichtigen Vertreter des literarischen Feldes zusammen, sondern in seiner Vergabepaxis manifestiere sich überdies die Dynamik dieses Feldes,⁵⁸ so hat er zweifelsfrei recht. Ich habe versucht, diese komplexe Dynamik zumindest punktuell zu zeigen, indem ich einige Prozesse in diesem Feld näher betrachtet habe. Grundsätzlich ergeben sich solche Prozesse aus der Interaktion verschiedener Feldakteure: Der Preis interagiert mit den von ihm nominierten Büchern bzw. der schriftstellerischen Inszenierungspraxis von Autoren. Die Bücher wiederum, die der Buchpreis nominiert oder auszeichnet, wurden bereits zuvor von der Literaturkritik mit bestimmten literarischen Qualitäten versehen, worauf der Buchpreis in seinem Begründungszusammenhang häufig Bezug nimmt. Die prämierten Texte selbst lassen schließlich bestimmte Literaturkonzepte erkennen, die wiederum das Profil des Buchpreises prägen. Die bisherige Nominierungspraxis lässt jedenfalls, wie ich punktuell, am Beispiel der spezifischen Thematisierung historisch-biografischer Rekonstruktionen zu zeigen versucht habe, insofern ein markantes inhaltliches Profil erkennen, als mit der Preisvergabe ganz bestimmte literarische Konzepte gewürdigt werden; weil der Deutsche Buchpreis ein medial breitenwirksamer Preis ist, prägt er durch die wiederholte Auszeichnung solcher Konzepte nachhaltig Tendenzen im literarischen Feld der Gegenwart.

58 Vgl. Gottfried Honnefelder: „Einladung in die Welt des Romans“. In: *Deutscher Buchpreis 2009. Longlist Lese-proben*. Hrsg. vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels. Frankfurt/Main 2009, S. 7-8.

