

Schafott/Über den grünen Klee

DARF EIN VERLAG ERFOLG HABEN?

Günther Fetzers Geschichte des Verlags Droemer Knauer ist nicht perfekt, schließt aber eine Menge Lücken

Zu einem relativ späten Zeitpunkt kommt Günther Fetzer, der im letzten Jahr eine Geschichte der Verlagsgruppe Droemer Knauer vorgelegt hat, auf den Ruf des porträtierten Verlags zu sprechen. Günther Rühle, seinerzeit Feuilletonchef der *Frankfurt Allgemeinen Zeitung*, habe ein wenig verächtlich im Spektrum der großen Verlage Droemer an das eine Ende gesetzt und ihm Suhrkamp als leuchtendes Vorbild entgegengestellt. In Droemer habe Rühle einen „Begriff des Popularismus“ verkörpert gesehen, „der volksläufig Sachaufklärung verbindet mit dem Versorgungsaspekt der Leserschaft mit unterhaltsamem Reizstoff“. Daraus ergebe sich, dass Droemer „Werbefeldzüge“ durchziehe, um Titel durchzusetzen, während Suhrkamp tatsächlich sein Programm durchsetzen wolle. Nun mag Rühle damit Droemer ein bisschen zu nahegetreten sein und Suhrkamp doch ein bisschen zu viel der Ehre getan haben, aber dass das Interesse sich in der Regel mehr auf Suhrkamp richtet und weniger auf Droemer, haben nicht zuletzt die langjährigen Querelen gezeigt, die Suhrkamp letztlich sogar in die Insolvenz getrieben haben (auch wenn es eine provozierte Insolvenz war). Diese Geschichte hat man minutiös, mit allen Details wie den beteiligten Schurken und Gegenschurkinnen zwischen Feuilleton und Wirtschaftsseiten nachlesen können, während Droemer Knauer, wie die Gruppe heute heißt, eigentlich recht in Ruhe hat an seinem Rezept arbeiten können. Von signifikanten Ausnahmen berichtet Fetzer immerhin. Streit findet immer Interessenten. Allerdings hat der Verlag, der sich auf den Buchbinder Theodor Knauer (1818-1877) zurückführt, tatsächlich für die Entwicklung des Literaturbetriebs vor allem in 20. Jahrhundert eine erhebliche Bedeutung, und das

eben nicht nur, weil letztlich auf Adalbert Droemer, der in den 1920er Jahren den Verlag leitete, die Erfolgsausgabe von Thomas Manns *Buddenbrooks* zurückgeht, die 1929, im Jahr des Literaturnobelpreises für Thomas Mann, erschien. Wenngleich die Geschichte, wie sie sich zugetragen hat, nicht in seinem Sinne gewesen sein wird. Aber damit nicht genug, auch in seinem – wenn man dem Rühle-Referat Günther Fetzers folgen darf – ureigenem Segment, dem preiswerten Unterhaltungsbuch und Sachbuch, das in hohen Auflagen in den Markt gebracht wird, hat der Verlag den Literaturbetrieb nachhaltig geprägt. Vielleicht, wie einzuräumen ist, nicht allein und unbestritten, aber immerhin doch so prominent, dass diese Verlagsgeschichte höchst interessante Aufschlüsse geben kann. Nun wird man auf gut 500 Seiten (inklusive Apparat) nicht alle Wünsche erfüllen können, die an eine Verlagsgeschichte gestellt werden können. Der Rezensent der *Frankfurter Allgemeinen* etwa bemängelte, dass man aus Fetzers Darstellung über die Beziehung des Verlages zu seinen Autorinnen und Autoren nichts erfahre. Damit hat er recht, denn außer ein paar Bemerkungen, die von einer besonders engen Beziehung zwischen einzelnen Verlagsmitarbeiter/innen und Autor/innen berichten, ist über diesen Aspekt der Verlagsarbeit wenig zu erfahren. Auch lesen sich große Teile des Bandes wie ausgeschriebene Prospekte, reiht Fetzer doch gelegentlich Titel und Autor/innen über viele Seiten hinweg, als ob sich aus solchen ausgeschriebenen Listen mehr erfahren lasse als nur Namen und Titel. Ein Programm verschwindet jedenfalls dahinter. Dazwischen finden sich auch – notwendig knapp gehaltene – Exkurse zu besonders relevanten Autoren, die mit dem Verlag ver-

bunden sind, darunter nicht zuletzt Johannes Mario Simmel oder Noah Gordon, die dem Verlag derart hohe Umsätze verschafft zu haben scheinen, dass er seit den 1960er Jahren das Programm deutlich ausdifferenzierte und die Titelzahl deutlich erhöhte.

Fetzer versucht, die jeweiligen Programmschwerpunkte und -entwicklungen (vielleicht mit den falschen Mitteln) in den Vordergrund zu stellen. Dennoch gibt es Überraschungen, wie etwa den Bericht von einem umfangreicheren erfolgreichen Esoterikprogramm, von dem zuvor noch nicht die Rede war („Droemer Knauer hatte im Taschenbuch eine große Esoteriktradition“, heißt es ganz unvermittelt) und das mit einer eigenen Reihe aufgewertet wurde – allerdings dann für die Fusion mit Weltbild, das sich im Kirchenbesitz befand, geopfert wurde.

Hinzu kommt, dass Fetzer einen Verlag zu beschreiben hatte, der durch mehrere politische Systeme hindurch tätig gewesen war und vor allem die NS-Zeit einigermaßen schadlos überstanden hatte. Gerade diese Phase der deutschen und eben auch Verlagsgeschichte ist mit großer Sorgfalt zu behandeln, allzu große Leichtfertigkeit und Großzügigkeit sind hier nicht angebracht. Das umso mehr, als der zweite Namensgeber des Verlags, Adalbert Droemer, die jüdischen Mitgesellschafter des Verlags auskaufte und wegen seiner Frau, die nach den NS-Rassegesetzen als jüdisch angegriffen wurde, was seine Stellung als Verlagsleiter gefährdete, ein wenig lavierte. Ob der Preis, den Droemer seinerzeit den Mitgesellschaftern zahlte, angemessen war, wäre im übrigen nur dann zu überprüfen, wenn der Gesellschaftsvertrag der Gesellschaft bekannt wäre, der die Berechnung der Abfindung bei Ausscheiden von Gesellschaftern festlegen sollte. Selbst die Korrektur des Kaufpreises nach 1945, die in geringem Umfang erfolgte, ist nicht zwingend ein Hinweis darauf, dass es 1933 nicht mit rechten Dingen zugegangen wäre. Man will es vermuten, aber die von Fetzer beigebrachten Hinweise reichen eben nicht aus, wie er selbst einräumt. Und unbelastet ist niemand aus dieser Zeit gekommen.

Allerdings hätte Fetzer nicht unbedingt ein Langenbucher-Zitat verwenden sollen, um sein Kapitel über die Weimarer Republik zu überschreiben, deutet dies doch darauf hin, dass er Langenbuchers verhängnisvolles Wirken im NS-System unterschätzt oder unzureichend bewertet.

Schaut man sich generell diese Teile von Fetzers Verlagsgeschichte an, dann wird man ihm aber insgesamt zugestehen können, dass er seine Aufgabe mit genügender Sorgfalt erfüllt hat, und das obwohl oder vielleicht weil er dem Haus nahesteht, war er doch zwischen 1996 und 1999 für das Programm der Gruppe verantwortlich. Man kann mit dem, was er vorgelegt hat, einiges anfangen, und wohl deshalb damit zufrieden sein. Diese Verlagsgeschichte bildet immerhin eine gute Basis, auf der weiterzuarbeiten sich lohnen würde, wobei gelegentlich der Eindruck entsteht, dass Fetzer genau das berichtet, was noch an Unterlagen vorliegt.

Das ist vor allem für die Anfangsjahre zu konstatieren, reicht aber auch bis in die Nachkriegsjahrzehnte: So wird der Verlag zwar als erfolgreich beschrieben. Aber was heißt das? Hohe Auflagen, die zu geringen Preisen in den Markt gedrückt wurden und vor allem seit den 1920er Jahren mit Kampagnen intensiv beworben wurden? Droemer Knauer hätte sich mithin Umsatz gekauft, was ein seriöses Marketingkonzept ist, wenngleich vor allem für kulinarische Lieferdienste.

Aber gelegentlich finden sich auch Hinweise darauf, dass der Erfolg vielleicht doch nicht so groß und eben nur kurzfristig war, sich schließlich hohe Restauflagen ansammelten, die das Unternehmen massiv belasteten. Die Wertberichtigung für die Rechte bei Droemer Knauer und für die Altbestände bei Weltbild, über die Fetzer für Ende 1999 berichtete, ist dabei möglicherweise noch eine immer wieder einmal vorzunehmende Maßnahme, um die Bilanz eines Verlags zu bereinigen. Drastischer ist schon der Stellenabbau von 240 auf 160, der mit Synergien zwischen den beiden Verlagen, die um 2000 fusionierten, nicht erklärt werden kann, sondern auf deutliche

Ertragseinbußen verweist. Das allerdings zu einem Zeitpunkt, als der Verlag mit dem Zusammengehen mit Weltbild einen starken Vertriebspartner zu gewinnen hoffte? Immerhin hatte Droemer Knauer damit schon Erfahrung, war doch die Zusammenarbeit mit dem seinerzeit missliebigen Kaufhausbuchhandel in den 1920er Jahren die Basis für den Erfolg des Verlags.

Aber Erfolg ist eben nicht nur eine Sache hoher Auflagen und steigender Umsätze, auch der Verweis auf hohe Margen hilft kaum weiter – die operativen Überschüsse hätten da interessiert, eben auch Gewinne, Forderungen und Verbindlichkeiten, die Bewertung von Lager und Rechten, und was als Betriebswirtschaftliche noch so zu nennen wäre. Denn es ist ein auffallendes Phänomen dieser Geschichte eines großen Publikumsverlags, dass sie den wirtschaftlichen Erfolg dieser Verlagsgruppe nicht wirklich beschreibt. Der Erfolg dieses Publikumsverlags ist nicht zu greifen, wird über seine gesamte Geschichte nicht genügend sichtbar gemacht. Der Verlag hetzt derart von Projekt zu Projekt, von Bestseller zu Bestseller, dass man diesen Erfolg glauben muss. Mehr aber gibt's nicht. Und das ist bedauerlich. Wenn denn nicht die Langlebigkeit des Verlags dafür spricht, dass er tatsächlich auch gutes Geld verdient hat.

Die Geschichte von Droemer Knauer reicht bis ins frühe 19. Jahrhundert zurück. Als Buchverlag trat Knauer offiziell seit 1884 auf, agierte dabei jedoch auf einem Nebenschauplatz des Buchhandels, verlegte Knauer doch vor allem rechtfreie Klassiker-Ausgaben, und das in hohen Auflagen über den Kaufhausbuchhandel zu kleinen Preisen. Große Mengen, statt Kultur definieren den Ansatz, mit dem der Verlag erfolgreich war, wenn auch nicht konkurrenzlos.

Als der Verlag dem Buchbinderbetrieb zusehends im Wege stand, veräußerte der Sohn des Gründers Theodor Knauer, Wilhelm Emil Otto Knauer, den Verlag an den Berliner Verlagsbuchhändler Gabriel Henschelsohn. Henschelsohn arrangierte neu, und engagierte schließlich einen gewissen Adalbert Droemer

als reisenden Vertreter. Droemer stieg schnell auf im Verlag. Einen entscheidenden Schritt tat der Verlag mit der Berufung Droemers zum Verlagsleiter. Auf ihn geht die Ausweitung des Programms in Richtung Gegenwartsliteratur zurück. Hinzu kam ein Sachbuchprogramm, das sich über die Jahre zu einem wichtigen Teil des Verlagsprofils entwickelte. Droemer scheint aber auch erkannt zu haben, dass Prominenz im Zusammenspiel mit günstigen Preisen zu einem wichtigen Absatzeffekt kombiniert werden können. Diese Überlegung wandte der Verlag nun in zahlreichen Programmbereichen an. Vor allem aber in der Belletristik hat dieses Prinzip Eingang in die Literaturgeschichtsschreibung gefunden.

Mit der Reihe „Romane der Welt“ ist nämlich die seinerzeit skandalisierte Liaison zwischen dem Knauer Verlag und Thomas Mann verbunden. Droemer war es gelungen, Thomas Mann als einer von zwei Herausgebern der Reihe zu gewinnen, mit der er gut verkäufliche Gegenwartsliteratur vermarkten wollte. Der Schwerpunkt lag dabei auf der angloamerikanischen Literatur. Die von Thomas gewünschte Berücksichtigung von guter deutschsprachiger Literatur setzte Droemer jedoch nur halbherzig um.

Mann steuerte eine Begründung für sein Engagement bei, die mit dem ersten Band, Hugh Walpoles *Bildnis eines Rothaarigen* im Jahre 1927 erschien. 58 Bände lang hielt die Verbindung zwischen Knauer und Thomas Mann, dann brach sie ab. Thomas Mann und sein Mitherausgeber, Hermann Georg Scheffauer, werden dann nicht mehr als Herausgeber der Reihe genannt, berichtet Fetzer. Manns Einleitung druckt er zu Sicherheit vollständig ab, ist der Text doch für Manns Willfähigkeit in Sachen Literatur auskunftsfähig. Außerdem: Walpoles Text sei so selten, dass das geboten sei (eine Anfrage bei ZVAB ergibt 18 Treffer der Ausgabe von 1927, die allerdings nicht nachgedruckt worden ist).

Manns Engagement schlug hohe Wellen und wurde harsch kritisiert: Immerhin machte sich das Kulturgut Buch nun mit der Masse statt mit der Qualität gemein. Der repräsentative

Autor der Weimarer Republik, das Gründungsmitglied der Sektion für Dichtkunst der Preußischen Akademie der Künste, die im Jahr zuvor eingerichtet worden war, bewegte sich auf das Niveau eines Verlags, der nicht nur billige, sondern auch noch mäßige bis schlechte Bücher in Massen auf den Markt warf? Von hier bis zur Bücherkrise der späten 1920er Jahre war der Schritt nicht groß, und so debattierte die Branche fleißig über die Veränderungen, die sie gerade erlebte und in der Knaur eine Schlüsselrolle einnahm. Denn das Buch erlebte Ende der 1920er Jahre seine finale Eingliederung in die Konsumkultur. Es wurde zu einem von mehreren kulturellen Konsumgütern und verlor den Status als zentrales bürgerliches Bildungsgut. Das ist insofern konsequent, und hier wäre Fetzers Verlagsgeschichte weiterzuschreiben, als die nachrückenden sozialen Schichten Anschluss an die bürgerlichen Bildungsstandards suchten, dabei aber nur geringere Mittel einsetzen konnten als ein bürgerlicher Haushalt. Zwar blieb die Orientierung am bürgerlichen Kanon bestehen, aber das Interesse an der Gegenwartsliteratur und der literarischen Unterhaltung stiegen in den 1920er Jahren. Es bedurfte also einer Bücherkrise, um der Branche Beine zu machen, und es brauchte Verlage wie Knaur, und vielleicht einen hartnäckigen Verleger wie Droemer, um den Buchhandel zu modernisieren. Seit den späten 1920er Jahren haben Romane deshalb nicht nur eine andere, straffere Sprache, sondern sie erhalten auch attraktive Umschläge und werden intensiv beworben. Der Seitenblick auf die Verlage Ullstein und Rowohlt ist, was das angeht, erhellend, nicht zu vergessen die Umschläge, die mit dem Namen John Heartfield verbunden werden.

Ganz so modern trieb es Knaur nicht, aber Droemer war anscheinend überzeugt von seinem Ansatz. Anders ist es nicht zu erklären, dass er Thomas Mann das Angebot machte, seinen Roman *Buddenbrooks* in einer hohen Auflage zu einem kleinen Preis in den Markt zu bringen – die berühmten 2,85 RM. Schmachhaft machte Droemer Mann das

Projekt mit einem hohen Garantiehonorar von 100.000 Reichsmark. Mann trug das Projekt seinem Verleger S. Fischer vor, dessen Schwiegersohn Gottfried Bermann Fischer schließlich im Verlag durchsetzte, das Projekt selbst zu machen. Mit Erfolg. Droemer ging leer aus, wenngleich sich seine Idee tatsächlich realisieren ließ: Man nehme einen hinreichend zugänglichen, dabei kanonisierten, aber recht teuren Text und drücke ihn in den Markt. Damit wird der Text, der als Bildungs- und Kulturausweis gilt, allgemein verfügbar, was für bildungsfernere Schichten als das Bürgertum als Chance begriffen wird. Allerdings bleibt die Frage offen, ob sich die *Buddenbrooks* auch ohne den Literaturnobelpreis für Thomas Mann derart gut verkauft hätten, wie es dann geschehen ist.

Aber damit war die Causa Thomas Mann noch nicht abgeschlossen, denn kurze Zeit später trat Droemer an Thomas Mann heran und schlug ihm, wieder gegen ein horrendes Garantiehonorar, vor, ein Goethe-Buch für Knaur zu schreiben. Wieder wandte sich Mann an Fischer, der erneut den Vorschlag übernahm und nun seinerseits mit Mann ein Goethe-Buch vereinbarte, anscheinend zu etwas schlechteren Konditionen. Manns gemeinsames Projekt mit S. Fischer verlief aber im Sande, weil Droemer wohl bereits früh ins Feld geführt hatte, dass er – komme er mit Mann nicht überein – einen anderen Verfasser beauftragen werde. Und dies tatsächlich auch umsetzte. Dagegen anzutreten, traute sich S. Fischer wohl dann doch nicht. Mann selbst sagte das Projekt ab, wie Fetzer berichtet.

Solche Kontakte zwischen Verlagen so unterschiedlicher Couleur – die noch durch einen Streit um die Auslandsrechte eines Buches der Tochter Marie Curies im Jahr 1938 zu ergänzen wären, von dem Fetzer berichtet – sind insofern bemerkenswert, als mittlerweile beide Verlage zur Holtzbrinck-Gruppe gehören, die – was ein weiterer ironischer Schlenker der Buchhandelsgeschichte ist – als Buchgemeinschaft nach dem Krieg gestartet worden war, also gerade aus dem Bereich kommt, der vom etablierten Buchhandel stets als

Bedrohung und Ausverkauf gesehen worden ist. Kultur- und Publikumsverlag unter einem Dach? Was könnte den Status des Buches im späten 20. Jahrhunderts besser kennzeichnen, und was den Kontext der Auseinandersetzungen in den späten 1920er Jahren.

Jenseits dieses Schlenkers bleiben dennoch Fragen: Droemer ist in beide Mann-Projekte mit einem hohen Garantiehonorar gegangen. Fetzer nennt selbst eine projektierte Auflage von 1 Million Exemplaren, die der Verlag zu einem Verkaufspreis von 2,85 RM habe absetzen wollen. Bedenkt man, dass Fetzer für das Jahr 1928 einen Umsatz von 3,3 Mio. RM und für 1929 von 2,9 Mio. RM angibt, dann ist erkennbar, dass das Projekt *Buddenbrooks* für Knaur deutlich eine Nummer zu groß war. Denn neben dem Honorar für den Autor hätte für das Projekt ein enormer organisatorischer Aufwand betrieben werden müssen, es hätten ein angemessener Werbeetat bereitgestellt und eine passende Kampagne entwickelt werden müssen, und schließlich wären Produktions- und Distributionskosten vorzufinanzieren. Für S. Fischer stellte dies seinerzeit eine unerhört große Anstrengung dar, die den Verlag an den Rand seiner Leistungsfähigkeit brachte. Wäre dieser Aufwand für den Knaur-Verlag überhaupt leistbar gewesen? Zweifel sind da angebracht, auch wenn gerade Knaur mit hohen Auflagen Erfahrung haben musste.

Immerhin äußert Fetzer selbst Zweifel am Erfolg der Roman-Reihe, und führt dabei einen Hinweis aus der Verlagsfestschrift aus dem Jahre 1951 an. Die Auflagen hätten die Erwartungen nicht erfüllt. Im Nachlass des Kunsthistorikers Richard Hamann, der für Knaur eine präsentable Kunstgeschichte verfasst hatte, habe sich zudem eine Notiz gefunden, in der von der angespannten finanziellen Lage des Verlags Mitte 1928 die Rede ist. Die Firma hatte wohl einen recht hohen Lagerbestand an nicht verkaufter Belletristik. Ein Erfolg, wie ihn dann Thomas Manns *Buddenbrooks* erlebten, hätten den Verlag möglicherweise ruiniert. Wie schnell das geht und von welchen Faktoren das abhängen kann, haben David Oels und Sabine Koburger am Fall

Rowohlt gezeigt (siehe die Besprechung zu Koburgers Studie in diesem Band wie die zu David Oels Rowohlt-Studie in Heft 51/52)

Aber eine solche Spekulation ist müßig, denn Knaur überlebte nicht nur die Wirtschaftskrise und die Innovationen seiner Verleger, der Verlag hat seinen Ruf als erfolgreicher Verleger von Massenware ausbauen und bewahren können. Fetzer macht dafür die Ausdifferenzierung des Programm verantwortlich: die Etablierung neuer Reihen, die Aufnahme der Gegenwartsbelletristik und schließlich die Reaktion auf den zunehmenden Wissensbedarf in der modernen Gesellschaft. Knaur startete in den 1930er Jahren ein Handlexikon, das unter dem Titel *Knaurs Lexikon a bis z* bis zum Jahr 2000 immer wieder aufgelegt wurde. Seitdem erfüllt das Internet als Nachschlagewerk die wichtige Funktion der schnellen und halbwegs gesicherten Informationsbeschaffung. Daraus entwickelte der Verlag eine Reihe neuer Produkte, differenzierte sein Programm aber auch weiter aus, wie die Kunstgeschichte Richard Hammanns zeigt, die gleichfalls in hohen Auflagen gedruckt wurde.

Verfolgt man die Geschichte des Verlags weiter, dann verfestigt Adalbert Droemer die Position des Verlags in der Belletristik ebenso wie im Sachbuch. Daran knüpfte auch Droemers Sohn Willy an, der 1938 die Verlagsleitung von seinem verstorbenen Vater übernahm und den Verlag noch in der Bundesrepublik führte. Der Verlag war zum Kriegsende nach Süddeutschland, schließlich nach München verzogen, wo er heute noch residiert. Seine Position im Buchhandel fand er durch seine Bestseller-Autoren. Dennoch bleibt sein Profil ein wenig beliebig, aber das gehört sich fürs Geschäft: Droemer Knaur, wie der Verlag seit 2013 heißt, ist ein Publikumsverlag, und der hat nun mal qua Definition vor allem das Publikum im Auge, das er zu bedienen weiß, Geschmacksverirrungen ebenso inbegriffen wie rasche Konjunkturschwankungen. Dass es dabei Irritationen und Suchbewegungen gibt, lässt sich durch die gesamte Nachkriegszeit beobachten, auch noch unter Willy Droemer,

der zwischen 1970 und 1981 den Verlag nach und nach an die Holtzbrinck-Gruppe veräußerte. Die Zeit der Verlegerpersönlichkeiten, die den Verlag als ihre ureigene Sache ansehen und ihn nach Gutdünken verwalten konnten, war damit vorbei. Aber eben auch die Zeit, in der Einzelpersonen Verlage und Branchen durch entscheidende Initiativen vorantreiben und verändern konnten, wie das Adalbert Droemer Ende der 1920er Jahre noch gelungen war. Ganz im Gegenteil, Droemer Knauer hatte sich eben auch zu einem normalen Verlag in einer professionalisierten Branche gemausert. Die zahlreichen Reihen, die nur kurzfristig überlebten, sind dabei

Hinweis darauf, dass der Verlag seit den 1920er Jahren experimentierfreudig blieb. Was auch bedeutet, dass Fehler nicht ausbleiben. Den Erfolg des Taschenbuchs hat Droemer Knauer anscheinend fast verschlafen, dafür ist der Verlag bei der Integration von Online-Publishern ganz vorne mit dabei.

Günther Fetzner: Droemer Knauer. Die Verlagsgeschichte 1846-2017. München: Droemer 2017. 543 Seiten. Euro 29,99.

Walter Delabar

ERSCHIENEN IN JUNI 55-56 IM JANUAR 2019