

**Georg Jäger in Verbindung mit Dieter Langewiesche und Wolfram Siemann (Hg. i. A. der Historischen Kommission): Geschichte des Deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert. Das Kaiserreich 1870 – 1918. Teil I**

Frankfurt/M.: Buchhändler-Vereinigung 2001, 647 S., ISBN 3-7657-2351-7, € 66,-

Die Anzeige eines veritablen Jahrhundertwerks, wenn auch nur des ersten Bandes erster Teil mit knapp 650 quartformatigen Seiten, einschlägig in der Rubrik „Buch, Presse und andere Druckmedien“ dieser Zeitschrift, setzt den Rezensenten, will er nicht nur Lob und Tadel verteilen, in nicht geringe Verlegenheit. Der Gesamteinhalt, in 23 Kapiteln bzw. Unterkapiteln, verfasst von neun Autoren, darunter der Herausgeber, Georg Jäger, als Autor oder Mit-Autor nicht nur der Einleitung, sondern von 16 Kapiteln, umfasst den Gesamtbereich dessen, was unter dem Begriff des ‚Buchhandels‘ und seinen Rahmengeschichten verstanden werden muss: Zum ersten die historischen Grundlagen, die besonderen Entwicklungsbedingungen, zum zweiten die durch Recht, Staat und Öffentlichkeit geschaffenen Rahmenbedingungen, insbesondere die Entwicklung des Urheber- und Verlagsrechts, sodann die Herstellung und die Buchgestaltung. Im vierten Hauptteil steht „der Verleger“ als Unternehmerpersönlichkeit und seine Beziehung zu den herstellenden Betrieben im Mittelpunkt; im letzten einzelne Programmbereiche, wie Militaria, Religion, Universalia, Wissenschaft, Medizin, Jura, Sachbuch und Ratgeber, Lexikon, Kartografie, Kunst, Architektur und Kunstgewerbe, quasi die großen Kojen einer virtuellen Buchmesse zu Leipzig. In der Tat nimmt die Charakteristik von Einzelverlagen eine auch qualitativ herausragende Rolle ein, wobei eben die Verlage, die bisher keine eigenen Verlagsgeschichten aufweisen, gebührend – und zuweilen auch auffallend nachdrücklich – in ihren Besonderheiten ‚geschichtsfähig‘ gemacht werden.

Das Werk hat einen großen, bis heute kaum überholten Vorgänger: die Buchhandelsgeschichte von Kapp/Goldfriedrich (Leipzig 1886 – 1913). Es setzt dort an, wo die beiden Buchhandelshistoriker den Zielpunkt sehen: mit der Gründung des Kaiserreichs. Einerseits wird das Vorgängerwerk so zu einer Vorgeschichte, andererseits müssen die Nachfolger den Impetus der klassischen Darstellung relativieren. Die ‚große Zeit‘ des Wilhelminismus, die Zeit der Reichsgründer oder ‚Gründerzeit‘ ist eher eine Zeit der Krisen und der Umbrüche, auch für die nun etablierten ‚großen‘ Häuser, deren Namen bis heute die Buchhandelsgeschichte

bestimmen. Die vorliegende Darstellung schließt mit dem Ende einer Epoche: dem Untergang einer ‚belle époque‘ im ersten Weltkrieg. Die ‚großen‘ Buchhändler sind zu Porträts in zuweilen erhaltenen, zuweilen aber auch gründlich ruinierten Verlagshäusern geworden. Die Frage nach ihren Verlagsprinzipien ist bis heute aktuell. Trotz der Medienumbrüche hat sich das Prinzip des verantwortlichen Verlegers erhalten, auch wenn die großen Häuser gelegentlich etwas zu groß erscheinen. Ein Einzelreferat aller einschlägigen Forschungserkenntnisse muss den Rahmen einer Rezension sprengen. In dieser Beziehung hat das Werk den Charakter eines Forschungskompodiums, das in der Folge auch bei Einzeluntersuchungen immer wieder konsultiert werden muss. Die hier niedergelegte Forschungsleistung en detail kann kaum überschätzt werden.

Methodisch trägt der Band dem Detailreichtum Rechnung, indem er an die Stelle der großen Geschichte im Sinne einer Sozialhistorie die Vielzahl der kleinen Geschichten zu setzen weiß. Die Einleitung von Monika Estermann und Georg Jäger reflektiert das „erweiterte Methodenangebot“ (S.11). In seinen ‚Leitlinien‘ knüpft es einerseits an den kultur- und wirtschaftsgeschichtlichen Zugriff Goldfriedrichs an, andererseits betont es die gesellschafts-, kultur- sowie technik- und wirtschaftsgeschichtlichen Rahmenbedingungen, auch in deren Voranstellung im Aufbau des Bandes. Dem Rezensenten eines medienwissenschaftlichen Organs muss auffallen, dass hier weder das Wort noch der methodisch-integrierende Ansatz der Mediengeschichte einbezogen werden, zumal deren konstitutive Elemente aufgeführt sind. Ebenso bleiben kommunikationsgeschichtliche Ansätze außer Betracht, obwohl auch sie implizit genannt sind. Der Buch- und Buchhandelsbereich definiert sich so als ein Eigenbereich, dessen Wechselwirkungsgeschichte mit anderen Medien auch im Text weithin ausgeblendet bleibt. Das die Verleger mit ihren Autoren um 1900 bereits die entscheidenden ‚Inhalte‘ der mit dem Film aufkommenden Audiovisionen hatten, das wussten die Autoren selber, aber auch die Verleger, wie z. B. S. Fischer, sehr genau. Das Stichwort hieß damals schon ‚Nebenrechte‘, und allein mit diesem Stichwort werden die Neuen Medien aus dem Tempel der Buchkultur gewiesen, auch wenn man – nicht nur im Kontext des ‚festen Ladenpreises‘ – sehr wohl auf Einkünfte aus diesem Bereich spekulieren durfte. Die Einlösung dieser Spekulation ist jedoch zeitlich gesehen, erst nach dem ‚Zusammenbruch‘ 1918 auf der Tagesordnung. Dass die möglichen Gewinne längst verwirtschaftet waren, wird um 1900 noch kaum wahrgenommen, allenfalls bei den sensibelsten unter den Autoren, wie etwa Hofmannsthal, Schnitzler, Thomas Mann, auch Hermann Hesse.

Werden hier ‚große‘ Namen aus der Literaturgeschichte genannt, so ist damit zugleich auch der andere Abgrenzungsbereich der neuen Buchhandelsgeschichte bezeichnet. Sie ist, in Hinsicht einer Autorengegeschichte, eine Geschichte ohne Namen, eine Folge und Folgerung aus dem sozialgeschichtlichen Ansatz. Auf der anderen Seite lässt sich dieser Verzicht auf Literaturgeschichte auch als Hinweis auf deren prekären Status im Zeitalter der Audiovision lesen. Der erste Teil der

neuen Buchhandelsgeschichte kann die Audiovision noch als Nebensache betrachten. Im zweiten, für das Jahr 2002 angekündigt, wird die ‚Krise des Buchs‘ im Zeitalter der Audiovision zum Thema werden müssen. Der Rezensent ist auf den notwendigen Perspektivenwechsel von der ‚Leitlinie‘ Sozialgeschichte auf den Einbezug eines mediengeschichtlichen Blickwinkels gespannt.

Helmut Schanze (Siegen)