

GEISTIGE NAHRUNG

Die neuen Bücher-Kapitäne - warum Lesen überlebensnotwendig ist

von Max Dohner - Schweiz am Wochenende • 12.8.2018 um 04:00 Uhr



Das Schiff sinkt. Ein paar aber bleiben an Deck, animiert und fröhlich.
Das Schiff heisst «Belletristik». Ein neues Haus segelt breit ein. Sogar
ein Sachbuch-Verlag wagt den Törn.

© Getty Images/iStockphoto

**Wir joggen, gehen fein essen, lackieren die Nägel. Alles
für den Körper. Das Innere bleibt leer. Aber auch die Seele**

braucht Nahrung. Satt machen uns Bücher. Warum Lesen überlebensnotwendig ist.

Die Geschichte von der Arche Noah und dem Überleben aller Geschöpfe müsste man, mit Blick auf die Buchverlage heute, diese schwimmenden Häuser der Literatur, so erzählen: «Papa, das Dach der Arche ist morsch. Die Sintflut regnet rein.» - «Schon okay, Junge, wir schaffen das.» - «Papa, auch der Boden leckt.» - «Ist normal, Junge, geht schon.» - «Und das Schiff brennt überall.» - «Lass jetzt gut sein, Junge. Wir sind die Arche Noah. Vor uns geht alles andere unter. Das steht festgeschrieben im ältesten Buch der Welt.» - «Papa, was ist das, ein Buch?»

WERBUNG



inRead invented by Teads

Das Bild der Arche trifft. Wer mit Büchern unterwegs ist, der glaubt, dass schon dank weniger Exemplare die ganze Fauna der geistigen Welt überlebt. Die richtigen paar Exemplare. Darum fragt man auch: «Welche drei Bücher nimmst du mit auf die Insel?» Und jeder nennt drei Survival-Werke. Niemand fragt irritiert: Wozu

brauche ich mutterseelenallein denn ein Buch? Allerdings...

Neulich im Zweier-Bus in Aarau unterhielten sich zwei Teenagerinnen. Die eine erzählte, zum Geburtstag habe ihre beste Freundin ihr ein Buch geschenkt. Sagt die andere: «Scheisse, wie konnte die dir so was nur antun!» Kein bisschen Ironie, heiliger Ernst. Tönte entfernt schon etwas nach Untergang. Muss man sich mit der Gesellschaft solcher Abenteurerinnen begnügen, wird die Insel zur Hölle.

Trotzdem gilt (noch): Insel, Arche, Buch - damit kann sich der Mensch retten, nackt, aber innerlich reich, wenn da draussen die Brühe weiter steigt. Folgerichtig nannte sich mal ein Zürcher Verlag «Arche» - wie andere längst versunken oder aufgegangen in einem deutschen Konglomerat. Da hatte es Elefanten an Bord wie Dürrenmatt, Hirsche wie Loetscher oder Muschg. Ezra Pound, Gertrude Stein, William Faulkner. Und als smarten Fuchs «Der kleine Prinz» von Antoine de Saint-Exupéry. Schon diese stolze «Arche» aber musste bald bedrohlich Schlagseite gehabt haben. Um sie auf Kurs zu halten, wurde ein zweites Segel gesetzt: der Sanssouci-Verlag, für gleichmässigen Wind dank flotter Unterhaltung.

Alles fürs zweite Dasein im Leben

An diesem Rezept änderte sich nichts, alle hielten sich dran. Ernst Rowohlt (1887-1960), einer der Bewohner von ganz oben im Pantheon der Verleger, fiel mit seinem ersten Buch «Lieder der Sommernächte» voll auf die Nase. Diese legendäre Nase, die er früh hatte für Kafka, Kurt Tucholsky, Robert Musil und so weiter. Schriftsteller solcher Kaliber finanzierte Rowohlt von Anfang an quer mit Unterhaltung. Sagen wir: mit Schund.

Diese Strategie muss man heutigen Literaturverlagen also gewiss

nicht vorwerfen. Und doch ist inzwischen vieles anders: «Früher»,



Daniel Kampa, der Gründer des neuen Kampa-Verlags.

© Claudio Thoma

sagt Daniel Kampa in Zürich, «früher war es schwierig, mit guten Büchern Geld zu verdienen. Heute ist es sogar schwierig, mit schlechten Büchern Geld zu verdienen.» Dazu lacht er - in der Tat: ein gelungenes Bonmot. Was darf man denn mehr erwarten beim Untergang der Arche? Die alte Glut, sobald was funkelt. Und die verglimmt nicht.

Natürlich steht der übersprudelnde, bei allem so vergnügte Kampa exemplarisch auch für eine Haltung: Alle Belletristik-Verleger haben die neuste Studie des deutschen Börsenvereins intus. Alle sind sie bleich geworden: Zu Millionen brechen die Leserzahlen ein, während sich Umsatz und Bücherverkauf

einigermassen halten. Extrapoliert auf die Zukunft hiesse das: Die Leute kaufen Bücher, aber niemand liest mehr welche. Kein Unbehagen an der Kultur. Viel doofer: keine Zeit mehr. Ewig online und am Ende des Tages keine Ahnung, weswegen. Anders die Kinder; die lesen lieber analog. Das ist das Ergebnis der neusten Kinder-Medien-Studie, die eine Allianz von deutschen Verlagen vorgestern publiziert hat.

Mitten in diesem - zurückhaltend ausgedrückt - zappendusteren Szenario gründete mit 47 dieser Mann seinen Kampa-Verlag. Und betritt damit im Herbst die Bühne - nicht als Neuling; diese Bühne kennt Kampa seit einem halben Leben: 20 Jahre Diogenes, 4 Jahre verlegerischer Geschäftsführer bei Hoffmann & Campe in Hamburg. Jetzt der Start gleich mit vierzig Büchern im ersten Programm. Kampa lanciert den ganzen Georges Simenon wieder neu, den Grossmeister des Kriminalromans. Und scheint im Garten seines Stadthauses am Zürichberg, mit Blick auf nichts als Wald (Agglos, die «ins Grüne ziehen», machen etwas falsch) glücklich wie einer, der sich gerade das grösste Lebensgeschenk gönnt.

Da muss man unweigerlich an den alten Spruch denken: «Ich leb und waiss nit wie lang. Ich stirb und waiss nit wann. Ich far und waiss nit wihin. Mich wundert das ich so frölich bin.» Ein populärer Spruch christlicher Frömmigkeit. Die Letzten, die sich noch derart fromm in der Geschäftswelt von heute dazu bekennen, scheinen die Verleger zu sein. Dafür kann es nur eine Erklärung geben: Genau in dieser unbestimmbaren Bestimmung, im festen Mut zum Ungefährlichen liegt der Sinn der Sache. Die Welt der Bücher kann nicht untergehen, weil die Welt des Menschen nicht untergeht. Sein inneres Dasein, sein zweites Leben. Auch wenn Heerscharen sich so verhalten, als sei ihnen wurscht, wenn ihr inneres Leben noch vor dem Blühen welkt. Musik mag daran anklingen, reden davon tut nur die Sprache. Umso drängender stellt sich die Frage: Warum haben Literaturverlage heute dermassen zu kämpfen?

Haben die Leute - wie die Teenagerinnen im Bus - kein Gefühl mehr für ihr zweites Dasein, für den Himmel in Kopf? «Wenn die Leute so blöd sind und nicht lesen, dann ist das eben so.» Das sagte in der vergangenen Woche Philipp Keel in einem Interview zur deutschen «Zeit». Gegen Schluss äusserte er den stupenden

Satz: «Wäre ich wirklich frei und cool, würde ich im Moment Bücher am liebsten verschenken.» Philipp Keel ist Chef des Diogenes-Verlags, das grösste Belletristik-Haus der Schweiz. Daniel Kampa ist neu die Nummer zwei. Vorher war Kampa beim Diogenes-Verlag gewesen, der unter anderen Georges Simenon im Programm hatte, jetzt Säulen-Autor bei Kampa.

Das Los der Selbstvermarkter

Was sagen die beiden dazu? Wie zu erwarten nicht viel. Keel in der «Zeit»: «Das ist eine tiefe Kerbe in unserem Baum.» Und Kampa bei unserem Besuch: «Laufen wir uns an der Buchmesse über den Weg, klar, dann werden wir uns grüssen.» Georges Simenon fehle seit zwei, drei Jahren am Markt; die Erben seien auf ihn zugekommen, sagt Kampa: «Es ist ein grosses Investment, auch eine grosse Liebhaberei. Büchermachen ist generell Spass und Wahnsinn. Ich kann mir nichts Besseres vorstellen. Und habe auch nie etwas anderes gemacht, mein Leben lang.»

Was gilt einigermassen zeitlos fürs Buchgeschäft, was wäre mit Blick auf die Zeit allenfalls zu ändern? «Die Strukturen», sagt Kampa, «der Overhead. Die veränderten Gewohnheiten der Leute muss man anders nutzen.» Kampa legt Bücher auf für Leser, die etwa im Flugzeug lesen. Zum Beispiel eine neue Novelle von Hansjörg Schertenleib. Und Bücher für ein Publikum, dessen Wertschätzung nicht erkämpft, aber noch verfeinert werden kann. Zum Beispiel mit einer gepflegten Neuauflage von Hans Falladas «Kleiner Mann, was nun?».

Mehrfach streicht Kampa die eminente Bedeutung des Buchhandels heraus. Er zitiert Helmut Schmidt, der dank Büchern sein politisches Handeln verfeinerte - und nicht zuletzt seine Rhetorik: «Buchhandlungen», sagte Schmidt, «sind die geistigen

Tankstellen der Nation.» Literaten würden eine andere Metapher wählen. Inzwischen gibt es tatsächlich Millionenstädte ohne eine Buchhandlung, die den Namen verdient. Da möchte ein Mensch à la longue wahrhaftig nicht leben. Viel humaner als urbane 100-Pro-Partywüste erscheint jedem die Vorstellung von der einsamen Insel mit drei Büchern.

Buchhandlungen sind Sortierer der schieren Menge. Umso wichtiger, je mehr die Zeitungsfeuilletons die klassische Rolle preisgeben und in lemurenhafter Saisonhetze jeweils die gleichen paar Markt-Munis prämiieren, den feuchten Finger stets im Westwind. Kampa plädiert drum für die Buchpreisbindung. Und mehr: für Ideen zur Förderung von Buchhandlungen, «eigentliche Kulturzentren von Dorf und Stadt». Eine Welt ganz ohne Buchhandlung - das gleicht als Bild tatsächlich der Apokalypse. Nun könnten sich der geneigte Leser, die Leserin ja auch im Netz kundig machen und unabhängig von «Zwischenhändlern» den Geist alimentieren. Autorinnen und Autoren, auch namhafte, die wegen enttäuschender Quoten aus ihren Verlagen vergrämt worden sind (wer wäre so tollkühn und setzt diese Liste der ungeschminkten Kulturwahrheit mal in Umlauf?), haben das Heft längst in die eigenen Hände genommen. Dank Blogs und Bezahlverlagen.

Naive werden freilich gern ausgenommen wie Weihnachtsgänse. Man verspricht ihnen etwa einen Auftritt an der Buchmesse Leipzig. Darauf finden sich die Unglücklichen wieder in einer eigens geschaffenen «Desolation Row», wo sie ihr selber bezahltes Buch vorlesen vor ihresgleichen, die das nicht die Bohne kümmert. Andererseits druckten selbst Nobelpreisträgerinnen auf Books on Demand (BoD), einem sauber deklarierten Bezahlverlag, auf eigene Kosten Werke, die von der Backlist ihres Verlags verschwunden sind (Elfriede Jelinek).

Abgesehen vom enorm gewachsenen Graubereich heuchlerischer Verlage, die das Schröpfen von Dichtern mit albernem Klappen-Gedöns vernebeln, gibt es eine Reihe ehrbarer mittlerer Häuser, die - wünschenswert unverblümt - den «Kostenfaktor ansprechen» gegenüber Künstlern. Künstlerisch wertvoll schliesst a priori «mögliches Sponsoring» kaum aus. Tat es beim klassischen Mäzenatentum ja auch nie - Bonsoir cher Molière! Trotzdem nähert sich das heute den Gepflogenheiten von Formel-1-Rennställen, die ein Fahrertalent nur in die Boliden setzen, wenn es Kies mitbringt, viel Kies.

Urs Heinz Aerni «kann dem ein gewisses Verständnis entgegenbringen». Aerni ist Literaturagent, Journalist und Ornithologe. Er vertritt Bücher, organisiert Veranstaltungen, bringt Branchenleute zusammen. Zurück von einem Podium in Innsbruck, eingeladen als Berater für Verlage und Schreibende, reden wir mit Aerni am Telefon. «Verleger müssen mehr improvisieren», sagt Aerni, «auch solche von altem Schrot und Korn. Zentral soll jedoch das Herzblut für die Sache bleiben. Wer Dichter verkauft, wie ein anderer Spieler vermittelt für die Bundesliga, scheitert. Bei Büchern den Fokus aufs Geschäft zu richten, hinterlässt Brache, geistig und kommerziell. Das gilt meiner Meinung nach auch für Zeitungsverlage. Ein Naturschützer will die Natur auch nicht primär des Geschäfts wegen schützen.»

Fragwürdig findet Aerni hingegen, wenn das Schielen auf den Kommerz ins Denken der Dichter selber sickert. Gerüchte aus Literaturinstituten, «sei es Leipzig, Hildesheim oder Biel, legen den Verdacht nahe, dass hier auch geübt wird, wie man Gesuche stellt für Fördergelder. Und das Branding, Merchandising frommer Dichter. Hätte Robert Walser eine kernige PR-Figur aus sich kneten lassen? Oder Nabokov eingewilligt, ein T-Shirt von sich zu verramschen?»

© Copyright 2010 – 2018, az Aargauer Zeitung