Sender Freies Berlin/ Kulturradio
Sendetermin 10.1.2004

"Literaturklassiker: Bestseller oder Ladenhüter?"

MUSIK - Beeth. 9. Sinfonie „Freude, schöner Götterfunken“
„Am wenigsten geht immer Schiller. Es geht mehr Goethe. Es ist immer toll, wenn sie mal über Goethe Gespräche anfangen und die Leute fangen an den Faust zu zitieren und plötzlich steht Ihnen ein Kunde gegenüber sagt: Ja, ja, die Botschaft hör ich wohl, allein mir fehlt der Glaube.“ „Der Divan“; Ursula Kiesling
MUSIK
„Ich hab gerade gestern Abend eine Lessing-Ausgabe verkauft, aus der Frankfurter Bibliothek von Suhrkamp. Das sind schon tolle Ausgaben, die sind ja auch alle neu kommentiert worden. Man muß sich nur ein bisschen damit auseinandersetzen, dann kann man das natürlich immer wieder verkaufen. Es gibt viele Menschen, die doch das Bedürfnis haben, dann mal wieder einen Goethe zu lesen. Es ist immer wieder die Hamburger Ausgabe von Beck, weil das dann doch die am besten kommentierte Ausgabe ist. Oder sie nehmen mal die Goethe-Ausgabe von Hanser, die ja hoch interessant ist, da gibt es ja immer wieder etwas Neues an Literatur zu entdecken.“ „Der Divan“; Ursula Kiesling

Zu den Klassikern, so die Definition des Deutschen Wörterbuchs, gehören die, „deren Werke über ihre Zeit hinaus als mustergültig und als von bleibendem Wert anerkannt worden sind.“ Johann Wolfgang Goethe ist unerreicht der beliebteste Klassiker der deutschen Literaturgeschichte.

Geräusch – Einwählton d. Computer ins Internet + Tippen

Tippt man beim Internetbuchhändler Amazon das Stichwort Goethe ein, erhält man 5131 Einträge mit lieferbaren Produkten.

Zum Vergleich: Schiller ist mit 2113 vertreten, Shakespeare mit 1039, Kafka mit 903, Kleist mit 888 und Dostojewski mit nur 342.

Das Angebot zu Goethe reicht von der edlen Luxusklasse, der 39 bändigen, in Leder gebundenen Jubiläumsausgabe des Deutschen Klassiker Verlags für fast 6.000 Euro, über Lese- und Geschenkausgaben, Begleit-Editionen zu spektakulären Theaterinszenierungen bis hin zu Appetitmachern wie der Kurzeinführung „Goethe für Eilige“ von Klaus Seehafer oder dem kleinen Überraschungsbestseller „Das Geschwindigkeitsempfinden in Goethes Werken“.

Bildungsbürgerliche Leidenschaft herrscht in der Berliner Buchhandlung „Der Divan“.

„Ich glaube, wir haben Faust-Ausgaben ganz viele da. Das ist wohl immer mal meine eigene literarische Neigung, dass ich immer nachlese und gucke, wie sattelfest ich bin beim Faust. Ich hab sogar persönlich eine Japanische Ausgabe, die hat mir mal einer mitgebracht. Das fand ich so süß, kann ich ja nicht lesen. Gerade in der Klassik, mit Dünndruck, Leder, Goldschnitt, muß stimmig sein, das ist noch was besonderes. Die anderen Bücher sind dann vielleicht Gebrauchtware dagegen. Es ist vielleicht nicht das richtige Wort. Aber es ist dann Gebrauchsware und das andere ist das Besondere und Klassiker sind eben etwas Besonderes. Da wollen wir uns nichts vormachen.“

Es ist die späte Gunst von Gutenberg. Selbst in Zeiten, wo die Lust auf Neues kaum mehr zu bremsen ist, wo die Tische mit den Neuerscheinungen so schnell wieder abgeräumt werden, wie sie aufgebaut wurden, und man sich kaum mehr traut, über Bücher zu sprechen, die bereits durch das Raster der Medien gerutscht sind, ist das Besondere und Bewährte noch in Vielfalt und Fülle im deutschen Handel vertreten.

Nach einer 1998 für den Börsenverein des Deutschen Buchhandels erstellten Statistik, entscheiden sich von Romankäufern fast zehn Prozent für die

sogenannte Rubrik „Klassiker und anspruchsvolle Literatur“ - besser im Rennen liegen nur Krimis mit 13 Prozent und natürlich die sogenannten „heiteren Romane“ mit fast 18 Prozent.

Bei dtv, dem Deutschen Taschenbuch Verlag in München, wo man – wie bei den meisten literarisch ambitionierten Publikumsverlagen – die Klassikerschätze mit einem eigenen Lektorat betreut, glaubt man die Trouvaillen der Weltliteratur sogar im Aufwind. Nicht ohne Stolz verweist man auf die seit 1997 verlegte „Bibliothek der Erstausgaben“. Von Lessings „Nathan der Weise“ bis zu Adalbert Stifters „Brigitta“ reicht die inzwischen 57 Ausgaben umschließende Erfolgsreihe mit orginalgetreu nach den Erstausgaben editierten Texten.

Die Zeiten stehen günstig für klassische Titel – wegen des allseitigen Lamentos über eine erzählschwache Gegenwartsliteratur, wegen der Pisa-Studie und vor allem wegen der derzeit emphatisch geführten Werte- und Kanondiskussion. Martin Setzke, Chefeinkäufer für Belletristik bei der Buchhandelskette Hugendubel in Berlin.

„Moment, hängt das alles mit „Wer wird Millionär zusammen“. Es war halt der öffentlich Anschub, dass jeder sich plötzlich um Allgemeinbildung bemühte. Dann anschließend fing man an: „Was muß man denn lesen?“ und „Was braucht es denn?“ und „Was muß ich wissen, damit ich bei „Wer wird Millionär gewinnen kann?“ Und gleichzeitig auch Gewinner bei jeder Abendunterhaltung. Das ist eben eine sehr zweischneidige Sache. Wir werden auch gefragt nach Büchern, die den Leuten eben das Lesen abnehmen. Kurze Inhaltsangaben, irgendein vorgefertigte Meinung. Aber das ist letztlich der Auslöser der Kanondebatte, weil man dann überhaupt darüber spricht, was ist lesenswert und was nicht. Aber jeder Kanon ist letztendlich lächerlich.“

Mit bestem Gefühl für den Bildungsdiskurs gab im letzten Jahr der wohl unermüdlichste Hüter deutscher Klassiker, Marcel Reich-Ranicki, eine 20 bändige Bücherkassette mit deutschsprachigen Romanen im Suhrkamp Verlag heraus. Kurze Zeit später folgte gleich ein zweites, mit über 5000 Seiten nicht weniger schweres Bücherpaket, das pünktlich zur Weihnachtszeit 180 deutschsprachige Erzählungen aus den letzten zwei Jahrhunderten versammelt.

Dem ZDF war diese pädagogisch ambitionierte Anthologie, die Reich-Ranicki als „höfliches Angebot“ zur Orientierung in der unübersichtlichen Bücherflut verstanden wissen will, sogar eine besondere Sendung wert.

„Klatschen...Herzlich Willkommen liebes Publikum hier im Studio, herzlich Willkommen liebes Nachtstudio-Publikum daheim in den Kuschelstuben und in den Leseecken, wir haben Sie heute zu etwas ganz Besonderem eingeladen, nämlich der langen Nacht der Erzählungen.“

Ob das didaktische Unterfangen tatsächlich in die Kuschelstube führt, ist zweifelhaft. Überzeugender ist der Ansatz, das Bewährte im Bezug zur Gegenwart immer wieder neu entdecken zu wollen, die Weltliteratur einem ständigen Revisionsprozess zu unterziehen; der Standardfrage der englischen Literaturbetrachtung zu folgen: „How good is Hamlet“ .

So sehr Autoren wie Jean Paul, Ludwig Tieck oder Wilhelm Raabe von Germanisten geschätzt werden, zu guten Geschäften taugen diese Klassiker nicht. Sogar Balzac ist in den letzten Jahren ein wenig aus der Mode geraten. Bessere Umsatzzahlen erzielen Flaubert oder Stendhal. Zur Rezeption klassischer Titel im Handel und dem unweigerlichen Aussortierungs- und Wiederentdeckungsprozess noch einmal Martin Setzke.

„Also abgesehen jetzt von Wahrnehmungsmoden, wie man sie aus der Literaturgeschichte kennt, also dass bestimmte Autoren ihrer Zeit voraus, oder ihrer Zeit sehr nachgeschrieben haben, das geschieht immer wieder. Es gibt auch immer wieder die Wiederentdeckung von Klassikern. Mein weiß das aus der Literaturgeschichte. Hopkins, einer der großen englischen Lyriker des 19. Jahrhunderts wurde erst im 20. Jahrhundert wahrgenommen, genauso Hölderlin hat es sehr sehr lange gebraucht bis man ihn wahrgenommen hat und hatte dann erst seine Hochzeit eigentlich erst Anfang des 20. Jahrhunderts. Und es gibt auch bestimmte Autoren, die heute niemand mehr liest, die aber vor zwanzig, dreißig Jahren noch große Klassiker waren wie zum Beispiel C.F. Meyer die ganzen Novellen, sieht man überall auf dem Flohmarkt oder bei den Großeltern meterweise im Regal stehen oder Gustav Freytag wird nicht mehr gelesen heutzutage und spielte noch eine ganz große Rolle vor dreißig, vierzig Jahren und ist jetzt erst Mal

verschwunden. Das passiert witziger Weise momentan den Realisten des 19.Jahrhunderts. Also Gottfried Keller, „Der grüne Heinrich“ ist zwar immer noch ein Kanon-Titel, aber wird nicht wirklich gelesen.“

In der Branche nennt man es „Rosinenpicken“, wenn klassische Titel immer mal wieder aus dem Keller geholt oder anläßlich von Jubiläen neu übersetzt oder ediert werden. Da siebzig Jahre nach dem Tod der Autoren, so die allgemein gültige Regelung, die Schutzfrist verjährt, kann allerdings jeder, der mag, am Kuchen der Weltliteratur mitnaschen, je nach Saison und Belieben mal wieder Proust, Dickens oder Jane Austin auflegen. Doch lukrativer als das Publizieren von Klassikern des 17., 18. oder 19. Jahrhunderts ist das Geschäft mit den Klassikern der Moderne, deren Rechte noch gebunden sind. Solche Dauerseller bilden für viele Verlage noch immer die ökonomische Basis.

Zur Backlist-Pflege Susanne Schüssler, Verlagsleiterin des Wagenbach Verlags in Berlin: dort werden circa 500 Titel – vor allem italienische Klassiker des 20zigsten Jahrhunderts wie Natalia Ginzburg oder Luigi Malerba - ständig lieferbar gehalten.

„Wir müssen nicht jedes Jahr, so unglaublich kämpfen, um überhaupt unseren Umsatz zu bekommen. Natürlich müssen wir auch kämpfen, aber nur um die Hälfte unseres Umsatzes und nicht um den gesamten Umsatz, wie es bei manchen anderen Verlagen ist. Und wenn man nur um einen Teil des Umsatzes kämpfen muß, ist man leichter bereit auch langfristige Investitionen aufzunehmen - also wieder Autoren neu aufzubauen – und weniger geneigt, sich an diesen Vorschußspekulationen zu beteiligen.“

Die lebendigste und größte Backlist führt der Suhrkamp Verlag mit Autoren wie Brecht, Frisch oder Hesse. Aber auch Verlage wie Hanser, Ammann, Diogenes, Rowohlt, S. Fischer oder der Kiepenheuer und Witsch haben neben ihren zeitgenössischen Zugpferden diverse Klassiker der Moderne im Schrank - von Nabokov, Tucholsky, Salinger, Hemingway, Camus, Roth, bis hin zur typischen Schullektüre wie Dürrematt oder Böll.

Was ein Dauerseller im Vergleich zu teuer eingekaufter, meist schnell vergänglicher Bestseller-Importware wert ist, weiß auch René Strien. Programmchef des Berliner Verlagshauses Aufbau.

„So ein irrwitziger Seller wie die Päpstin von Donna Cross, den wir, ich weiß es jetzt selbst nicht genau, seit sechs oder sieben Jahren im Programm haben und immer noch in unteren bestsellerfähigen Stückzahlen verkaufen, ist eine absolute Ausnahme. Und da ist dann immer sehr schnell der Dauerläufer, der Marathonläufer Feuchtwanger, Seghers ect., der holt dann diese Titel sehr schnell wieder ein und läuft immer noch und läuft immer noch und trägt schon zur Wirtschaftlichkeit des Verlages bei.“

Das Geschäft folgt einer im Grunde einfachen Verwertungsformel. Hat der Verlag einen Erfolgsautoren unter Vertrag, wird er und sein Werk über Jahre gepflegt und gehegt; es wird in aufwändig edierte Ausgaben und Übersetzungen investiert, die später kostengünstig in Taschenbucheditionen nachgedruckt werden können. Zu den Cash Cows der Verlage, die sich in guten Fällen über Jahrzehnte anzapfen lassen, der Verleger des Berlin Verlags Arnulf Conradi.

„Der Aufbewahrungsort der Klassiker ist heute schlechthin das Taschenbuch. Das ist nicht nur beim Berlin Verlag so, sondern das kenne ich aus meiner alten Wirkungsstätte Fischer. Das weiß ich von Suhrkamp. Ich habe ja mit Unseld zusammen den Berlin Verlag gegründet. Wenn Fischer, die Taschenbuchrechte von Thomas Mann nicht gehabt hätte, wären sie wahrscheinlich längst untergegangen. Ich weiß von Unseld, dass Suhrkamp ohne die Taschenbuchrechte von Hesse nicht überlebt hätte. Das sind Dinge, die einen Verlag über Wasser halten.“

Die Verkaufszahlen sind beeindruckend. „Berlin Alexanderplatz“ von Alfred Döblin, der bei dtv verlegt wird, hat sich inzwischen über eine Million Mal verkauft. Nicht weniger schlecht läuft die im S. Fischer Verlag verlegte Essaysammlung „Sternstunden der Menschheit“ von Stefan Zweig.

Doch bis ein Titel zum Dauerseller avanciert, können Jahre vergehen. Manchmal wartet man vergeblich, manchmal hat man Glück und einem fällt ein solcher Dauerseller wie eine Sternschnuppe in den Schoß. Arnulf Conradi zu einem Klassiker der amerikanische Moderne

„Carver zu machen, jemand der amerikanische Literatur studiert hat und die Chance kriegt, Carver zu übersetzen, der springt darauf. Als der Agent angerufen hat, der Peter Fritz aus Zürich, und gesagt hat ‚Willst du Carver machen‘, da hab ich gesagt: ‚Was willst du haben, meine Frau, mein Haus, mein Auto?‘ Ich würde alles dafür geben. Das ist so etwas, das man macht, weil man weiß, das ist ein Klassiker und der wird im Taschenbuch ewig weiterleben und so was macht man einfach, da wäre man verrückt, wenn man es nicht machte. Das ist auch gar kein Risiko. Wir hatten einen überwältigenden Erfolg im Hardcover, weil Carver nie vernünftig ediert auf dem Markt war in Deutschland, auch nie vernünftig übersetzt. Deshalb war das eine ziemlich sichere Sache, das hätte auch jeder andere gemacht, wenn der Agent den Michel Krüger von Hanser angerufen hätte, hätte der das auch gemacht.“

Dass ein Autor wie Carver alle Voraussetzungen für einen Klassiker auf dem deutschen Buchmarkt hat, erklärt nicht nur seine Stellung als Meister der amerikanischen Kurzgeschichte, sondern auch die kritische Resonanz in den Medien und seine Bedeutung als Vorbild für jüngere Autoren wie Judith Hermann oder Ingo Schulze. Nicht immer ist es für einen Verlag allerdings sicher, dass sich die verlegerischen Mühen auch rentieren und die langfristige Wirkungsentfaltung auch klappt. Für den schnellen, rentierlichen Ritterschlag taugt in der Regel die bedeutendste literarische Auszeichnung aus Stockholm.

„Also ich hoffe sehr, dass Atwood in den nächsten Jahren den Nobelpreis genau wie Nadine Gordimer und dann ist sie ein Klassiker und dann werden sich ihre Bände gleichmäßig verkaufen und das ist sozusagen die Basis für einen lebensfähigen Verlag.“

Beim Deutschen Taschenbuch Verlag wird im Herbst eine Kassette mit Nobelpreisträger-Literatur zum komprimierten Nachblättern und Wiederentdecken für 216 Euro erscheinen.

Musik „Dr. Schiwago“

Pasternak, Grass, Beckett, Hamsum, Sartre, Pirandello, Steinbeck, Gide, Lagerlöf, Beckett, Neruda, Bellow, Kipling - die meisten Namen sind noch immer lebendig und ganz präsent in den Verkaufsregalen.

Fast noch wichtiger als der Nobelpreis scheint für den Bekanntheitsgrad klassischer Titel inzwischen das Medium Film zu werden. Als die BBC im Mai letzten Jahres zur „Big Read Exercise“ aufrief, um die hundert beliebtesten Bücher Großbritanniens auszuwählen, waren von den auserkorenen Titeln allein siebzig verfilmt. Im Frühjahr wird auch bei uns ein solcher literarischer Hitlisten- und Rankingwettbewerb über die Bildschirme flackern. Man darf gespannt sein, welche Titel ins Kröpfchen beziehungsweise ins populäre Töpfchen kommen.

Bei Artemis und Winkler tragen die klassischen Dünndruck-Ausgaben neuerdings Film-Stills statt Radierungen auf ihren Umschlägen. Auch der Berliner Aufbau-Verlag, zu DDR-Zeiten für seine Klassikerausgaben berühmt, reagiert inzwischen mit seinen Schätzen wie selbstverständlich auf das mediale Tagesgeschehen. René Strien.

„Da haben wir auch gar keine Hemmungen, – wiederliches Wort Synergie-Effekte zu nutzen, mit anderen Medien. Wir haben sehr viel Henry James publizieren können und verkaufen können, nur weil es dann Verfilmungen gab, wir haben Dumas und alles mögliches wirklich in richtig ordentlichen Stückzahlen verkaufen können, weil wir haben den Original Shakespeare in den unterschiedlichsten Varianten verkaufen können, weil irgendwelche Teenage-Varianten in Venice-Beach abgedreht wurden.“

Dem S. Fischer Verlag bescherte vor zwei Jahren die TV-Dokumentation „Die Manns“ eine sagenhafteVerkaufs-Lawine. Selbst dem Nachrichtenmagazin

„Der Spiegel“ war der Hype um die Künstlerfamilie eine Titelstory wert. Allein im ersten Jahr nach der TV-Sendung verdreifachten sich die Verkaufszahlen von Thomas Manns „Buddenbrooks“ auf 50.000 Exemplare.

Wenn Hollywood nicht hilft, bleibt immer noch das Feiern von Jubiläen, die wohl beliebteste Strategie, um klassischen Titeln eine Renaissance zu bescheren. In diesem Jahr hat nicht Anton Cechov seinen 100ten Todestag und der mittlerweile ein wenig in Vergessenheit geratene Eduard Mörike einen runden Geburtstag. Die Germanistin Magdalena Frank, seit vierzig Jahren Lektorin beim Aufbau Verlag.

„Jetzt ist zum Beispiel das Jahr 2004, das Mörike-Jahr, 200ter Geburtstag, da legen wir im Taschenbuch eine Biographie vor und natürlich muß man auch da sagen, ja wie macht man das? Der war eigentlich sehr sesshaft der Mörike, aufgrund seines beruflichen Werdegangs ist er aber immer umgezogen, also der war mindestens in neun, zehn Orten und diese Orte hat der Autor aufgesucht und schlägt praktisch von dem heutigen Eindruck die Brücke zu Mörikes Empfinden, also fanden wir, steckt eine Idee dahinter. Dann werden wir noch ein Band hundert Gedichte bekommen von einem Autor, der mit Mörike sehr verbunden ist. Natürlich beachtet man auch, was wir so im Fundus haben, aber das kann man nicht einfach so rausstellen.“

Warum das Neuausgaben-Prinzip und die marketinggeschulte Appetitmach-Events der Verlage sinnvoll sind und so gut funktionieren, weiß die Wagenbach Verlegerin Susanne Schüssler zu erklären.

„Man darf ja auch nicht vergessen, dass es jedes Jahr wieder junge Leser gibt, die von nichts eine Ahnung haben und anfangen zu lesen und noch nicht diese Leseerfahrungen haben. Das heißt, man muß durch Pseudo-Neuerscheinungen, weil ja nur dann der Buchhändler geneigt ist, wieder neu zu bestellen und es neu ins Programm zu nehmen, alte Dinge präsent zu halten. Das scheint mir sehr wichtig. Also man muß so ein Event um diese Bücher bauen. Leider ist unsere Kultur so angelegt, dass man eben nicht einfach wichtige Bücher gerne nachbestellt, sondern dass man so tun muß, als sei das eine Neuausgabe mit vielleicht noch mal einem neuen Vorwort

oder auch eine aktualisierte Ausgabe machen, was defacto wichtige Backlist-Titel sind, die man so am Leben erhält.“

Allein mit Cover-Couture verhalft der Wagenbach Verlag den Erzählungen von Doris Lessing „Das Leben meiner Mutter“ zu langem Atem. Seit 1987 wechselte der Band allein dreimal sein Outfit.

„...weil so ein Text ist ja unglaublich vielschichtig und bietet die Möglichkeit den auch unter verschiedenen Perspektiven zu sehen und in verschiedenen Umschläge und verschiedene Markt-Werbestrategien zu packen und wenn man das geschickt macht, kann man einem Autor und einem Buch auch zu langem Leben verhelfen.“

Es entspricht einer alten Faustregel im Klassikergeschäft - lieber einen bewährten Titel neu zu edieren beziehungsweise neu zu übersetzen und sich mit anderen auf den Markt zu drängeln, als einen Unbekannten aufzutun oder als einen zu Unrecht Übergangenen und Vergessenen einzuführen.

Der Hanser-Verlag wird nach Melvilles Klassiker „Moby Dick“, Manzonis „Brautleute“ und de Laclos „Gefährliche Liebschaften“ demnächst Cervantes „Don Quichotte“ und Stendhals „Rot und Schwarz“ in zeitgemäßen Neuübersetzungen herausgeben. Nicht anders beim Piper Verlag, wo im Frühjahr eine Neuübersetzung von Lampedusas Klassiker „Der Leopard“ erscheint - unter aufgefrischtem Titel als „Der Gattopardo“.

Neuübsetzungen, die derzeit in großer Zahl erscheinen, sind bei Leibe nicht immer Marketing-Einfälle, sondern wesentliche Beiträge zur Texterfassung. So war es, als vor Jahren die sensationelle Neuübersetzung Edgar Allen Poes von Schmidt und Wollschläger erschien. Jüngst sorgte die Neuübersetzung Dostojewskis von Swetlana Geier beim Ammann Verlag für großes Aufsehen.

„Neuübersetzungen sind halt immer dankbar, weil eine Neuübersetzung immer ein neues Thema wieder bietet, eine neue Sichtweise auf den Klassiker. Unterstüzt die Wiederentdeckung. Man kann es auch an Shakespeare beobachten, der halt dutzenden von Malen schon übersetzt

wurde und da gibt es halt verschiedene Sichtweisen, soll man ihn so übertragen wie er damals gewirkt hat auf das Publikum, das ist eine ganz andere Sichtweise, als wenn man ihn als Klassiker generiert wie es Schlegel du Tieck gemacht haben damals, und ihn sozusagen zu einem deutschen Autoren des 19.Jahrhunderts gemacht haben, so braucht jede Zeit ihre Neuübersetzung." M. Setzke

Klassiker werden eben nicht nur im geschäflichen Sinne als Cash Cows gemolken. Für gute Milch müssen sie stetig gehegt und gepflegt werden. Im S. Fischer Verlag arbeitet man an einer Großen kommentierten Frankfurter Ausgabe von Thomas Mann, bei Kiepenheuer & Witsch Verlag an der Kölner Ausgabe von Heinrich Böll - unterstützt von Stiftungen und Sponsoren, da ein solcher finanzieller Kraftakt für einen Verlag inzwischen kaum mehr allein zu stemmen ist. Die Lektorin Almut Giesecke zu der im Aufbau Verlag geplanten Großen Gesamtausgabe von Anna Seghers.

„Ursprünglich angelegt auf 22 oder 24 Bände. Also da möchte ich mich bitte nicht festlegen. Also wir machen so viel wir können. Wir arbeiten von Band zu Band praktisch. Die nächsten Bände sind bereits in Arbeit. Wie es weitergeht wird, können wir gar nicht sagen. Uns fehlen immer die Mittel, wir brauchen Druckkostenzuschüsse, wir brauchen Zuschüsse für die Honorare, wir brauchen Mitarbeiter. Das alles ist noch nicht so geklärt, das versuchen wir alles noch zu sichern. Das ist im Fluß."

In den USA, wo es schützende Marktreglementierungen wie die Buchpreisbindung nicht gibt, mußte Anfang der achtziger Jahre die Notbremse gezogen werden, weil die wichtigsten Titel der us-amerikanischen Literatur plötzlich nicht mehr lieferbar waren. Jetzt bringt die 1979 zur Rettung des kulturellen Erbes gegründete Stiftung „The Libary of America", die Klassiker in kommentierten, schön gebundenen Editionen heraus.

In Deutschland ist eine solche Situation - trotz notorischer Geldnot, zunehmender Marktkonzentration und dem langsamen Verschwinden unabhängiger Verlagshäuser – heute noch undenkbar. Die Frage ist, wie lange noch?

„Auf lange Sicht werden das die guten alten Zeiten sein. In fünfzehn Jahren ist das vorbei. Es wird nicht funktionierenWir werden uns da schon auf amerikanische Verhältnisse einstellen müssen denke ich. Speziellere Literatur wird es als Printing on Demand geben in Zukunft, aber nicht mehr in großen Auflagen wird es nicht mehr stattfinden." M. Setzke

Musik - Beeth. 9. Sinfonie „Freude, schöner Götterfunken"

Noch ist alles beim Alten. Zur Zeit laufen die Vorbereitungen für das Jahr 2005 auf Hochtouren: Dann hat nicht nur Thomas Mann seinen fünfzigsten, sondern auch der von der Prominenz Goethes ein wenig in den Schatten gestellte Schiller seinen 200ten Todestag. Es wird ein literarisches Eventjahr werden, eine Schiller-Show, an der sich unter anderen auch der Aufbau Verlag mit einer noch zu DDR-Zeiten begonnenen Werkausgabe beteiligen wird - zwar unter erheblich ökonomischen Druck, aber immer noch – wohl balancierend auf dem schmalen Grat zwischen Leidenschaft und Geschäftssinn - ohne Frage.

„Da hat man leider nicht die Wahl. Und zwar deshalb nicht, wenn man einen solchen Schatz besitzt, muß man ihn pflegen, hegen und bewahren. Da muß man dann halt auch in den sauren Apfel beißen und die editorischen Aufwand betreiben." Strien

Musik - Beeth. 9. Sinfonie „Freude, schöner Götterfunken"