

Laudatio auf die Preisträger des Kurt Wolff Preises 2017:
Verlag Schöffling & Co. (Hauptpreis) und Guggolz Verlag (Förderpreis).
Gehalten von Burkhard Spinnen am 24. März 2017 in Leipzig.

Soweit ich das Format oder die Gattung der Laudatio richtig verstanden habe, geht es dabei im wesentlichen um das Lob der auszuzeichnenden Personen oder Personengruppen. Daher ist es absolut unabdingbar, daß die betreffenden Personen oder Personengruppen an prominenter Stelle vorkommen und namentlich genannt werden, besser noch, daß das Reden über sie einen Großteil der Laudatio ausmacht.

Ich muß daher sofort um Entschuldigung bitten, wenn es den Anschein hat, als würde ich mit etwas Allgemeinem beginnen. Doch das erscheint mir wichtig, denn mit den diesjährigen Trägern des Haupt- und des Nebenpreises der Kurt Wolff Stiftung werden meines Erachtens nicht nur konkrete Personen ausgezeichnet, sondern darüber hinaus eine Idee, ein Konzept, vielleicht sogar eine Lebenshaltung, an der sie alle partizipieren. Ich spreche hier vom kleinen oder mittelgroßen Literaturverlag.

Gestatten Sie mir also ein wenig Abstraktion in Form von Wissenschaft, und Wissenschaft beginnt ja bekanntlich mit einer Frage, die ein wißbegieriges Individuum an die Welt stellt. Im vorliegenden Falle sei dieses wißbegierige Individuum einmal versuchsweise ich, und meine Frage lautet: Was ist eigentlich ein Literaturverlag?

Nun, da stellen wir uns einmal dumm. Ein Literaturverlag, das ist ein mehr oder weniger großer, ausreichend beleuchteter und temperaturregulierter Raum mit oder ohne Rauchverbot, der an jeder Seite ein Loch hat. Durch das eine Loch dringen geistige Produkte in diesen Raum ein, in der Regel in Form von digital aufgezeichneten Manuskripten. Diese geistigen Produkte sind zuvor auf eine geheimnisvolle Art und Weise entstanden, über die seit der Antike schon so viel nachgegrübelt wurde, daß ich dem hier nichts hinzufügen möchte, auch nicht meine eigene Theorie, die im wesentlichen lautet: Es kommt, wie es kommt.

Während also auf der einen Seite die immateriellen geistigen Produkte in den Literaturverlag eindringen, sei es nach Aufforderung, sei es unaufgefordert, verlassen ihn auf der anderen Seite durchaus reale, dreidimensionale Objekte, die gut in der Hand liegen, sauber in Folie eingeschweißt sind und der Preisbindung unterliegen. Sie funktionieren einzeln und in großen Massen als einwandfreie Konsumgüter, indem sie ausgeliefert, angeboten, beworben, gekauft, irgendwie und hoffentlich sinnvoll gebraucht und anschließend endgelagert, weiterverkauft oder entsorgt werden. Man nennt sie Bücher.

Die große Frage ist nun: Was geschieht innerhalb des dunklen Raumes Literaturverlag? Wie vollzieht sich die Metamorphose vom geistigen Produkt zum Konsumprodukt, oder einfacher gesagt: vom Manuskript zum Buch?

Nun, darauf gibt es natürlich eine Menge sogenannter handwerklicher oder professioneller oder geschäftsspezifischer Antworten. Man kann den Beruf eines Manuskriptverwandlers erlernen, er heißt Verlagskaufmann oder Verlagsbuchhändler; außerdem bilden eine Reihe von Universitätsinstituten Menschen in der Fähigkeit aus, bei besagter Metamorphose wesentliche Beiträge zu liefern, zum Beispiel als Lektor. Dennoch umgibt die Arbeit eines literarischen Verlags nicht zu Unrecht eine gewisse Aura von Mythos und Geheimnis.

Und das völlig zu Recht. Denn mag sich die Verwandlung von Manuskripten in Bücher auch in ihren Grundzügen erlernen lassen, so bleibt doch etwas, das in keinem Lehrbuch steht und bei keiner Diplomprüfung abgefragt werden kann. Wissenschaftler sprechen in einem solchen Fall von implizitem Wissen, also von Fähigkeiten, die man erwerben und besitzen, aber nicht kodifizieren und daher auch nicht so leicht an andere weitergeben kann.

Ich nenne Ihnen ein Beispiel: Können Sie Fahrradfahren? Wenn ja, dann versuchen Sie einmal, jemandem ganz abstrakt, also ohne Zuhilfenahme eines Fahrrades oder Ihrer Hände, zu erklären, wie er das machen soll, ohne das Gleichgewicht zu verlieren und auf den Bordstein zu knallen. Ich gehe jede Wette ein, Sie werden darüber verzweifeln; und am Ende werden Sie Ihrem armen Schüler nichts anderes sagen können als: Fahr los und mach, daß du nicht umfällst.

Ähnlich ist es wohl um die Kernkompetenz eines Literaturverlags bestellt. Er tut natürlich zu einem großen

Teil, was alle anderen Verlage auch tun, und die, die ihn gegründet haben und betreiben, haben das in der Regel auch zuvor in einem anderen Verlag irgendwie gelernt. Aber was sie dann konkret tun, bis sie völlig zu Recht den Kurt Wolff Preis bekommen, das ist nicht so leicht und wahrscheinlich sogar überhaupt nicht auf den Begriff zu bringen oder gar in Lehrbuchwissen zu verwandeln. Ich bin versucht zu sagen: Es kommt, wie es kommt.

Lassen Sie mich dennoch den Versuch unternehmen, danach zu fragen, worin die spezifische Leistung eines guten Literaturverlags liegt. Meine persönliche Antwort, gespeist natürlich zu beinahe hundert Prozent aus den Erfahrungen, die ich in 27 Jahren Zusammenarbeit mit dem Schöffling Verlag gemacht habe, lautet: Ein guter Literaturverlag ist einer, der über seiner Aufgabe der Metamorphose von geistigen in ökonomische Produkte so wenig wie eben möglich deren Ursprung, deren Wesen, deren Eigenheiten und Absichten vergißt oder unterdrückt. Einen guten Literaturverlag verlassen durch das zweite Loch Produkte, die nicht bloß aus Papier, Druckerschwärze und enormen ökonomischen Erwartungen, sondern vor allem aus den Hoffnungen, Wünschen, Obsessionen, Visionen und aus der Schönheit ihrer Texte bestehen.

Ich weiß, das klingt immer noch recht theoretisch. Aber ich bin mir absolut sicher: Jeder, der schon einmal einen eigenen Text hat verlegen lassen, weiß, was es bedeutet, ihn aus der Hand und in die Verantwortung anderer zu geben. Und ich denke, die allermeisten haben erlebt, daß mancher Zugriff oder Eingriff, mochte er anfangs noch so geringfügig erscheinen, schließlich doch höchst heikle und neuralgische Stellen berührte.

Ein weiteres Beispiel dafür, ich bin nun einmal vernarrt in Beispiele: Wenn ich morgens um acht meine Söhne an der Tür der Kindertagesstätte abgab, hatte ich oft genug ein mulmiges Gefühl. Was würde jetzt hinter der Tür mit dem Laubsäge-Elefanten mit ihnen passieren? Natürlich war die Chance groß, am Mittag ungefähr dieselben Kinder wiederzubekommen, aber oft genug erlebte ich auch, daß sie mit Ansichten, Redensarten und Verhaltensformen wieder nach Hause kamen, die ich ihnen sicher nicht mitgegeben hatte. Und Bücher sind nun einmal ein bißchen wie Kinder. Wobei ich mein Beispiel gleich dahin gehend modifizieren möchte, daß in einem Verlag weniger Erzieher und eher Geburtshelfer arbeiten, also Leute, von denen ich mir wünsche, daß sie vollenden, was ich begonnen habe, und nicht das meine in das ihre verwandeln.

Nun bin ich mir sicher, die beiden Verlage, die heute den Kurt Wolff Preis und den dazugehörigen Förderpreis bekommen, haben in hohem Maße dieses Hebammen-Selbstverständnis. Im Falle des Schöffling Verlags kann ich das nun wirklich gut beurteilen. Ich gehörte 1990 zwar nicht zu den allerersten, aber immerhin zu den ersten Autoren, deren Werke Klaus und Ida Schöffling publizierten. Und seitdem habe ich in unserer Zusammenarbeit vor allem eines erfahren, daß nämlich der Satz, den Klaus Schöffling zum Motto seiner Verlagsarbeit gemacht hat, von allen Mitarbeitern in die tägliche Praxis umgesetzt wird. Der Satz lautet: Im Mittelpunkt die Autoren.

Das mag wie eine Selbstverständlichkeit klingen. Aber nichts ist so schwierig und heikel (und leider auch so selten) wie gelebte Selbstverständlichkeit. Sie beginnt damit, daß Klaus Schöffling immer wieder bekundet, nicht Bücher, sondern Autorinnen und Autoren zu verlegen. Was bedeutet das? Nun, im geistigen Produkt, in Roman, Lyrik- oder Erzählungsband steckt ja immer so viel von der ganzen Person des Autors, daß man als Literaturverlag gut daran tut, einzelne Werke nicht losgelöst von der Existenz und dem Arbeitsleben ihrer Schöpfer zu betrachten. Vieles in der täglichen Arbeit des Verlags ergibt sich daraus wie von selbst. Wer das Werk rigoros von der Person trennt, um so die Metamorphose in einen ökonomisch möglichst erfolgreichen Konsumartikel besser betreiben zu können, der läuft Gefahr, das Werk letzten Endes an den Konsumartikel zu verlieren. Wer aber in allem, was er tut, auch in Kleinigkeiten, vor allem die mütterliche Verantwortung spürt, die er übernommen hat, als er ein Manuskript annahm oder eine Übersetzung veranlaßte, dessen besonderes Ziel wird es sein, den Anteil des Geistigen im Endprodukt Buch möglichst hochzuhalten, am besten über fünfzig Prozent.

Diese Verantwortung und dieses Ziel habe ich beim Verlag Schöffling & Co. immer gespürt, in guten und in weniger guten Zeiten. Tatsächlich hat diese Zusammenarbeit dafür gesorgt, daß ich immer noch der Autorenprinz auf der Erbse bin, als der ich damals ins literarische Leben trat. Noch immer habe ich nirgendwo schützende Schwielen entwickelt, was zur Folge hat, daß ich den ganz normalen Sand im Getriebe, den es gelegentlich bei der Zusammenarbeit mit anderen Verlagen gibt, gleich als einen Satz Bowlingkugeln in meinem Bett empfinde. Ich bin immer noch eine penible Zicke, und das nicht nur, wenn es ums Lektorat geht, sondern auch, wenn scheinbar bloß Beiherspielendes zur Debatte steht, wie Um

schlag illustration, Klappentext, Werbeprospekt und dergleichen. Aber ich kann nichts dafür, schließlich hatte ich bei Klaus Schöffling und seinen Mitarbeitern niemals das Gefühl, ich hätte mein Manuskript durch ein Loch in eine Blackbox geworfen und jetzt nichts anderes mehr zu tun, als zitternd darauf zu warten, was an der anderen Seite als Buch wieder herauskommt.

Ist es nun viel, dessen es bedarf, um Autoren und ihre Texte so zu behandeln, daß sie sich wirklich im Mittelpunkt fühlen, auch im Mittelpunkt jener Metamorphose, oder ist es wenig? Ich denke, in Arbeitsstunden, Kommunikationsdirektiven oder internen Anweisungen wird man es jedenfalls nicht vollständig beschreiben, geschweige denn zählen oder messen können. Es muß etwas hinzukommen, oder besser: Es muß von Anfang an etwas da sein, und zwar ganz im Inneren des Menschen, der einen Literaturverlag gründet und betreibt, etwas, das gewissermaßen die andere Seite oder die Negativform dessen ist, was jemanden zum Autor werden läßt.

Die Geschichte hat es gezeigt: Samuel Fischer, Kurt Wolff, Ernst Rowohlt, Gottfried Bermann-Fischer, Peter Suhrkamp, Siegfried Unseld – bedeutende Literaturverleger sind in den meisten Fällen und vielleicht sogar in der Regel weniger Geschäftsleute und mehr Autoren, Autoren wohlgerne, die Bücher machen, ohne sie selbst zu schreiben. Ihre geistige Verwandtschaft mit dem Autor ist wesentlich stärker, als es der Unterschied in der alltäglichen Berufspraxis glauben machen könnte. Als guter Literaturverleger nähert man sich dem Text nicht mit der Haltung des erfahrenen Geschäftsmenschen, des Profis, der dem Autor, diesem ewigen Amateur, einmal zeigt, wo's langgeht zum Buch. Man wählt vielmehr unter einer allerdings stattlichen Zahl von Angeboten aus, welchem Text man dazu verhelfen will, sich durch Druck, Übersetzung und Verbreitung ganz zu dem zu machen, was er immer schon sein will: ein Beitrag zu dem alten und nie abgeschlossenen Versuch, Aufschluß über Sinn und Form unseres Menschseins zu gewinnen.

Jetzt wird mancher von Ihnen denken: Hat der Mann es nicht eine Nummer kleiner?

Antwort: Nein, hat er nicht. Insbesondere nicht heute und hier. Wir befinden uns auf einer der beiden deutschen Buchmessen, die ja imstande sind, jeden Besucher glauben zu machen, das alte Metier des Bücherschreibens und Büchermachens stehe in allerhöchster Blüte. Tut es auch, wenn man auf gewisse Zahlen sieht. Aber – wir alle wissen, daß die Herstellung von literarischen Texten, ihre Verbreitung und der Umgang mit ihnen sich in einem tiefgreifenden Wandel befinden. Ich muß darüber keine großen Vorträge halten. Ich beschwöre nur einmal kurz das keineswegs unrealistische Bild herauf, daß demnächst literarische Texte, so sie denn überhaupt noch entstehen, in keinerlei Blackbox mehr gesteckt werden und keinerlei Metamorphose mehr erfahren, sondern statt dessen unbesehen auf Server hochgeladen werden, betrieben von großen Internetanbietern, wo diese Texte dann mehr oder minder frei zugänglich sind, etwa so wie Tropfen im Meer oder Sandkörner in der Wüste.

Ich weiß nicht, wie es Ihnen damit geht. Ich jedenfalls sähe darin keinerlei Gewinn. Der Literaturverlag war und ist als Ort der Metamorphose vom Text zum Buch immer auch der Ort gewesen, an dem man jeder Unterdrückung und, schlimmer noch, jeder Marginalisierung von Literatur entgegengewirkt hat. Die Kampfpapole, daß man demnächst keine Verlage mehr brauche, um zu veröffentlichen, ist meines Erachtens die Kampfpapole von Selbstmordattentätern. Ich fürchte, jedes »Alles geht« wird schlußendlich zu einem »Nichts geht mehr«. Die Sandkörner werden in der Wüste und die Tropfen im Meer verschwinden. Eine Literatur, wie wir sie hier im Abendland seit dreihundert Jahren schätzen und lieben, wird es ohne die sorgfältige und aufopferungsvolle Arbeit solcher Literaturverlage wie der hier ausgezeichneten auf Dauer nicht geben. Und von dem, was ihr vielleicht folgen könnte, glaube ich sicher, daß es sie nicht gleichwertig ersetzen wird.

Doch zurück zu unseren Preisträgern. Ich hatte eben, vor meinem Ausflug ins Prophetische, davon gesprochen, daß der Verleger weniger der Finanzier oder Manager des Autors als ein nicht-schreibender Co-Autor ist. Als solcher nimmt man, so denke ich, ebenso wie der Autor, eine sehr individuelle Entwicklung und besteht seine eigenen Abenteuer, die einen zu dem machen, was man schließlich ist. Klaus Schöffling und Sebastian Guggolz trennen etwa dreißig Jahre, also genau eine Generation. Um so verblüffender, und dann auch wieder gar nicht verblüffend, daß ihre Wege einander so sehr ähneln. Beide waren seit ihrem Schulabschluß in größeren bzw. großen Verlagen tätig, beide beschließen mit Anfang Dreißig, lieber in einem kleinen Verlag selbstbestimmt und in eigener Verantwortung als in einem größeren Verlag nach Angestelltenmanier und im Auftrag zu arbeiten.

Klaus Schöfflings und seiner Mitarbeiter größtes Abenteuer war es sicherlich, daß sie 1992 durch die

plötzliche Intervention eines Finanziers ihr ganz und gar selbständig aufgebautes Unternehmen aufgeben und von einem Tag auf den anderen verlassen mußten. Ich kann bis heute kaum ermessen, wieviel Energie es gekostet haben muß, die Arbeit von über fünf Jahren noch einmal zu leisten. Als hätte kurz nach dem Einzug ein Erdbeben das Haus zum Einsturz gebracht. Eine kleine Hilfe mag es immerhin gewesen sein, daß damals alle Autorinnen und Autoren ihre Treue zu einem Verlag bekundeten, den es nicht mehr bzw. noch nicht wieder gab.

Sebastian Guggolz' Abenteuer einer Verlagsgründung beginnt bereits auf dem Schlachtfeld des Finanziellen, als es ihm nämlich nur mit großer Mühe gelingt, das Startkapital aufzubringen. Später unternimmt er einen geradezu paradigmatisch heldenhaften Feldzug, den er schon länger geplant hatte. Indem er sich systematisch bei Quiz-Shows im Fernsehen bewirbt und dort schließlich reüssiert, entreißt er dem schwarzen König Massenunterhaltung etwas von dessen Goldschatz, um ihn da zu verwenden, wo es definitiv nicht um den größten gemeinsamen Nenner des Publikumsgeschmacks geht. Seitdem streift Sebastian Guggolz durch die europäische Literatur des Nordens und des Ostens, auf der Suche nach Autoren, die er an die Hand nimmt, um sie, und sei es posthum, mit ihren Texten zur deutschen Leserschaft zu führen.

Wenngleich der Schöffling Verlag sich in der Hauptsache als Verlag für deutsche und internationale Gegenwartsliteratur versteht, betreibt Klaus Schöffling seit einigen Jahren ein ähnliches Unternehmen, indem er halbvergessene Texte aus der Mitte des 20. Jahrhunderts, wie die von Paul Kornfeld, Gabriele Tergit, Dieter Meichsner, Heinz Rein, Valentin Senger und Jens Rehn, wieder auflegt und ihnen die Aufmerksamkeit verschafft, die sie verdienen.

Ich möchte aber abschließend auch eine große Verschiedenheit zwischen beiden Verlagen erwähnen, die dann eigentlich doch keine ist. Der Guggolz Verlag ist ein klassisches Einmannunternehmen, bei dessen Ausstattung möglicherweise das Wort von Saint-Exupéry gilt, daß eine Sache nicht dann vollkommen ist, wenn man nichts mehr hinzufügen, sondern wenn man nichts mehr wegnehmen kann. Klaus und Ida Schöffling hingegen haben jetzt in fast dreißig Jahren etliche Mitarbeiter um sich geschart, ihr Verlag ist also definitiv kein Einmannunternehmen, aber auch hier beruht das ökonomische Konzept ganz wesentlich auf der Selbstaussbeutung der Verleger; zudem findet man immer noch die ganz und gar positiven Eigenschaften des Kleinverlags, vor allem, wenn es um einen möglichst kurzen Weg von einer Frage hin zu der Person geht, die sie verbindlich beantworten kann.

Das war's, was ich Ihnen sagen wollte. Ich wollte nicht die Chance verpassen, anlässlich der Preisvergabe an den Verlag Schöffling & Co. und an den Verlag Sebastian Guggolz ein Loblied auf den kleinen und den mittleren Literaturverlag traditioneller Prägung zu singen, mag das manchem vielleicht auch ziemlich antiquiert erscheinen. Ich danke Ihnen für ihr aufopferungsvolles Engagement, für Ihre Liebe zur Literatur und, es sei erwähnt, für Ihren dauerhaften Verzicht auf einen Lebensplan, der darin besteht, mit möglichst wenig Arbeit möglichst schnell möglichst reich zu werden. Ich danke Ihnen dafür, daß Sie statt dessen wirksam und sichtbar für andere ihre Liebe zur Literatur zu ihrem Lebensinhalt gemacht haben. Und sorgen Sie bitte dafür, daß unser literarisches Leben so erhalten bleibt, wie wir es schätzen und brauchen.