

Kurt-Wolff-Preisverleihung 2022, 18.03.2022,  
Dankesrede Antje Kunstmann  
Es gilt das gesprochene Wort

Dankesrede Kurt Wolff Preis Lebenswerk

Sehr geehrtes Kuratorium, sehr geehrter Vorstand der Kurt Wolff Stiftung, liebe Kolleginnen und Kollegen, liebes Publikum,

als wir vor 20 Jahren mit Michael Naumann, unserem ersten Kulturstaatsminister, darüber diskutierten, wie man die vielen unabhängigen Verlage und ihre Arbeit unterstützen könnte, hatten wir das Glück, nicht nur auf offene Ohren zu treffen, sondern auf einen Kollegen, den langjährigen Verleger des Rowohlt Verlags, der sich bestens auskannte. Eine glückliche Fügung, der wir es zu verdanken haben, dass die Kurt Wolff Stiftung für deutsche bürokratische Verhältnisse so schnell ins Verlagsleben gerufen wurde und ihre segensreiche Aktivität entwickeln konnte. Auch ich, die ich mir eingebildet habe, alle meine Kolleginnen und Kollegen zu kennen, habe dadurch Verlage entdeckt, die ich noch nicht kannte. Und genauso sollte es ja sein, dass mit diesem Preis Verlage ins Licht der Öffentlichkeit gerückt werden, die sonst gerne mal übersehen werden.

Meine Überraschung war groß, als ich erfahren habe, dass ich mit dem KW Preis „für das verlegerische Lebenswerk“ ausgezeichnet werde, es war irgendwie selbstverständlich, dass dieser wunderbare Preis für Verlage ist, deren Bücher - wie die Kulturstaatsminister und -ministerinnen nach Michael Naumann nicht müde wurden zu betonen - NIE auf den Bestsellerlisten landen.

Und groß ist meine Freude. Vor allem über die Begründung der Jury.

Es war mir zwar immer ein Anliegen, mit den Büchern auch gesellschaftspolitisch etwas zu „bewegen“, aber angesichts der Auflage so mancher einem selbst wichtigen Titel kamen einem doch hin und wieder erhebliche Zweifel, ob sie etwas bewegen bzw. ob sie überhaupt bemerkt wurden. Bemerkte wurden sie ganz offensichtlich und für die Bestätigung durch diesen Preis danke ich Ihnen herzlich. Und ich danke meinen Kolleginnen und Kollegen, die mich seit vielen Jahren begleiten: ohne Tilman Göhler, der weit mehr als die Herstellung unserer Bücher betreut, ohne Andreas Schäfler und Lisa Hürtgen in der Presse, ohne Wanda Jakob und Heike Bräutigam im Lektorat, ohne Sabine Ossojnig und Sarah Auer im Vertrieb und Marketing, ohne Petra Niemeyer, der Chefin vom Dienst, die alles im Blick hat, und ohne Moritz Kirschner, der mit mir die „Geschäfte führt“, wäre der Verlag nicht das, was er ist.

Für mich ist die Lektüre von Kurt Wolffs Buch „Autoren/Bücher/Abenteuer Betrachtungen und Erinnerungen eines Verlegers“, das dem Wagenbach Verlag zu verdanken ist, vor vielen Jahren das verlegerische Credo gewesen, das ich bewundert habe, ein Vorbild sozusagen. Ich habe das Buch jetzt nochmal aus dem Regal gezogen und auch das Buch, das gleich danebenstand, „Verlage ohne Verleger“ unseres amerikanischen Kollegen André Schiffrin. Warum ich das da eingeordnet habe, keine Ahnung. Das Ideal neben der ernüchternden Gegenwart.

„Man verlegt entweder Bücher, von denen man meint, die Leute sollen sie lesen, oder Bücher, von denen man meint, die Leute wollen sie lesen“, heißt es bei Kurt Wolff, und

weiter „Verleger der zweiten Kategorie, das heißt Verleger, die dem Publikumsgeschmack dienerisch nachlaufen, zählen für uns nicht – nicht wahr?“

Ist ja klar, wo ich mich einordnete, dem Publikumsgeschmack dienerisch nachzulaufen, kam überhaupt nicht in Frage.

Beim Wiederlesen geht man dann im Kopf fast unwillkürlich die ganzen Kolleg\*innen durch und kommt beim Einordnen schnell in den Wald. Ist es nicht eher so, dass wir, wenn wir uns für ein Buch entscheiden, eigentlich meistens davon überzeugt sind, dass die Leute, die das Buch lesen sollen, es auch lesen wollen? Beispiele dafür gibt es genug, etwa Alan Bennetts Erzählung „Die Souveräne Leserin“ sollten die Leute unbedingt lesen und sie wollten es ganz offenbar auch, es war ein Bestseller bei Wagenbach. Welcher Kategorie wären sie dann zuzuordnen?

Ein weiterer Merksatz war für mich: „... dass ich persönlich den Begriff des wahren Verlegers nur innerhalb gewisser Größenordnungen zu sehen vermag. Ein Unternehmen, das jährlich 100 bis 400 neue Bücher herausgibt, mag sehr respektabel sein, kann auch gute Bücher unter den vielen haben – der Ausdruck einer individuellen Verlegerpersönlichkeit kann es natürlich nie sein. Man wird im allgemeinen feststellen ... dass die Bücher der großen Autoren nicht bei Monster-Unternehmungen erschienen sind. ... Ein Autor vertraut sich einem Menschen an, von dem er sich verstanden fühlt, nicht dem Direktorium einer Gesellschaft, die im Französischen die sehr zutreffende Bezeichnung Société Anonyme führt. Der Verleger ist nicht anonym, sondern synonym mit seiner Tätigkeit.“

Das klang für mich überaus überzeugend, aber nun grübelte ich: Stimmt das auch?

War Siegfried Unseld keine individuelle Verlegerpersönlichkeit? Oder Heinrich Maria Ledig-Rowohlt? Und lässt sich heute noch feststellen, dass die Bücher großer Autoren nicht bei „Monster-Unternehmungen“ erschienen sind, also bei Verlagen, die mehr als 100 Bücher im Jahr veröffentlichen? Im Allgemeinen wird man, ob es einem gefällt oder nicht, zugeben müssen, dass sie nach Wolffscher Definition heute fast immer bei Monster-Unternehmungen erscheinen, bei Fischer, Rowohlt, Random House, Suhrkamp, Hanser, Aufbau etc. Synonym mit ihrer Tätigkeit können Verleger\*innen auch dort sein, ausgeschlossen ist es jedenfalls nicht.

Autor\*innen vertrauen sich einem Menschen an, von dem sie sich verstanden fühlen, gar keine Frage, aber ist das notwendigerweise der/die Verleger\*in? War die Vertrauensperson nicht schon auch zu Kurt Wolfs Zeiten oft der Lektor?

Seltsam, dachte ich beim Wiederlesen, dass mir solche Fragen in den Kopf kommen, die ich überhaupt nicht hatte, als ich mich auf diese Sätze von Kurt Wolff in Interviews immer gerne berufen habe. Dass sich unsere Branche in den über vierzig Jahren, in denen ich im Verlag arbeite, gravierend verändert hat, ist ja nichts Neues, man kann es in André Schiffrins Buch „Verlage ohne Verleger – Über die Zukunft der Bücher“ nachlesen, der zwar die Situation der amerikanischen Verlage beschreibt, die unserer aber wie immer nur ein bisschen voraus war.

Auch bei uns hat es in den letzten 20 Jahren einen Konzentrationsprozess im Verlagswesen gegeben, hat die Entstehung der Buchkaufhäuser und der großen Filialisten viele Buchhandlungen verschwinden lassen, sind durch das Internet andere als die lang gewohnten Partner oder, wie man heute sagt, Player ins Spiel gekommen und durch die Pandemie verändern sich gerade auch festgefügte Regeln im Handel, was wiederum Auswirkungen auf die Verlage hat.

Aber ist die „Zeit der Inhabergeführten Verlage“ vorbei, wie Reinhold Neven-Dumont bemerkte, als er 2002 seinen Verlag Kiepenheuer&Witsch verkaufte?

So sieht's nicht wirklich aus.

Und es scheint auch nicht mehr so zu sein, dass den Großbuchhandlungen die Zukunft gehört, in der langandauernden Pandemie mit den leeren Fußgängerzonen und geschlossenen Geschäften waren die kleinen Buchhandlungen wesentlich flexibler und sind bisher ganz offensichtlich gut durchgekommen.

Allen Modernisierungsschüben zum Trotz scheint es etwas Immerwährendes in unserem Gewerbe zu geben, nämlich eine Leidenschaft für das gedruckte Wort, für das schön gestaltete Buch, was im Marketingsprech ein Nischenmarkt sein mag, dessen Unersetzlichkeit in einer immer mehr digitalisierten Gesellschaft aber deutlich hervortritt. Denn auch die größten internet-Aficionados legen Wert darauf, ihre Texte gedruckt und gebunden in der Hand zu halten.

Wenn man zurückblickt, sieht man, dass es immer etwas zu beklagen gibt, und die Klage ist, wie Michael Krüger, der ehemalige Verleger des Hanser Verlags, so schön sagte, bekanntermaßen die beliebteste Literaturform der Verleger.

Wenn man zurückblickt, sieht man aber auch, wie erfinderisch Verlage mit beklagenswerten Herausforderungen umgegangen sind.

Dass dabei die Kurt Wolffschen Ideale nicht eingehalten werden, ist das Schicksal der Ideale. Wenn man den Publikumsgeschmack „bedient“, wie es etwa mit so erfolgreichen Reihen wie „Die neue Frau“ oder „Frau in der Gesellschaft“ vor Jahren geschehen ist, und damit die Bücher von Thomas Pynchon gegenfinanziert, kein Makel, oder?

Die berühmte Mischkalkulation, also mit erfolgreichen Büchern andere, deren Erfolg auf sich warten lässt – und das sind eben oft Autoren, die ihrer Zeit voraus sind, ästhetisch und auch inhaltlich – mit zu finanzieren und auch die, deren Erfolg sich nie in Zahlen ausdrückt, die gab es eigentlich schon immer. Und ist es nicht gerade das Ausbalancieren zwischen dem, was die Leute lesen sollen und was sie lesen wollen, was unseren Beruf ausmacht?

Am Ende – und damit höre ich auch schon auf – gibt es nur zwei Arten von Büchern: die, die mir gefallen und die, die mir nicht gefallen. Das hat Tschechow gesagt. Recht hat er.

Ob Kurt Wolff das so stehen lassen könnte? Vielleicht, vielleicht auch nicht. Aber er soll hier doch das letzte Wort haben, denn da hat er wirklich recht:

„Unentbehrlich ist, Glück zu haben: die Sterilität oder die Fruchtbarkeit der gegebenen Wirkungsperiode ist Schicksal und in einer unschöpferischen Zeit ist der Verleger zur Ohnmacht verurteilt.“

Ich danke Ihnen für diesen schönen Preis, Heinrich von Berenberg für seine wie immer großartige Rede und Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.