



IASLonline Diskussionsforum

Probleme der Geschichtsschreibung des Buchhandels

Georg Jäger und Claus-Michael Ort

Beobachtungsleitende Fragen bei der Rekonstruktion des Buchhandels als System bzw. des Verlages als Organisation

Ein Beitrag zur Heuristik

Stand: 09.09.2012

1. Der Buchhandel als System

Systeme - so die elementare Bestimmung von System - bestehen aus Elementen und deren Relationen, die eine Binnenstruktur mit einer operativen Grenze des Systems gegenüber seiner Umwelt bilden. Diese Formulierung impliziert, dass die Beziehungen der Elemente des Systems mit anderen Elementen des gleichen Systems enger und häufiger sind oder anders verlaufen als die Beziehungen zu Elementen außerhalb des Systems. Andernfalls hätte das System keine operationale Grenze. Die Minimaldefinition des Begriffs System umfasst somit drei grundlegende Bestandteile *Element*, *Relation* und *Grenze*.

Für die Wahl des Elements sozialer Systeme gibt es mehrere Kandidaten, die sich auf die Kurzformel von *Handlung*, *Kommunikation* und *Zeichen* bringen lassen. Entweder man geht davon aus, dass alle gesellschaftlichen Tatsachen aus Handlungen hervorgehen, oder dass sie aus Kommunikationen bestehen oder dass sie auf Zeichenprozessen beruhen. Optiert man für das Element Handlung, so stellt sich jedes Sozialsystem als ein Gefüge arbeitsteiliger Rollen dar, die aufeinander bezogen sind und gemeinsam eine gesellschaftliche Funktion erfüllen. Solche Rollengefüge sind in Organisationen mehr oder weniger institutionell verfestigt.

Gehen wir vom Element Handlung aus, so umfasst unser Systembegriff alle Handlungen. Überall, wo Handlungen stattfinden, läge demnach ein soziales System vor, wo nicht gehandelt wird, dessen Umwelt. Für Luhmann bestehen soziale Systeme aus Kommunikationen und aus nichts sonst; wo kommuniziert wird und solange kommuniziert wird, liegt Gesellschaft vor. Da Kommunikation bei ihm als Generator von Sinn fungiert, lassen sich soziale Systeme sowohl als Sinnsysteme charakterisieren, wenn man auf Ordnungsbildung (mit Betonung des ersten Teils des Kompositums) abhebt, wie auch als Kommunikationssysteme, wenn man auf Ordnungsbildung (mit Betonung des zweiten Teils des Kompositums) abhebt.

Der systemtheoretische Kommunikationsbegriff, wie ihn Luhmann ausgearbeitet hat, differenziert und synthetisiert die drei Komponenten von Information, Mitteilung und Verste-

hen (als Einheit der Differenz von Information und Mitteilung). Die Isolierung der Information lässt übersehen, dass Information nur im Rahmen einer Kommunikation, und das bedeutet eines auf Sinn gerichteten Verstehensprozesses auftritt. Kommunikation ist das Grundelement jedes Sozialsystems, weil sie einen für die Kommunikationsteilnehmer gemeinsamen Sinn aufbaut. Eine systemtheoretische Buchwissenschaft thematisiert darum nicht in erster Linie das Buch als technisches Speichermedium, wie es der Verlag herstellt und der Buchhandel verbreitet, sondern „die sozialorganisatorischen Produktions-, Rezeptions-, Distributions- und Verarbeitungsbedingungen literarischer Wirklichkeitskonstruktionen“ (Claus-Michael Ort).

An diesem Prozess literarischer Wirklichkeitskonstruktion ist der Buchhandel auf bestimmte Weise beteiligt. Der Verlag ist mehr oder weniger aktiv bei der Erstellung des Textes (Begleitung des Autors bei der Arbeit am Text, Lektorat des Manuskripts); die Herstellung gibt dem Text eine bestimmte Gestalt (Buchdesign, Typographie), die sich als Zweitcodierung verstehen lässt; die Speicherung in einem Medium (Druck, E-Book) und dessen Verbreitung zieht die Kommunikation auseinander bzw. entgrenzt sie örtlich und zeitlich - mit all den gesellschaftlichen Folgen, wie sie insbesondere Theoretiker der Schrift bzw. der Literalität entwickelt haben.

Durch die Möglichkeit der Speicherung und Distribution kann Kommunikation über Zeiten und Orte hin auseinandergezogen werden. Schriftgestützte Kommunikation ist in personaler Hinsicht nichtreziprok, in sachlicher Hinsicht situationsentkoppelt, in zeitlicher Hinsicht unterbrochen und geht in räumlicher Hinsicht über Anwesenheit hinaus. Kommunikation wird auf diese Weise in sich selbst verdoppelt: Eine Kommunikation, die gespeichert wird, wird ihrem situativen Kontext, ihren zeit-räumlichen Koordinaten entnommen, um als Kommunikat in eine spätere, neue Kommunikationssituation eingebracht zu werden. Während der jeweilige aktuelle Kommunikationsakt den vollen Bestimmungen der face-to-face-Kommunikation genügt, wird der in diesen Kommunikationsakt als Kommunikat wiedereingeführte frühere Kommunikationsakt abstrakt, im Sinne von: situationsentkoppelt, zeitlich unterbrochen, raumübergreifend. In sozialen Netzwerken, wie beispielhaft Facebook, werden diese Unterscheidungen zwischen einer direkten mündlichen und einer medial vermittelten Kommunikation - dank den Möglichkeiten einer interaktiven Online-Kommunikation - unterlaufen.

Die gesellschaftliche Funktion des Buchhandels ist somit die Speicherung, Gestaltung und Verbreitung von Texten im Rahmen der dreigliedrigen Kommunikation als Grundelement der Gesellschaft. Buchdruck und Buchhandel haben somit, wie Sprache und Schrift, Teil an der Konstitution von Gesellschaft als Sinngebilde. Spricht man vom Buchdruck oder der Digitalisierung als "Schlüsseltechnologien", so verweist man, im systemtheoretischen Bezugsrahmen, auf das eben Gesagte.

2. Der Buchhandel als Gefüge arbeitsteiliger Rollen

Handlungssysteme sind eine spezifische Perspektivierung von Kommunikationssystemen mit einer bestimmten, im engeren Sinn sozialen, auf ego und alter ego bezogenen Sinnbildung. Es bestimmt das Design dieser Konzeption, dass sie von *einem* Ansatzpunkt aus Sinnbildung und Handlung gewinnt. Luhmanns Theorie hat nicht das Problem eines doppelten Ansatzes beim

Basiselement (Sinn oder Handlung) und infolgedessen auch nicht das Folgeproblem der Vermittlung von Handlung und Sinn.

Gehen wir von einem sozialen System als Handlungszusammenhang aus, so lassen sich bereits diese ersten Überlegungen zwanglos auf den Buchhandel und seine Geschichte anwenden. Als Sozialsystem besteht der Buchhandel aus einem Gefüge arbeitsteiliger Rollen, die aufeinander bezogen sind und mithin eine institutionalisierte Binnenstruktur bilden.

Die Rollen können auf mehreren Ebenen angesetzt werden, die oberste Ebene bilden Verleger, Zwischenbuchhändler, Sortimentler und vielleicht auch Antiquare. Diese Rollen setzen sich wechselseitig voraus, wie das 'Bäumchen-wechsle-dich'-Spiel im folgenden Satz verdeutlichen mag: Ohne Verleger keine Zwischenbuchhändler, Sortimentler und Antiquare. Aber auch: Ohne Sortimentler keine Verleger, Zwischenbuchhändler und Antiquare. Dass sich diese Feststellung nicht mit gleicher Überzeugungskraft auf Zwischenbuchhändler und Antiquare übertragen lässt - ohne Zwischenbuchhändler keine Verleger, Sortimentler und Antiquare; ohne Antiquare keine Verleger, Zwischenbuchhändler und Sortimentler - markiert Unterschiede, die im (späten) Zeitpunkt und dem (lange Zeit niedrigen) Grad der Ausdifferenzierung und Autonomisierung dieser Handlungsrollen liegen mögen.

Historisch kann man eine Ausdifferenzierung der Handlungsrollen feststellen. Dabei kommt es zur wechselseitigen Konturierung der Geschäftsfelder. Die Aufgabenbereiche werden von eigenen Stellen aus wahrgenommen, deren Inhaber eine durch die ihre Funktion bestimmte Rolle spielen. Die Ausdifferenzierung stärkt die Binnenstruktur des Buchhandels und führt zu einer Steigerung der 'Systematizität', zur Stärkung des Eigencharakters des Buchhandels als soziales System. Zu denken ist hier an die Trennung von Verlag und Sortiment sowie an die Verselbständigung des Zwischenbuchhandels und des Antiquariats als eigene Geschäftszweige.

Diese Überlegungen gelten gleicherweise eine Ebene tiefer, wie sich beispielhaft am inneren Ausbau des Verlags (zu Stellen verfestigte Funktionen oder Rollen für Lektorat, Herstellung, Presse / Werbung, Verkauf / Vertrieb, Reisende, Literaturagentur usw.) studieren lässt. Nur partiell und zögerlich vollzieht sich hingegen der innere Ausbau des Sortiments, wie wohl auch des Zwischen- und Antiquariatsbuchhandels. Anzunehmen ist, dass die Ausdifferenzierung auf oberster Ebene eine solche auf unterer Ebene begünstigt, fordert oder voraussetzt. Gemeinsam tragen diese Entwicklungen zum Ausbau der Binnenstruktur des Buchhandels bei; Ausdifferenzierung und Binnendifferenzierung gehen miteinander einher und bedingen sich. Das Argument lässt sich zuspitzen: Auf die treibende Kraft der Ausdifferenzierung des Systems weisen ein hoher Grad und ein früher Zeitpunkt der Binnendifferenzierung hin, bei der sich eine Rolle zu einem Rollenbündel aufsplittet. Musterhaft studieren lässt sich dieser Prozess an der Entwicklung vom Verlegersortimentler als 'Mann für alles' zum Verleger als Leiter einer Gruppe auf ihre Funktionen spezialisierter Mitarbeiter.

Die folgenden beobachtungsleitenden Fragen (mit ausgewählten, beispielhaften und tentativen Antworten in Stichworten) verstehen sich als Beitrag zur Heuristik bei der systemtheoretischen Rekonstruktion des Buchhandels und seiner Geschichte. Der Abschnitt "Der Buchhandel als Gefüge arbeitsteiliger Rollen" wird vorangestellt. Es folgen Abschnitte über die Systembildung im Buchhandel und den Verlag als Organisation im Sinne Luhmanns. Da die Sachverhalte vielfach vernetzt sind, werden Wiederholungen in Kauf genommen.

Woran erkenne ich die Ausdifferenzierung bzw. operative Schließung von Funktionen und Rollen?

Ebene I:

- Trennung von Verlag, Sortiment, Zwischenbuchhandel, Antiquariat;
- Verselbständigung von Versand-, Reise-, Kolportage-, Bahnhofs-, Warenhaus-, Vereins-, Internetbuchhandel etc.

Ebene II:

- Binnendifferenzierung, innerer Ausbau z.B. des Verlags: Differenzierung von Programmleitung und kaufmännischer Leitung, Ausbildung eigener Rollen für Lektorat, Herstellung, Verkauf / Vertrieb, Werbung / Öffentlichkeitsarbeit, Reisende, Literaturagentur usw.
- Ausdifferenzierung und Professionalisierung solcher Rollen erkennbar an: Schaffung eigener Stellen und deren Funktionsbeschreibung; Organisation der Stelleninhaber quer durch die Verlage in Arbeitskreisen o.ä.; Grad von Bewusstsein und Explikation: fachspezifisches Wissen, eigene Aus- und Weiterbildung (Branchenpresse, Lehrbücher, Schulungen). Gibt es umgekehrt Tendenzen der Entprofessionalisierung (Beispiele: Situation nach Einführung der Gewerbefreiheit; heutiger Gebrauchtbuchmarkt, von Ebay bis Flohmärkte)?

Beobachtungsleitende Fragen:

- Verhältnis von System und Umwelt: Geht die Komplexitätssteigerung der Binnenstruktur des Buchhandels einher mit einer Komplexitätsreduktion gegenüber der Umwelt, in der sich eine funktionale Differenzierung der Gesellschaft vollzieht? Beispiel: Herstellung als Funktion im Verlag, über der sich die Rolle des Herstellers ausbildet, im Verhältnis zur Druckindustrie, die sich ihrerseits differenziert (Druckvorstufe / Druck, Druck- und Reproduktionstechniken).
- Wo liegt die treibende Kraft der Ausdifferenzierung (erkennbar am frühen Zeitpunkt, am hohen Maß der Ausdifferenzierung in einem Bereich)? Kräfte der Ausdifferenzierung können sein: neuartige Produkte (z.B. Postkarte, E-Book), neue Vertriebswege (z.B. Kolportage, Kaufhaus, Internet), neue Käuferschichten (z.B. Reisende, Arbeiterschaft), neue Lebensstile bzw. Milieus (z.B. Lifestyle) u.a.
- Verhältnis von Ausdifferenzierung und Binnendifferenzierung: Gehen sie miteinander einher? Vgl. z.B. die Buchhandelsvertreter, die als Angestellte des Verlages (Ausdifferenzierung des Berufszweiges und Binnendifferenzierung im Verlag) oder als selbständige Kaufleute (Ausdifferenzierung des Berufszweiges ohne Binnendifferenzierung im Verlag) handeln. Das Outsourcing kann als Ausdifferenzierung ohne Binnendifferenzierung bzw. als Entdifferenzierung im Verlag begriffen werden.
- Mit welchen Prozessen der Entdifferenzierung ist die Ausdifferenzierung verknüpft? 'Gemeinschaftsbewusstsein' und soziales Miteinander der Mitarbeiter: gemeinsame Freizeiten, Rolle von Kaffeepausen, von Festen etc.

3. Der Buchhandel als System und seine gesellschaftliche Funktion

Gesellschaft (bei Luhmann Weltgesellschaft) fungiert als Horizont eines handlungstheoretisch konzipierten Begriffs sozialer Systeme: Das Woraus und Woraufhin aller sozialen Systeme ist die Gesellschaft als die Gesamtheit aller sozialen Systeme. In ihrem Funktionsbezug definieren sich alle sozialen Systeme über die Gesellschaft; sie differenzieren eine gesellschaftliche Funktion aus (Beschreibung der Funktionen durch zentrale Tätigkeitsbereiche wie Wirtschaften: Wirtschaft; gesamtgesellschaftlich verbindliche Entscheidungen treffen: Politik, Rechtsprechung; (Aus)bilden: Bildungsbereich; Forschen: Wissenschaft etc.). Die gesellschaftliche Funktion differenziert die Handlungssysteme gegeneinander und macht sie zum Bestandteil der Gesellschaft. Indem sich zentrale Tätigkeitsbereiche einer Gesellschaft eigenständig formieren, entsteht eine in zahlreiche funktionale Systeme ausdifferenzierte Gesellschaft. Ist ein System voll ausdifferenziert bzw. autopoetisch, so monopolisiert es diese Funktion, ist aber in allen sonstigen Belangen von anderen Systemen abhängig. Autonomisierung und Abhängigkeit gehen Hand in Hand, so dass die Ausdifferenzierung von Systemen zu ihrer funktionalen Verflechtung beiträgt.

Was ist nun die Funktion, über der sich der Buchhandel ausdifferenziert? Augenscheinlich setzt er an der Kommunikation an. Der systemtheoretische Kommunikationsbegriff, wie ihn Luhmann ausgearbeitet hat, differenziert und synthetisiert die drei Komponenten von Information, Mitteilung und Verstehen (als Einheit der Differenz von Information und Mitteilung). Kommunikation ist das Grundelement jedes Sozialsystems, weil sie einen für die Kommunikationsteilnehmer gemeinsamen Sinn aufbaut. Die Verlagstheorie bestimmt den Verlag hingegen oft über seine Funktion als Vermittler. Die dabei zugrunde gelegten Begriffe von Information, Kommunikation und Medium halten im Kern an der „Röhrenmetaphorik“ fest, wonach Kommunikation auf den Austausch von Botschaften bzw. Informationen zwischen Sender und Empfänger und das Medium auf eine Art Röhre zum Transport dieser Botschaften reduziert wird. In systemtheoretischer Sicht tritt Information hingegen nur im Rahmen einer Kommunikation, und das bedeutet eines auf Sinn gerichteten Verstehensprozesses auf. Eine systemtheoretische Buchwissenschaft thematisiert darum nicht in erster Linie das Buch als Speichermedium, wie es der Verlag herstellt und der Buchhandel verbreitet, sondern „die sozialorganisatorischen Produktions-, Rezeptions-, Distributions- und Verarbeitungsbedingungen literarischer Wirklichkeitskonstruktionen“ (Claus-Michael Ort). In diesem Sinn sind Texte nichts anderes als "literarische Wirklichkeitskonstruktionen" oder kommunikative Sinnangebote.

An diesem Prozess literarischer Wirklichkeitskonstruktion sind Verlage auf bestimmte Weise beteiligt. Die Eigenspezifik der Verlage als Organisationen im Interpenetrationsbereich zwischen Kultur und Wirtschaft besteht eben darin, kulturelle und wirtschaftliche Wertmuster zu verbinden und zu tauschen. Wo die Verlage Unternehmen in einer kapitalistischen Wirtschaft sind, nehmen sie mit Hilfe des Codes der Wirtschaft (Haben/Nichthaben) Einfluss auf kulturelle Entscheidungen, d.h. literarische Sinnangebote. Denn nur die vom Vorlag übercodierten (ein zweites Mal codierten) Selektionen haben über ihren kulturellen Wert hinaus auch ihren Preis auf dem Markt. Ein Teil dieses Gewinns, den der Verlag mit dem kulturellen (literarischen, wissenschaftlichen etc.) Input macht, fließt als Output des Wirtschaftssystems in Gestalt von Honoraren in das kulturelle System zurück und trägt zu dessen Finanzierung bei.

Selbstbeschreibungen erfolgen im Rahmen des Wiedereintritts der Unterscheidung von System und Umwelt in das System, mithin im Gefolge seiner operativen Schließung. Sie ventilieren Fragen nach der Identität des Systems und seiner Differenz zur Umwelt und dienen darin der Selbststeuerung des Systems. Einschlägige Quellen sind hierfür die Fachpresse und Fachpublikationen des Buchhandels.

Die Leistungsbezüge zwischen den Systemen verstärken sich im Zuge der Umstellung auf funktionale Differenzierung (Wechselspiel von Schließung und Öffnung). Die Ausdifferenzierung erfordert die Regelung des Zusammenspiels der Einzelsysteme. Dafür hat die Systemtheorie eine Reihe von Theoriebestandteilen entwickelt: Input - Output, strukturelle Kopplung und Koevolution, Interpenetration, Medien (zur Lösung des Problems der Übernahme von Selektionen: ‚soziale Interaktionsmedien [T. Parsons: ‚Geld‘, ‚Macht‘, ‚Einfluss‘, ‚Wertbindung‘] bzw. symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien‘ als ‚Erfolgsmedien‘ [N. Luhmann: ‚Geld‘, ‚Macht‘, ‚Vertrauen‘, ‚Liebe‘, ‚Wahrheit‘]).

Wichtige Problemfelder lassen sich in einer offenen Reihe von Punkten zusammenfassen:

- Die Funktion, über die sich der Buchhandel als System ausdifferenziert, setzt bei der Kommunikation als Element der Gesellschaft an. Traditionell definiert sich der Buchhandel über die Produktion und Distribution literarischer und nicht-literarischer ‚Wirklichkeitskonstruktionen‘ (Claus-Michael Ort) auf Basis des Druckes. Wird der Druck als Schlüsseltechnologie durch Digitalisierung (E-Book) und Vernetzung ergänzt, zurückgedrängt oder gar ersetzt, so ist mit tiefgreifenden systemischen Veränderungen auch im Buchhandel zu rechnen. Worin äußern sie sich?
- Da sich auch die (Zeitschriften-, Zeitungs-) Presse über die gleiche Funktion (Produktion und Distribution "literarischer bzw. sprachlicher und bildlicher Wirklichkeitskonstruktionen" auf Grundlage der Drucktechnologie) ausdifferenziert, ist das Verhältnis des Buchhandels zur Presse besonders zu beobachten. Heben sich Zeitungsverlage durch ein eigenes, rein ökonomisches Geschäftsmodell (Abonnements bzw. Straßenverkauf und Anzeigen) vom Buchhandel ab? Medienkonkurrenz, Medienverbund? Pressegrosso im Unterschied zum Zwischenbuchhandel und in seiner Stellung zum Buchhandel. Abgrenzungskriterien der Presse: Aktualität, Erscheinungsweise, Massenpublikum, Textsorten etc. "Da es sich um unterschiedliche Kulturen handelt, sind alle Versuche, unter dem Dach eines Pressehauses einen Buchverlag zu etablieren, gescheitert" (Strasser). Gilt dies auch für die heutigen Buchreihen von Presseverlagen?
- Organisation des Gesamtbuchhandels im Börsenverein, "Vereinigung aller Handelsstufen ein einzigartiges, sehr erfolgreiches Modell" (Strasser), an dem die Preisbindung bis zu ihrer gesetzlichen Verankerung hing. Kann der Börsenverein als Ausdruck einer kulturellen und sozialen Marktwirtschaft im Buchhandel begriffen werden? Interessenvertretung gegenüber Systemen in der Umwelt (Politik, Recht, Bildung, Religion etc.), Konflikte der Handelsstufen und Handelsarten sowie deren Vermittlung. Verhältnis von Buch-, Zeitschriften- und Zeitungshandel; Verhältnis des im Börsenverein organisierten Buchhandels zum "Auchbuchhandel" sowie zu neu entstehenden Handelsformen (z.B. historisch: Reise-, Kolportage-, Kaufhausbuchhandel u.a., aktuell: Internethandel).

- Wie reagiert der Buchhandel auf / betreibt der Buchhandel die Ausweitung und Differenzierung des Marktes (Wirtschaftssystem)? Spezialisierung auf Produktgruppen, Märkte, Vertriebswege. Wo setzt die Differenzierung an, beim Produkt oder beim Vertriebsweg (beides ist z.B. beim 'Groschenroman' und E-Book der Fall)? Auf welche Weise ist der Buchhandel andererseits an der kulturellen 'Zerklüftung' der Gesellschaft beteiligt, durch Vermittlung spezifischer textbasierter Wirklichkeitskonstruktionen an gesellschaftliche Gruppen (Religions- und Weltanschauungsgemeinschaften, Populationen unterschiedlicher Bildung und ideologischer Ausrichtung etc.)?
- Inwieweit lässt sich darüber hinaus ein Funktionswandel des gedruckten Buches vom bloßen Speichermedium zum ‚symbolisch generalisierten Kommunikationsmedium‘, d.h. zu einem ‚Erfolgsmedium‘ beobachten, das durch seine (manifeste? befürchtete?) Verknappung einem symbolischen Wertzuwachs unterliegt, der wiederum systeminterne Kommunikations- und Handlungsanreize produziert? Vermögen diese zusätzlichen Anreize zu selbstbezüglichen, d.h. auf das Printmedium selbst gerichteten, also medienspezifisch motivierten Kaufakten einen vermeintlich drohenden Niedergang des printmedialen Buchhandels zumindest verlangsamen oder gar aufhalten? Die Funktionen, die sich bereits an den repräsentativen Prachtausgaben des späten 19. Jahrhunderts und den bibliophilen Buchkulturnischen des 20. Jahrhunderts als interne Differenzierung des printmedialen Bereichs beobachten lassen, könnten sich nun auf das Medium insgesamt ausweiten, symbolisch generalisiert werden und den digitalen Verlust an paratextueller Materialität systemintern kompensieren.
- Wird das Speichermedium ‚Buch‘ gerade deshalb zum Kommunikationsmedium im Sinne Luhmanns, weil es materielle Medialität selbst als Erfolgsmedium zu vermitteln sucht und zugleich diejenigen genuin buchhändlerischen Vertriebswege stützt, die weiterhin auf symmetrische Präsenzkommunikation angewiesen sind? Wird damit zugleich auch die ‚Buchhandlung‘ zu einem ‚symbolisch generalisierten Kommunikationsmedium‘ mit eigenständigen Handlungs- und Kommunikationsanreizen, das eine printmedienspezifische ‚Präsenzkultur‘ inszeniert (Buchhandlungen als Räume des Lesens und des Gesprächs, gesellige Treffpunkte, Verbindung mit Kaffeebetrieb, Autorenlesungen, Signierstunden u.ä.)?
- Lassen sich solche Prozesse als systemstabilisierende Binnendifferenzierung verstehen und sind sie notwendig an printmediale Materialität gebunden? Etablieren sich neue oder erweiterte Marktsegmente und wie verhalten sie sich zu einander, wenn printmediale und elektronische Speicherung und Distribution von textgestützten, literarischen und nicht-literarischen ‚Wirklichkeitskonstruktionen‘ ökonomisch und symbolisch (kulturell) auf diese Weise konkurrieren? Welche je spezifischen ‚Kommunikationsmedien‘ sichern in dieser Situation den ‚Erfolg‘ von Buch und Buchhandel einerseits und des situationsabstrakten Internethandels von Büchern und E-Books (download von Texten) andererseits? Welche Folgen hat also die ökonomische, technische und kulturelle Konkurrenz von a) ‚Präsenz / Materialität / stabiler Datensicherung / Langsamkeit / höheren Herstellungskosten / Tradition‘ mit b) ‚Absenz von face-to-face-Kommunikation / Schnelligkeit / erhöhter Datenspeicherkapazität / erhöhtem Risiko des Datenverlusts / Kostenminimierung / Innovation‘? Und wie verändern sich diese Zusammenhänge und verflüssigen sich diese Ge-

gensätze, z.B. durch die kommunikative Vergemeinschaftung und Meinungsbildung in sozialen Netzwerken (social media, agenda setting)?

- Was folgte hieraus für die systemtheoretische Modellierung des Verhältnisses von technischen Speicher- und Distributionsmedien, semiotischen ‚Medien‘ (Ikonizität und Schriftlichkeit im Buch / auf dem Bildschirm; Mündlichkeit: Hörbuch) und sozialen Erfolgsmedien (Parsons‘ ‚Interaktions-‘ bzw. Luhmanns Kommunikationsmedien)? Unter welchen gesellschaftlichen (wirtschaftlichen, juristischen, politischen ...) Umständen wirken sich medientechnische Innovationen derart aus, dass das je ältere Medium selbstreflexiv wird und seinerseits als soziales ‚Kommunikationsmedium‘ fungiert? Lässt sich diese hypothetische Annahme über die Gegenwart mediengeschichtlich z.B. auf die frühneuzeitliche Einführung des Buchdrucks zurückprojizieren? Wann und wie werden Medien reflexiv und wie wirkt sich dies auf „die sozialorganisatorischen Produktions-, Rezeptions-, Distributions- und Verarbeitungsbedingungen literarischer [und nicht-literarischer sprachlicher und bildlicher] Wirklichkeitskonstruktionen“ (Claus-Michael Ort) aus?
- Welche Konsequenzen ergeben sich vor diesem Hintergrund für das Verhältnis von Automatisierung bzw. operativer Schließung zur Abhängigkeit von anderen Systemen der Gesellschaft (Wirtschaft, Politik, Bildung etc.), insbesondere für die Konvertierbarkeit mit dem Interaktions- bzw. Kommunikationsmedium ‚Geld‘ und für die ‚Doppelcodierung des Buches als Kulturträger und Ware? Wie könnte eine solche ‚Doppelkodierung‘ für elektronische Speicher- und Distributionsmedien aussehen?
- Wie werden die Grenzen von System und jeweiliger Umwelt behandelt (Öffentlichkeitsarbeit; Lobby in der Politik; Erarbeitung von gesetzlichen Regelungen mit Verwaltungen, dem Recht und der Politik u.a.)?
- Verhältnis der segmentären zur funktionalen Differenzierung: Zentrum / Peripherie, Rolle der Provinz- und Lokalvereine bzw. der Landesverbände, Durchsetzung der Preisbindung im 19. Jahrhundert durch die ‚Provinz‘, Verhältnis von regionaler Organisation, nationalem und globalem Markt.
- Differenzierung all dieser Entwicklungen nach Ebenen und Trägern (Gesamtbuchhandel; Ebene von Verlag, Sortiment usw.; Binnenstrukturen auf diesen Ebenen). Ist die führende Rolle eines Aktanten zu beobachten (früher wohl der Verlag; heutige Kandidaten: Zwischen-, Großflächen-, Versand- und Internetbuchhandel oder Gebrauchtbuchmarkt), so ist nach erklärenden Zusammenhängen zu suchen.
- Wie wirkt sich die Verselbständigung des Finanzsektors gegenüber der Realwirtschaft in der Gesellschaft bzw. die steigende Bedeutung der Wirtschaft bzw. des Mediums Geld auf den Buchhandel aus? z.B. steigende Bedeutung des kaufmännischen Leiters, von Controlling. Zu berücksichtigen ist dabei die Struktur des Mediums Geld und die Rolle des Mediums Vertrauen (Luhmann) für die Finanzwirtschaft. Hängt, und wenn ja: wie hängt mit der Ökonomisierung des Buchhandels die Konzentrationsbewegung, Konzernbildung und Filialisierung im Buchhandel zusammen? z.B. Bankfunktion von Konzernen und Holdings. Lässt sich eine Coevolution im Zusammenspiel von Finanzwirtschaft und Buchhandel feststellen? Vgl. abnehmende Bedeutung der Inhaberverleger, Verkauf und Weiterführung von Verlagen unter dem Dach eines Konzerns (vor allem durch die großen Drei: Bertelsmann, Holtzbrink, Bonnier). Alternativer Buchhandel; Chancen von Independents, die auf Inhalte und Programme setzen?

4. Der Buchverlag als Organisation

Buchverlage sind Organisationen, die kulturelle Werte, literarische Sinnangebote und Wirklichkeitskonstruktionen in das Medium des Wirtschaftssystems, Geld, konvertieren. Sie verknüpfen den Selektionstransfer aus dem kulturellen Subsystem der Gesellschaft mit dem Selektionstransfer des Mediums Geld aus dem wirtschaftlichen Subsystem der Gesellschaft. Sie realisieren diese Medienkonvertierung in Gestalt einer Doppelcodierung. Auf diese Weise entsteht das gedruckte Buch, das auf der einen Seite seinen kulturellen (oder im engeren Sinne literarischen, wissenschaftlichen etc.) Wert und auf der anderen Seite seinen wirtschaftlichen Wert hat. Über den kulturellen (bzw. literarischen, wissenschaftlichen) Wert wird in der Kritik, über den wirtschaftlichen auf dem Markt entschieden. Indem der Buchverlag wirtschaftliche auf kulturelle oder kulturelle auf wirtschaftliche Entscheidungen anwendet, organisiert und stabilisiert er einen wechselseitigen Transfer systemspezifischer Selektionen aus den Bereichen der Kultur und Wirtschaft. Als Organisation gehört der Buchverlag der Interpenetrationszone zwischen diesen beiden Subsystemen der Gesellschaft an.

„Books are different.“ Dieser Leitsatz, wonach die Gesetze des Marktes für Bücher als „geistige Ware“ nur eingeschränkte Gültigkeit haben, ist in Deutschland politisch weitgehend anerkannt und gesetzlich fixiert (Gesetz zur Regelung der Preisbindung bei Verlagserzeugnissen (BuchPrG) vom 2. September 2002). Dadurch erhält die Interpenetrationszone zwischen Kultur und Wirtschaft, in der der Verlag operiert, eine eigenspezifische normative Hintergrundstruktur. Der Legitimationsdiskurs für die Preisbindung bildete sich in der Krönerschen Reform (1878-1888) heraus: Die Festsetzung verbindlicher Preise beim Verkauf an Letztabnehmer soll den Erhalt eines breiten Buchangebots (Mischkalkulation) sichern und (durch Ausschaltung der Preiskonkurrenz) die Existenz einer großen Zahl von Verkaufsstellen ermöglichen. In systemtheoretischer Perspektive zeugt das Preisbindungsgesetz vom Bewusstsein einer doppelten Referenz des Buchhandels auf Kultur und Wirtschaft.

Der Buchverlag als Organisation dekomponiert die Entscheidungsprozesse seines Geschäftsfeldes. Gemäß der Anwendung von wirtschaftlichen auf kulturelle Entscheidungsprozesse (oder umgekehrt) differenzieren sich die Bereiche aus. Der Bereich des kulturellen Inputs, d.h. der Kontakt zu Autoren und die Betreuung ihrer Manuskripte mit dem Ziel der Akquisition von Verwertungsrechten, wird vom Lektorat, der wirtschaftliche Output von der Abteilung Verkauf und Vertrieb betreut. Die Transformation vom Manuskript ins Buch, mithin die Zweitcodierung durch den Druck, wird von der Herstellung geleitet und in der Regel von beauftragten Fremdfirmen (Setzerei, Druckerei, Binderei) durchgeführt. Die Handlungsrollen in den Abteilungen Lektorat, Herstellung und Verkauf / Vertrieb werden von Wertmustern der kulturellen, technologischen und wirtschaftlichen Felder geprägt.

Da der Buchverlag eine Interpenetrationszone zwischen Kultur und Wirtschaft bildet, gliedert er sich intern in diese zweifache, kulturelle und wirtschaftliche Entscheidungsstruktur, die er vermittelt. „Bei einer zweiköpfigen Verlagsleitung sind die Verantwortungsbereiche im allgemeinen in den Programmbereich und die kaufmännische Verlagsleitung geteilt“, wobei zumeist die Cheflektoren sowie die Leiter der Werbe-, Presse- und Lizenzabteilungen dem Verlagsleiter Programm, die Leiter der Abteilungen Herstellung, Verkauf und Vertrieb sowie das Rechnungswesen der kaufmännischen Verlagsleitung unterstehen (Hans Helmut

Röhring). Das zentrale Problem der innerbetrieblichen Entscheidungsfindung, die Anwendung wirtschaftlicher auf kulturelle Selektionskriterien, kann durch Programmkonferenzen gelöst werden. Im Eigentümerverlag liegt die letzte Entscheidung beim Verleger selbst. Der Verleger vereinigt in sich zwei Rollen, die der „kulturell-gesellschaftlichen Sonderstellung der Verlage“ entsprechen: „Kulturvermittlung und kaufmännisches Vorgehen“ (Bramann / Merzbach / Münch).

Unter Marketinggesichtspunkten wird heute ein Verlag vom Markt her geführt, d.h. *alle* Entscheidungen werden im Hinblick auf Märkte und Zielgruppen getroffen. Dies verändert die Stellung des Cheflektors (Planungslektor, "acquisition editor"), der zu einem Marketingexperten wird. In seiner Person vereinigt sich das Beschaffungsmarketing (d.h. Autorenakquisition) mit dem Absatzmarketing. Der Lektor erhält Ertragsverantwortung und betreibt „Produktentwicklung aus den Gegebenheiten und Bedürfnissen des Marktes“ (Wulf D. Lucius).

Ein markantes Datum für die Führung des Verlages vom Markt her ist die Anwendung der Portfolio-Methode, die aus dem Finanzanlagebereich in das Marketingdenken übernommen wurde. Die Portfolio-Methode dient der betriebswirtschaftlichen Darstellung des Verlagsprogramms. „Es wird die Frage erörtert, welchen Beitrag zur Zielerreichung und Finanzierung eines Verlages die einzelnen Werke oder Reihen leisten. (Bramann / Merzbach / Münch)“ Doch diese Umorientierung auf den Markt hin verändert nicht die gesellschaftliche Stellung des Verlages zwischen Kultur und Wirtschaft. Der Buchverlag konstatiert bei seinen Entscheidungen, die den Code der Wirtschaft auf den Code der Kultur anwenden, lediglich den geringeren Wert des kulturellen Wertmusters (literarische Sinnangebote) gegenüber dem wirtschaftlichen Wertmuster (Haben / Nichthaben

Programmpolitik wird „als bewusste Planung und aktive Gestaltung des Produktionsangebots eines Verlages“ (Hans Helmut Röhring) definiert. In der Programmpolitik realisiert sich die Entscheidung, die der Verlag als Organisation im Interpenetrationsbereich von Wirtschaft und Kultur zwischen wirtschaftlichen und kulturellen (literarischen, wissenschaftlichen etc.) Selektionskriterien trifft. „Hier liegt die Nahtstelle von literarischem Gespür und wirtschaftlichem Denken; nur wo beides dauerhaft realisiert wird, kann von erfolgreicher Programmpolitik die Rede sein. (Hans Helmut Röhring)“

Verlagsprogramme haben eine Außen- und eine Innenperspektive. Ein Programm steht für „Präsentationskontinuität“ (Knut Hieckhler) des Verlages seinen Kunden, den Buchhändlern wie den Lesern gegenüber. Qualität, Schwerpunktsetzung und Meinungsrichtung des Programms prägen wesentlich das „Verlagsgesicht“. d.h. das Image des Verlages in der inner- und außerbuchhändlerischen Öffentlichkeit (Bramann / Merzbach / Münch). Im Programm dokumentiert sich das kulturpolitische Selbstverständnis des Verlages, es hat „Verbundwirkungen“ beim Sortiment; programmatische Schwerpunkte erleichtern die „Beschaffungswerbung“ (Autorenakquisition) und die Öffentlichkeitsarbeit (Bramann / Merzbach / Münch). Ein gelungenes Programm kann somit zu einem hohen Maß an Identifikation zwischen dem Verleger, den Verlagsmitarbeitern, den Buchhändlern sowie den Stammautoren, Kritikern und Lesern führen, die sich gemeinsam gleichen kulturellen Werten verpflichtet fühlen.

Innerbetrieblich stellen Verlagsprogramme „Rationalitätsschemata“ dar, welche die zu relationierenden Entscheidungen des kulturellen und wirtschaftlichen Subsystems der Gesellschaft wiederum als Relationen darstellen, die zur Entscheidung gebracht werden. Unter der

Programmstrategie lässt sich - in Anlehnung an Knut Hickethiers Programmtheorie für das Fernsehen - die längerfristige zielorientierte Planung der Produktion unter Berücksichtigung der Konkurrenzsituation auf dem Beschaffungs- und Absatzmarkt sowie der Bedürfnislage und des Kaufverhaltens des Publikums verstehen. Die Portfolio-Methode erlaubt - wie oben angedeutet - eine betriebswirtschaftliche Rentabilitätsanalyse des Programms. In welchem Verhältnis kulturelle und wirtschaftliche Selektionskriterien in die Programmentscheidungen einfließen, ist eine empirische Frage, doch werden von den wirtschaftlich geführten Buchverlagen Kultur und Kommerz generell vermittelt.

Durch Reihenbildung lässt sich das Verlagsprogramm diversifizieren. Das Prinzip der Reihenbildung, das seit den letzten Dezennien des 19. Jahrhunderts im Buchhandel explosionsartig zunahm, stellt die Reflexivform des Programms, d.h. die Anwendung des Programms auf sich selbst, dar.

Wichtige Problemfelder lassen sich in einer offenen Reihe von Punkten zusammenfassen:

- Doppelcodierung des Buches als Kulturträger und Ware. Auf welche Weise sind Wertmuster aus dem kulturellen und wirtschaftlichen Bereich miteinander verknüpft? Dominanzverhältnisse, geschichtlich sowie in unterschiedlichen Typen von Verlagen und Sortimenten. Entwicklung der Buchhaltung, die den Verlag als wirtschaftendes Unternehmen verwaltet. Kommen Investitionen aus dem laufenden Geschäft oder werden Kredite in Anspruch genommen? Schwierige Stellung des Buchhandels bei Bankkrediten, wegen Unsicherheit bei der Abschätzung der Rechte und des Lagers. Selbstverständnis des Verlages, Profilbildung in der Öffentlichkeit.
- Preisbindung letzter Hand als privatrechtliche und gesetzliche Regelung. Legitimationsdiskurs seit der Krönerschen Reform, Handhabung, Konflikte. Mischkalkulation, innerbetriebliche Subventionierung? Instrumentalisierung der Rhetorik der Preisbindung für wirtschaftliche Zwecke.
- Verkehrs- und Verkaufsordnung als "Rationalitätsschemata" des Buchhandels, Festschreibung der 'Handelsusancen', deskriptives und präskriptives Handlungswissen.
- Innerbetriebliche Entscheidungsstruktur. Dekomposition der Entscheidungsprozesse: zeitliche Folge, Verknüpfung, Hierarchisierung. Welche Rolle spielen Programmkonferenzen, bei wem liegt die Letztentscheidung (Inhaberverleger, kaufmännischer Leiter)? Wie sehen in Konzernverlagen Reportings aus und welche Renditevorgaben gibt es? Auf welche Weise und in welchem Ausmaß ist unter dem Primat der Ökonomie der kreative bzw. konzeptionelle Spielraum in der Programmgestaltung eingeschränkt?
- Entscheidungsprämissen, Programme in der Innen- und Außenperspektive, Portfolio, Reihenbildung etc.
- Unterschied von Ratgeber- und Belletristikverlag. Letzterer muss sich ständig 'neu erfinden'. Unterschiede in der Mechanik der Investition bzw. in der Bewirtschaftung, in der strategischen Ausrichtung, im Verhältnis von Nova / Backlist (Kessler).
- Wie unterscheidet sich die vierfarbige und die schwarz-weiße Welt. Andere Vergütungsmodelle in der vierfarbigen Welt (Kessler). Wie genau sehen die Unterschiede aus, wie haben sie sich historisch entwickelt und wie lassen sie sich systemtheoretisch rekonstruieren? Rolle der Drucktechnik (von der Handkolorierung zum Vierfarbendruck).

- Welche 'weichen' Erfolgsmedien (Ansehen, Prestige, Handlungswissen der Aktanten; Vernetzung der Mitarbeiter untereinander und mit Systemen in der Umwelt etc.) haben Einfluss auf innerbetriebliche Entscheidungsprozesse? Treten unter dem Diktat der Ökonomie Erfahrungsaustausch unter Kollegen wie überhaupt die 'menschliche Komponente' zurück? (Strasser)
- Wir-Gefühl im Verlag. Wo es eine Markenverfassung gibt (Musterbeispiel: GU), gehören dazu Verhaltensmuster. Auch im gesicherten Raum kann es zur 'inneren Kündigung' kommen, wenn Verhaltenserwartungen nur als Mittel zum wirtschaftlichen Zweck dienen. (Kessler) Egoismus, Angst, Druck? Verliert in den sozialen Beziehungen des Berufs das Medium Vertrauen (Luhmann) insgesamt an Gewicht?

Zu diesem Papier

Dieses Papier übernimmt Passagen aus dem Aufsatz von Georg Jäger: "Keine Kulturtheorie ohne Geldtheorie. Grundlegung einer Theorie des Buchverlags", der im IASL-Forum "Probleme der Geschichtsschreibung des Buchhandels" online verfügbar ist. Hier finden sich auch genauere Zitatnachweise.

URL:

http://www.iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/jaeger_buchverlag.pdf

Die Ausführungen stützen sich insbesondere auf Beobachtungen und Fragen, die sich bei der Konzeption und Abfassung der Geschichte des deutschen Buchhandels im Kaiserreich (1871-1918) ergaben. Vgl. Monika Estermann / Georg Jäger: Das Profil der Buchhandelsepoche in Stichworten, das gleichfalls im IASL-Forum "Probleme der Geschichtsschreibung des Buchhandels" online verfügbar ist.

URL:

http://www.iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/Jaeger_Estermann_Profil.pdf

Darüber hinaus wird das literatursoziologische Potential der Theorie ‚sozialer Interaktionsmedien‘ (‚Geld‘, ‚Macht‘, ‚Einfluss‘, ‚Wertbindung‘: T. Parsons), an die Luhmanns ‚Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien‘ anschließt, bereits entfaltet in:

Friederike Meyer / Claus-Michael Ort: Literatur als soziales Interaktionsmedium. Zum Verhältnis von strukturaler Literaturwissenschaft und funktionalistisch-systemtheoretischen Ansätzen in der Soziologie, in: SPIEL. Siegener Periodicum zur Internationalen Empirischen Literaturwissenschaft 3 (1984), H.1. S. 67-97, und in:

Friederike Meyer / Claus-Michael Ort: Konzept eines struktural-funktionalen Theoriemodells für eine Sozialgeschichte der Literatur, in: Renate v. Heydebrand / Dieter Pfau / Jörg Schönert (Hrsg.), Zur theoretischen Grundlegung einer Sozialgeschichte der Literatur. Ein struktural-funktionaler Entwurf. Tübingen: Niemeyer 1988, S. 85-171 (= Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur 21).

Anregungen erhielten wir in Gesprächen mit Georg Kessler (4. Mai 2011) und Christian Strasser (28. April 2011). Wo Gedanken mehr oder weniger wörtlich übernommen werden, wird in Klammer darauf hingewiesen.

Eine frühere Version des Papiers wurde auf der Nachwuchstagung der Internationalen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft am 7. April 2011 in München vorgestellt und diskutiert.

Prof. Dr. Georg Jäger
georg.jaeger07@googlemail.com

Prof. Dr. Claus-Michael Ort
cort@litwiss-ndl.uni-kiel.de