



IASL*online* Diskussionsforum

Probleme der Geschichtsschreibung des Buchhandels

KORINNA TRINCKAUF

Nicht nur Festschrift – Methodische Überlegungen zur wissenschaftlichen Verlagsgeschichtsschreibung

Gliederung

1 Einleitung und Forschungsstand | 2 Aktuelle Forschungsansätze | 2.1 Buchverlag und Systemtheorie – eine Abhandlung Georg Jägers | 2.2 Pierre Bourdieus Theorie vom literarischen Feld – Vorschläge von Gangolf Hübinger und Helen Müller | 2.3 Würdigung der Verlegerpersönlichkeit – der biographische Ansatz von Doris Reimer | 2.4 Verlagsgeschichte als Firmengeschichte | 2.4.1 Eckpunkte der Fachgeschichte in Deutschland und die Institutionenökonomik als aktuelle Forschungsmethode | 2.4.2 Ein Analyserahmen für die Unternehmensgeschichtsschreibung | 2.4.3 Verlage als Wirtschaftsunternehmen – die Forderungen von Florian Triebel | 3 Überlegungen zu einem Modell der Verlagsgeschichtsschreibung | 4 Ist eine universelle Methode der Verlagsgeschichtsschreibung möglich?

Erstpublikation:

IASL-online

Vorlage:

PDF-Datei der Autorin.

Autorin:

Korinna Trinckauf M.A.
Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

E-Mail: <korinna@trinckauf.de>

Nicht nur Festschrift – Methodische Überlegungen zur wissenschaftlichen Verlagsgeschichtsschreibung

1 EINLEITUNG UND FORSCHUNGSSTAND

Verlagsgeschichte – *Familiengeschichten*? In seinem gleichnamigen Artikel¹ charakterisiert und kritisiert Hans Altenhein ein nicht untypisches Merkmal verlagshistorischer Arbeiten. Als Beispiel wählt er verschiedene Almanache des List Verlages und analysiert sie mit dem Ergebnis, mehr anekdotenhafte Verleger-Autobiographie zu sein, als eine Verlagsgeschichte. Damit ist ein grundlegendes Problem der Verlagsgeschichtsschreibung bereits angedeutet: Viele Arbeiten entstehen anlässlich diverser Jubiläen und entstammten vor allem in früherer Zeit oft der Feder des Verlegers selbst. Als seriöse Quelle können sie meist nicht gelten, ist doch davon auszugehen, daß in derartigen Publikationen vor allem die großen Leistungen des Verlegers und der wirtschaftliche Erfolg des Unternehmens im Vordergrund stehen. Ungeachtet dessen zählen solche Almanache, Jubiläums- und Festschriften oft zu den wenigen Quellen, die überhaupt zu einem Verlag erhalten sind.

Meist sind es persönliche Korrespondenzen, Aufzeichnungen oder Erinnerungsstücke des Verlegers, die sich im Archiv oder in Privatnachlässen erhalten haben. Ein wichtigerer Grund für den häufig unwissenschaftlichen, biographischen Charakter von Verlagsgeschichten besteht jedoch im historischen, bis ins 19. Jahrhundert andauernden Fehlen einer berufsständischen Organisation der Buchbranche. Sie entsteht erst 1925 mit der Gründung des Börsenvereins der Buchhändler zu Leipzig. Monika Estermann und Georg Jäger weisen in der Einleitung der *Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert*² auf diesen Zusammenhang hin: „Da [die Buchhändler] bis ins 19. Jahrhundert – anders als die Drucker – keinen Schutz durch eine Innung oder eine Zunft genossen, hatte die Erinnerung an die großen Vorbilder auch eine besondere Bedeutung für die Gruppenidentität.“³

¹ Hans Altenhein: *Familiengeschichten*. Zur Kritik einer buchhandelshistorischen Methode. In: *Buchkulturen*. Beiträge zur Geschichte der Literaturvermittlung. Festschrift für Reinhard Wittmann. Hrsg. von Monika Estermann / Ernst Fischer / Ute Schneider. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag 2005. Seite 79–92.

² *Geschichte des Deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert*. Band 1: Das Kaiserreich 1870 [sic]–1918. Hrsg. von Georg Jäger im Auftrag der Historischen Kommission. Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung GmbH 2001 (Teil 1) – 2003 (Teil 2).

³ Monika Estermann und Georg Jäger: Der Weg zu einer neuen „Geschichte des Buchhandels“. In: IASLonline. URL: http://www.iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/Geschichte_Einleitung (eingesehen am 2.4.2007). Seite 9.

Erst nach der Reichsgründung von 1871 gibt es in der Zeit des Historismus Bestrebungen eine umfassende Geschichte der Branche niederzuschreiben, die zwischen 1886 und 1913 mit dem ‚Kapp-Goldfriedrich‘ verwirklicht wird, der *Geschichte des deutschen Buchhandels*⁴. Allein auf Johann Goldfriedrich – Friedrich Kapp verstarb noch vor Erscheinen des ersten Bandes – geht die Konzeption zurück, den Buchhandel vor dem zeitgenössischen politischen, wirtschaftlichen und literarischen Hintergrund zu beschreiben und zu bewerten.⁵ Denn die Entwicklungen und Tendenzen seien ohne diese Einordnung nicht zu verstehen. Die vier Schwerpunkte der von Goldfriedrich betreuten Bände tragen dem Rechnung, indem sie die Position des Buchhandels im Kulturbetrieb, die Organisation des Gewerbes, die Beziehungen zwischen Buchhandel auf der einen Seite, Politik und Wirtschaft sowie dem Buch im verlagsinternen Herstellungsprozeß auf der anderen Seite thematisieren.

Eine wichtige Erweiterung des Forschungsgegenstandes nimmt Herbert G. Göpfert Ende der siebziger Jahre vor, als er die Buchhandelsgeschichte um die Betrachtung des Autors und des Lesers ergänzt. Göpfert hebt die literaturvermittelnde Funktion gegenüber der Branchengeschichte hervor und rückt auf diese Weise die sozialen Bedingungen des Entstehens und Konsumierens von Literatur in das Forschungsfeld.⁶

Mit dieser Zäsur ist der Forschungsrahmen der Buchhandelsgeschichtsschreibung im wesentlichen ausdifferenziert. Konsens herrscht mittlerweile sowohl über die Mehrdimensionalität des Gegenstandes, der ganz verschiedene Gesellschaftsbereiche und Wissenschaften berührt. Speziell aber darüber, daß jeder Zusammenhang und Ablauf von der Definition des Buches als mit einem kulturellem und einem wirtschaftlichem Wert versehenes Gut bestimmt ist. Auch ist das Problembewußtsein gegenüber den anlässlich von Jubiläen entstandenen Publikationen zur Verlagsgeschichte gewachsen. Trotz mancher Kritik ist daraus noch keine konsequent verfolgte, übergeordnete Theorie- oder Methodenforschung entstanden. Deren Ziel sollte es sein, Qualitätskriterien einer wissenschaftlichen Verlagsgeschichte aufzustellen – entweder durch reine Deskription oder mit Hilfe einer Methode. Eine Ursache für die unzureichende theoretische Auseinandersetzung könnte sein, daß die wenigen Impulse zur Institutionalisierung und Organisation des Fachs (Historische Kommission des Börsenvereins) und zu übergreifenden Publikationen (*Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert*) nicht von der Wissenschaft ausgegangen sind. Sie sind aus der Buchbranche hervorgegangen, aus der Praxis, in der das Interesse an übergreifender theoretischer Forschung weniger ausgeprägt ist.

⁴ Friedrich Kapp [Bd. 1] / Johann Goldfriedrich [Bd. 2–4]: *Geschichte des Deutschen Buchhandels*. Hrsg. von der Historischen Kommission. Leipzig: Verlag des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler 1886–1913.

⁵ Vgl. Monika Estermann und Georg Jäger: *Der Weg zu einer neuen „Geschichte des Buchhandels“*. Seite 13.

⁶ Vgl. ebenda, Seite 10.

Bisher fehlt eine Gesamtdarstellung im Sinne eines Forschungsüberblicks in der Verlagsgeschichtsschreibung, die alle relevanten Aspekte dieses Teilgebietes der Buchhandels-geschichtsschreibung zusammenträgt. An dieser Stelle setzt die vorliegende Arbeit ein mit dem Ziel, inhaltliche und formale Kriterien für eine wissenschaftliche Verlagsgeschichte mit der Auseinandersetzung um mögliche Ansätze, Methoden und Theorien zu verbinden.

Wissenschaftliche Verlagsgeschichtsschreibung ist bestrebt, alle Informationen über einen Verlag gemäß wissenschaftlicher Prinzipien systematisch zu untersuchen und die Ergebnisse logisch geordnet darzustellen; ohne dabei den zeitgeschichtlichen Hintergrund aus dem Blick zu verlieren, um schließlich eine nachvollziehbare Beurteilung vorzunehmen.

Sowohl die Sozialwissenschaft als auch die Wirtschaftswissenschaft stellen mehrere Methoden bereit, deren Nutzen für das Fach anhand konkreter theoretischer Überlegungen überprüft werden soll. Einen über die reine Methodenfrage hinausgehenden Wert könnte für die Verlagsgeschichtsschreibung die übergeordnete Unternehmensgeschichtsschreibung wegen der Ähnlichkeit der Forschungsobjekte haben. Verlage sind Unternehmen, in denen der kulturelle Wert der Produkte die Produktionsabläufe in größerem Maße beeinflusst als bei einem rein ökonomisch orientierten Betrieb. Fortschritte im Fach Unternehmensgeschichte – die bereits ausdifferenzierter ist als ihr Teilgebiet – könnten der Verlagsgeschichte erstrebenswerte oder zu vermeidende Entwicklungstendenzen zeigen.

Den gleichen Gegenstand mit mehreren Methoden zu untersuchen, hat schließlich den Vorteil, besonders wichtige Aspekte herauszuarbeiten – jene, die in allen Ansätzen thematisiert werden. Möglicherweise können diese Merkmale für Überlegungen zu einer eigenen Methode herangezogen werden, da sie sich als charakteristisch für die Verlagsgeschichtsschreibung erwiesen haben. Diesen Gedanken folgend, könnten im günstigsten Fall ein allgemein anwendbares Modell und eine universelle Methode entwickelt werden, nach denen Verlagsgeschichte vor dem jeweiligen zeitgeschichtlichen Hintergrund geschrieben werden kann. Zu analysieren ist schließlich das Verhältnis zwischen Vor- und Nachteilen einer allgemeingültigen Herangehensweise und Umsetzung von Verlagsgeschichte.

Da die Buchwissenschaft keine eigenen Forschungsmethoden oder Theorien hat, bedient sie sich für ihre Analysen der Methoden anderer Wissenschaftsgebiete. Zwar gibt es verschiedene Überlegungen zu einer übergeordneten Buch- oder Buchhandelstheorie, die aber noch zu keinem befriedigenden Ergebnis geführt haben.⁷ Hans Altenhein hat 1997 eine Zusammenstellung der bisherigen Versuche theoretischer Ansätze des Buchhandels vorgelegt. Darin kritisiert er vor allem, daß sich die Überlegungen nach aktuellen Forschungsparadigmen richten und dann hauptsächlich buchhändlerische Fragen ins Zentrum rücken, die dem fokussierten Bereich entstammen.

So sind die Anfänge der theoretischen Beschäftigung mit dem herstellenden Buchhandel vor allem vom Bedürfnis geprägt, die Geschäftsbeziehungen zwischen Autoren und Verlegern verbindlich zu regeln. Eine Fülle von Publikationen zwischen 1773 und 1794 zeugt von einem engagiert geführten Diskurs über die Rechtsfragen des Buchhandels.⁸ Etwa hundert Jahre später wird die Debatte zwischen Befürwortern und Gegnern einer Regulierung des Buchhandels geführt. Wirtschaftliche Aspekte stehen jetzt im Zentrum theoretischer Schriften und Überlegungen. Als letzten Einschnitt führt Altenhein die seit der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts in die Debatte aufgenommene sozialwissenschaftliche Dimension an, die Erweiterung des Forschungsfeldes um Autor und Leser.⁹ Seine Schlußfolgerung ist die Entwicklung einer Theorie der Buchhandels, die zwar einem aktuellen Forschungsparadigma folgen kann, aber nicht nur die Analyse von Fragestellungen aus diesem Themenfeld erlauben darf. Bisherige Versuche sind vor allem an der Komplexität des Untersuchungsgegenstandes gescheitert.

Aktuell findet kein Fachdiskurs über Methoden und Theorien der Buchhandelsgeschichtsschreibung oder des hier interessierenden Teilgebietes Verlagsgeschichtsschreibung statt, wie schon im einleitenden Abschnitt dieser Arbeit ausgeführt wurde. Im folgenden werden vier mögliche Ansätze vorgestellt und auf ihren Nutzen für die allgemeine Verlagsgeschichtsschreibung überprüft. Inwieweit sie den komplexen Forschungsgegenstand, den Buchverlag, zu fassen vermögen, wird im darauffolgenden Teil der Arbeit analysiert.

⁷ Vgl. Hans Altenhein: Theorien des Buchhandels In: Buchhandelsgeschichte. Aufsätze, Rezensionen und Berichte zur Geschichte des Buchwesens. Hrsg. von der Historischen Kommission des Börsenvereins. Heft 4, 1997. Frankfurt am Main und Leipzig: Buchhändler-Vereinigung GmbH 1997. Seite B165–B172. Seite 165.

⁸ Vgl. ebenda, Seite 166.

⁹ Vgl. ebenda, Seite 171.

In seiner Abhandlung *Keine Kulturtheorie ohne Geldtheorie*¹⁰ sucht Georg Jäger eine systemtheoretisch angelegte Theorie des Buchverlages zu entwerfen, indem er das Verhältnis von Kultur und Wirtschaft untersucht. Dabei orientiert er sich an Überlegungen Talcott Parsons und Niklas Luhmanns.

Seiner Theorie liegt das Verständnis der Interpenetration von Kultursystem und dem sozialen Subsystem Wirtschaft zugrunde. Parallel für Kultursystem verwendet er den Begriff ‚kulturelles Treuhandsystem‘, da er von Talcott Parsons die Idee übernimmt, daß durch das kulturelle System auch Interessen der Sozialsysteme Religion und Wissenschaft (neben Kunst) umgesetzt werden, da sich in jedem Feld oder Subsystem das Vier-Funktionen-Paradigma im kleinen wiederholt. Funktion des kulturellen Treuhandsystems ist es, auf Verlangen der Gesellschaft in Wertbindungen meßbare Problemlösungen bereitzustellen. Diese Hierarchisierung von Parsons – Kultur sei „ein System normativer Musterbildungen“¹¹ – geht auf seinen Ausgangspunkt für die Untersuchung der funktionalen Differenzierung einer Gesellschaft zurück. Jäger schließt diese Wertung jedoch für seine Betrachtungen aus. Auch bei Niklas Luhmann ist eine derartige Wertung nicht erkennbar: das Funktionssystem Kunst steht gleichberechtigt neben den Systemen Religion, Wissenschaft, Politik, Recht, Wirtschaft und anderen.

Alle sozialen Systeme durchdringen sich, wodurch gemeinsame Räume entstehen, die als Interpenetrationszonen beschrieben werden oder Bereiche der strukturellen Kopplung. Obwohl beide Begriffe dasselbe meinen, scheint letzterer tatsächlich besser geeignet, weil er das Charakteristikum ‚Abhängigkeit aber nicht Verschmelzung‘ der beteiligten Systeme in dieser Zone deutlicher zum Ausdruck bringt.

Durch Aufgabenteilung zwischen den einzelnen Systemen erfolgt ihre Leistungssteigerung, die in einer gemeinsamen Zone stattfindet. Zunächst muß festgehalten werden, daß ungeachtet der Exklusivität, mit der ein System seine Aufgabe erfüllt, eben doch auch Vorgaben anderer Funktionssysteme Einfluß nehmen. Laut Becker/Reinhardt-Becker ist das sogar obligatorisch, da „die Annahme einer radikalen Autonomie der sozialen Systeme in einer funktional differenzierten Gesellschaft geradezu ein Widerspruch in sich selbst wäre“¹², Funktionsdifferenzierung bedeute somit Aufgaben- und Arbeitsteilung. Daraus folgt die Nutzung von Ergebnissen – Leistungen –

¹⁰ Georg Jäger: *Keine Kulturtheorie ohne Geldtheorie*. Grundlegung einer Theorie des Buchverlages. In: IASL-online. URL: http://www.iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/jaeger_buchverlag.pdf (eingesehen am 2.4.2007).

¹¹ Stefan Jensen: *Interpenetration – Zum Verhältnis personaler und sozialer Systeme?* In: *Zeitschrift für Soziologie*. Hrsg. von der Fakultät für Soziologie der Universität Bielefeld. Jahrgang 7, Heft 2. Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag 1978. Seite 122.

¹² Frank Becker / Elke Reinhardt-Becker: *Systemtheorie. Eine Einführung für die Geschichts- und Kulturwissenschaften*. Frankfurt am Main: Campus Verlag 2001. Seite 61.

eines sozialen Systems durch ein anderes und umgekehrt: der Output des einen wird zum Input für ein zweites. Da jedes System einen bestimmten Code besitzt, eine durch das Interaktionsmedium (oder bei Luhmann das symbolisch generalisierte Kommunikationsmedium) reduzierte binäre Auswahl von Möglichkeiten, müssen die Leistungen an der Grenze eines Systems jedoch so umgewandelt werden, daß sie in den Sinnhorizont des neuen Systems passen. Interpenetration oder strukturelle Kopplung geht über diesen intersystemischen Transport von Leistungen noch hinaus. Systeme gehen eine derartige Verbindung ein, indem sie sich gegenseitig Verknüpfungspunkte ihres internen Netzes von Wechselbeziehungen zur Verfügung stellen. Durch die beiderseitige Nutzung von Komplexität werden in diesem gemeinsamen Bereich bestimmte Funktionen überhaupt erst ermöglicht. Trotz der engen Verschränkung sind die betreffenden Systeme autopoietisch und für einander Umwelt. Jäger zitiert in seinem Text Stefan Jensen, der jeder Interpenetration zwischen zwei Formen von Systemen einen Prozeß zuordnet, wodurch diese erreicht werden kann. Auf der Ebene von Sozial- und Kultursystemen ist es die Institutionalisierung.¹³ Da die beteiligten Systeme weiterhin selbständig sind und die Verknüpfung mit einem anderen System nur für einen bestimmten Teil gilt, kann in der Interpenetrationszone kein spezifisches, anderes – im Fall von zwei Beteiligten drittes – Kommunikationsmedium gelten. Wegen der exklusiven Nutzung eines bestimmten Mediums durch ein System kann auch eine Reduzierung auf ein einziges Kommunikationsmedium nicht stattfinden. In der Interpenetrationszone muß also eine Umformung passieren, was im folgenden darzustellen ist. Talcott Parsons unterscheidet zwei Medienarten: Austausch- und Interaktionsmedien. Während die Austauschmedien den intersystemischen Leistungsaustausch bewerkstelligen, gehen die hier mehr interessierenden Interaktionsmedien von der doppelten Kontingenz aus.¹⁴ Sie übertragen Selektionen von Wertorientierungen und sollen den Gegenüber zu deren Abnahme motivieren, um so eine angemessene Reaktion anzuregen. Interaktionsmedien beantworten die Frage: „Warum soll Alter die Selektionen Egos übernehmen?“¹⁵ Dazu wenden Interaktionsmedien die zu einem Subsystem gehörenden Selektionsmuster für eine Entscheidung auf alle Subsysteme des Gesamtsystems an und vollziehen mittels dieser zirkulierenden und konvertierbaren Medien die Interpenetration.¹⁶ Im Sozialsystem Gesellschaft siedelt Parsons die Interaktionsmedien Geld (für das Subsystem Wirtschaft), Macht (für Politik), Einfluß (für gesellschaftliche Gemeinschaft) und Wertbindung (für Kultur) an. Nach seiner Auffassung, die Jäger übernimmt, können die Medien des einen Subsystems – zum Beispiel Geld – in der Interpenetrationszone ein anderes Subsystem

¹³ Vgl. Stefan Jensen: Interpenetration – Zum Verhältnis personaler und sozialer Systeme? Seite 122.

¹⁴ Vgl. Jan Künzler: Grundlagenprobleme der Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien bei Niklas Luhmann. In: Zeitschrift für Soziologie. Hrsg. von der Fakultät für Soziologie der Universität Bielefeld. Jahrgang 16, Heft 5. Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag 1987. Seite 318.

¹⁵ Talcott Parsons: Zur Theorie der sozialen Interaktionsmedien. Hrsg. und eingeleitet von Stefan Jensen. Opladen: Westdeutscher Verlag 1980. [= Studienbücher zur Sozialwissenschaft, Band 39.] Seit 13.

¹⁶ Vgl. Georg Jäger: Keine Kulturtheorie ohne Geldtheorie. Seite 5.

beeinflussen – zum Beispiel das System Politik. Erst durch diesen Medienaustausch entstehen überhaupt Interpenetrationszonen. Richard Münch, stellt Jäger abschließend fest, sieht darin eine Ambivalenz von Differenzierung und Integration der Gesellschaft: „Der funktionalen Differenzierung antworten integrierende Mechanismen.“¹⁷ – das sind die Interaktionsmedien.

Ungeklärt blieb bisher die Frage nach der Konvertierung der beteiligten Medien, da sie nicht in einem anderen System wirken können, ohne ihr Herkunftssystem dabei aufzulösen. Für Umwandlungen in einem System müssen jedoch allgemeingültige Regeln und „Kurswerte“¹⁸ festgelegt werden. Diese Vorgänge spielen sich in Organisationen ab – den Institutionen einer Interpenetrationszone – deren beteiligte Systeme aus Entscheidungen aufgebaut sind. Um den Austausch der Medien zu vollziehen, werden die Entscheidungen aufeinander angewandt und verknüpft: Selektionen nach dem Wertmuster des einen Systems auf Selektionen des anderen Systems. Durch die Kopplung der Transferleistungen ist es möglich, „die Verfügung über Einflußmöglichkeiten nach den Bedingungen des einen Mediums [zu benutzen], um Einfluß nach den Bedingungen eines anderen Mediums zu gewinnen“¹⁹. Ergebnis der von Jäger so abgegrenzten Konvertierung sind Selektionsmuster, die in anderen Systemen als ihrem ursprünglichen gelesen und verstanden werden können, womit gleichzeitig die Frage der in den Codes der Systeme verankerten „Konvertibilitätssperren“²⁰ beantwortet ist. Aus diesen Überlegungen heraus regt Georg Jäger an, die ‚Medienkonvertierung in Organisationen‘ als eine Medienverknüpfung und diese wiederum als Mehrfachkodierung festzuschreiben.

Dadurch zeichnet sich ein weiteres Merkmal von Organisationen ab: die Mehrfachcodierung der (gekoppelten) Medien, da an einer Interpenetration mindestens zwei Systeme und Codes beteiligt und anzuwenden sind. Die Wertigkeiten der beteiligten Codes müssen ebenfalls in den Organisationen festgelegt werden, denn ihre äquivalente Berücksichtigung ist nicht zwingend notwendig. Jäger äußert hierzu zwar: „bei ihren Entscheidungen legen die Organisationen den Wert der einzelnen Medien fest, der ihnen bei der Konvertierung zukommt“²¹, formuliert aber keine konkreten Kriterien, nach denen dabei vorzugehen sei.

Die Grundlagen, auf denen die Gewichtung der Selektionsmuster stattfindet, werden als „Rationalitätsschemata“²² definiert. Rationalitätsschemata stabilisieren Erwartungsstrukturen, die in Organisationen Verbindungen zwischen Entscheidungen herstellen und in der

¹⁷ Ebenda, Seite 6.

Vgl. auch: Richard Münch: Zahlung und Achtung. Die Interpenetration von Ökonomie und Moral. In: Zeitschrift für Soziologie. Hrsg. von der Fakultät für Soziologie der Universität Bielefeld. Jahrgang 23, Heft 5. Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag 1994. Seite 388.

¹⁸ Georg Jäger: Keine Kulturtheorie ohne Geldtheorie. Seite 6.

¹⁹ Ebenda, Seite 8.

²⁰ Niklas Luhmann: Macht. Stuttgart: Enke Verlag 1975. Seite 103.

²¹ Georg Jäger: Keine Kulturtheorie ohne Geldtheorie. Seite 9.

²² Ebenda, Seite 10.

Interpenetrationszone eigene, spezifische Wechselbeziehungen aufbauen. Sie standardisieren das Verhältnis der Mediacodes zueinander und zeigen die zu relationierenden Entscheidungen wiederum als Relationen, beispielsweise zwischen Zweck und Mittel, Regel und Fall, auslösender Bedingung und ausgelöster Handlung.²³ Die Ergebnisse sind ein Muster, nach dem folgende Entscheidungen in der Organisation zu treffen sind und Kriterien, in welcher Art die Entscheidungen bezüglich der Medienkonvertierung getroffen werden müssen.

Innerhalb der Institution, in der die Konvertierung der Interaktionsmedien erfolgt, sind alle zugehörigen Abläufe in Sequenzen zerlegt, die jeweils von Fachleuten für das Medium bearbeitet werden. Die Organisation verfügt aber nicht nur über Spezialisten für die Medien der beteiligten Systeme, die in der Interpenetrationszone zusammenlaufen, sondern auch über Fachkräfte für die Mehrfachcodierung überhaupt. Aus den verschiedenen Anforderungen an einen Arbeitsplatz generiert sich das Rollenmuster der betreffenden Organisation. Mittels der Gesamtarbeitskraft aller beteiligten Personen verfügt sie außerdem über ein quantitatives Steuerungselement der hervorzubringenden Selektionsmuster.

Georg Jägers Theorieskizzierung basiert bisherigen Ausführungen entsprechend auf fünf Elementen: erstens die Interpenetration von sozialen Systemen, zweitens die Wertbindung als Interaktionsmedium und drittens die Strukturhaltung als Funktion des kulturellen Subsystems. Das vierte Element sind die Interaktionsmedien der Subsysteme, die den Interaktionspartner motivieren sollen, sich zum eigenen Handeln komplementär zu verhalten, indem Selektionen von Wertorientierungen übernommen werden. Als fünftes Element zählen Organisationen – die Orte der als Mehrfachcodierung konzeptualisierten Medienkonvertierung in Interpenetrationszonen.

„Buchverlage sind Organisationen, die das Medium des ‚kulturellen Treuhandsystems‘, Wertbindungen [...], in das Medium des Wirtschaftssystems, Geld, konvertieren.“ Sie verbinden dazu den „Selektionstransfer des Mediums Wertbindung aus dem kulturellen Subsystem mit dem Selektionstransfer des Mediums Geld aus dem wirtschaftlichen Subsystem der Gesellschaft. Sie realisieren diese Medienkonvertierung in Gestalt einer Doppelcodierung.“²⁴ So entsteht das Buch mit seinen zwei Wertigkeiten: kultureller und wirtschaftlicher Art. Meßbar sind diese Werte durch den Erfolg oder Mißerfolg des Buches auf dem Markt und die Beurteilung durch die Literaturkritik. Wirtschaftliche Entscheidungen werden vom Verlag auf kulturelle Entscheidungen angewandt und kulturelle auf wirtschaftliche, als Ergebnis dieser Prozesse geht das Verlagsprogramm hervor. Damit wird der „wechselseitige Transfer systemspezifischer Selektionen“²⁵ aus Kultur und Wirtschaft organisiert beziehungsweise stabilisiert und der Verlag befindet sich in der Interpenetrationszone von kulturellem und wirtschaftlichem Subsystem der

²³ Vgl. ebenda.

²⁴ Ebenda.

²⁵ Ebenda, Seite 11.

Gesellschaft – den normativen Hintergrund stellen die Subsysteme Politik und Recht zur Verfügung.

„Ein Entscheidungsproblem muß in Einzelschritte zerlegt werden, die jeweils für sich vollzogen werden können und besser überblickbare Alternativen zur Entscheidung bringen.“²⁶ Das macht der Buchverlag mit der Transformation eines Manuskriptes zum Buch. Kultureller Input, also die Beziehungen zu den Autoren und die Betreuung der Manuskripte, werden vom Lektorat verantwortet; den wirtschaftlichen Output vollbringt die Vertriebsabteilung. Die allen Organisationen immanente Zweitcodierung erfolgt im Verlag in der Herstellungsabteilung beziehungsweise Druckerei und Buchbinderei.

Die Handlungsrollen in den einzelnen Abteilungen werden von den entsprechenden Wertmustern der Bereiche Kultur, Technik und Wirtschaft geprägt, da ein Verlag durch seine Zugehörigkeit zu einer Interpenetrationszone verschiedener Systeme auch intern mehrere Entscheidungslinien aufweist. Oft kann man das an der Verlagsorganisation sehen: Es gibt einen Leiter Programm (verantwortlich für Lektorat, Werbung, Presse und Lizenzen) und einen kaufmännischen Leiter (er verantwortet Herstellung, Verkauf, Vertrieb und Rechnungswesen). Als zentrales Problem bezeichnet Jäger die Anwendung der verschiedenen Selektionskriterien – die Entscheidungsfindung – aufeinander und sieht die Lösung in Programmkonferenzen. Der Verleger, der beide gesellschaftlichen Subsysteme repräsentiert, muß zwischen den Mitgliedern vermitteln und die finale Entscheidung über Buchprojekte fällen.

Aktuell ist eine Veränderung dieses Gleichgewichts zugunsten des Marktes zu beobachten, da Entscheidungen mehr und mehr unter rein wirtschaftlichen Gesichtspunkten vollzogen werden, wovon die Position des Verlages an sich (in der gesellschaftlichen Wahrnehmung und in der Interpenetrationszone der Systeme Kultur und Wirtschaft) zunächst unberührt bleibt.

Keine Kulturtheorie ohne Geldtheorie – der Titel des Textes beinhaltet dessen Quintessenz: einen Buchverlag nur als Vermittler von Informationen vom Autor zum Publikum zu begreifen, ist zu eng gedacht. Entscheidend ist seine Doppelrolle als Kultur- und Wirtschaftsorganisation, die sich in der Verortung eines Verlages in der Interpenetrationszone von kulturellem und wirtschaftlichem Subsystem der Gesellschaft ausdrückt. Die Aufgabe eines Verlages läßt sich nach Jäger systemtheoretisch auf die Transformierung von Geld in kulturelle Werte (sowie in der Gegenrichtung) reduzieren, wobei dem Verlag eine katalysierende – anregende – Funktion zukommt. Aufgabe einer Verlagstheorie wäre demnach die Untersuchung dieses Transformationsprozesses an jeder Schaltstelle des Verlages.

Georg Jäger räumt in seinen Betrachtungen der Programmpolitik als Manifestation der in Programmkonferenzen ausgetragenen Auseinandersetzungen zentrale Bedeutung ein. Im Pro-

²⁶ Ebenda, Seite 12.

gramm verdeutlicht sich das im Verlag gepflegte Verhältnis zwischen kulturellem Anspruch und wirtschaftlicher Notwendigkeit der Publikationen. Die einzelnen Abteilungen rücken dann ins Blickfeld der Analyse, wenn sie mit Entscheidungen oder deren Umsetzung die Struktur des Verlagsprogramms beeinflussen. Als Systemgrenze fungiert dabei das Lektorat, da hier der Anfangspunkt eines Manuskriptes im Transformator ‚Verlag‘ festgeschrieben ist. Nach der grundsätzlichen Annahme des Manuskriptes werden alle folgenden buchbezogenen Entscheidungen als Kompromiß zwischen wirtschaftlich und kulturell intendierten Zielen getroffen. Nachfolgende Entscheidungen werden von vorangegangenen determiniert, da gemäß des geltenden Selektionsmusters nachgeordnete Varianten ausgeschlossen werden (können). Diese Entscheidungskette markiert den Prozeß der Entstehung des Buches, bei der Länge, Ausstattung, Herstellung, Marketing- und Werbemaßnahmen festzulegen sind.

Das Ergebnis einer gemäß Jägers Skizze angelegten systemtheoretischen Untersuchung wäre eine Momentaufnahme des Verlagsprogramms. Daraus ließen sich anhand des Einflusses von Kultur und Ökonomie Rückschlüsse auf die Programmpolitik und das verlegerische Selbstverständnis treffen. Ungleich schwerer läßt sich mit dieser Methode die Entwicklung des Programms und des Verlages fassen. Denkbar ist eine Analyse der Verlagsproduktion in zeitlichen Abständen. Ungeklärt bleibt in dieser Theorie die Verarbeitung von Außeneinflüssen. Soziale Systeme werden von Luhmann prinzipiell als unabhängig und geschlossen beschrieben und auch Jäger geht in seiner Abhandlung nicht auf die Beeinflussung von außen ein.

Abschließend bleibt nur der Hinweis, daß eine systemtheoretisch angelegte Variante der Verlagsgeschichtsschreibung bis zu einer gewinnbringenden Anwendung noch theoretischer Überlegungen bedarf. Zwar gibt es mit den Arbeiten von Bernd R. Gruschka²⁷ und Siegfried Lokatis²⁸ bereits Versuche, wobei sich Gruschka intensiv mit der methodischen Herangehensweise seiner Dissertation auseinandersetzt. Bei der Lektüre wird aber bis auf die Komplexitätsreduktion nicht deutlich, worin schließlich der Unterschied und der Vorteil gegenüber Verlagsgeschichten besteht, die ohne systemtheoretische Methode arbeiten.

²⁷ Bernd R. Gruschka: Der gelenkte Buchmarkt. Die amerikanische Kommunikationspolitik in Bayern und der Aufstieg des Verlages Kurt Desch 1945–1950. In: Archiv für Geschichte des Buchwesens. Hrsg. von der Historischen Kommission des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e. V. 44. Jahrgang, Band 44. Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung GmbH 1995. Seite 1–186.

²⁸ Siegfried Lokatis: Die Hanseatische Verlagsanstalt. Politisches Buchmarketing im „Dritten Reich“. In: Archiv für Geschichte des Buchwesens. Hrsg. von der Historischen Kommission des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e. V. 38. Jahrgang, Band 38. Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung GmbH 1992. Seite 1–189.

2.2 Pierre Bourdieus Theorie vom literarischen Feld – Vorschläge von Gangolf Hübinger und Helen Müller

Die Beiträge von Gangolf Hübinger (*Ideenzirkulation und Buchmarkt*²⁹) und Helen Müller (*Verlagswesen und europäische Massenkommunikation um 1900*³⁰) wurden im Rahmen des DFG-Programmpapiers zur Erforschung der Ausprägung europäischer Industriegesellschaften als Massenkommunikationsgesellschaften zwischen 1880 und 1920 verfasst. Der Inhalt der Texte ist keine Theorie oder Methode der Verlagsgeschichtsschreibung, regt aber dazu an, die Verwendung von Theorieelementen (Feld, Habitus, Klasse) des Soziologen Pierre Bourdieu für die Verlagsgeschichtsschreibung zu überprüfen. Dazu werden die einzelnen Begriffe anhand der Texte erarbeitet und um weitere relevante ergänzt.

Gangolf Hübinger setzt sich mit dem aktuellen Forschungsstand der Ideen- und Sozialgeschichte sowie deren Verbindung und Wirkung auf den literarischen Massenmarkt des ausgehenden 19. Jahrhunderts auseinander. Dabei gibt er eine Vielzahl von Vorschlägen für weitere Forschungsstrategien und impliziert eine Bearbeitung der Desiderate mit Bourdieus Feldtheorie, da er in seinen Ausführungen bereits einige der entsprechenden Strukturelemente verwendet. Mehrfach ruft Hübinger zu interdisziplinären Forschungsansätzen zwischen Kultur- und Sozialwissenschaften auf, da er „Buch- und Intellektuellenforschung [...] als Beispiele dafür [vorstellt], wie sich Ideengeschichte und Sozialgeschichte neu miteinander verbinden lassen“³¹: Indem zum Beispiel Buch- und Verlagsgeschichte mit der Intellektuellen- und Wissenschaftsgeschichte gekoppelt und ihre gegenseitigen Einflüsse thematisiert werden. Dabei interessieren Hübinger immer soziale Wirkungsaspekte. Welche Rolle besetzen Intellektuelle bei der Verbreitung von Ideen? Wie stellt sich die Wirkungsgeschichte von Ideen bezüglich verhaltensprägender Realitätsbilder und empfundener Ordnungen dar?³²

Auch bei Bourdieu nehmen sowohl charakteristische Handlungsmuster sozialer Schichten als auch ihre Verhaltensweisen auf Grund objektiv vorhandener und subjektiv eingeschätzter Konditionierung eine zentrale Rolle ein. Dieses als Habitus bezeichnete Konzept, das

²⁹ Gangolf Hübinger: *Ideenzirkulation und Buchmarkt*. Ein Themenschwerpunkt zu neuen Konstellationen der Verlags- und Intellektuellengeschichte. In: Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur. Hrsg. von Norbert Bachleitner / Christian Begemann / Walter Erhart / Gangolf Hübinger / Georg Jäger / Dieter Langewiesche / Alberto Martino. Band 27, Heft 1. Tübingen: Max Niemeyer Verlag 2002. Seite 116–124.

³⁰ Helen Müller: *Verlagswesen und europäische Massenkommunikationsgesellschaft um 1900*. In: Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur. Hrsg. von Norbert Bachleitner / Christian Begemann / Walter Erhart / Gangolf Hübinger / Georg Jäger / Dieter Langewiesche / Alberto Martino. Band 27, Heft 1. Tübingen: Max Niemeyer Verlag 2002. Seite 170–197.

³¹ Gangolf Hübinger: *Ideenzirkulation und Buchmarkt*. Seite 116.

³² Vgl. ebenda, Seite 118.

„Dispositionssystem sozialer Akteure“³³, besitzt in der Soziologie und Philosophie eine lange Tradition, hat aber erst in Bourdieus Theoriegerüst eine prägende Funktion einnehmen können.³⁴

Nicht nur die Grenzen des Habitus’ – dessen *was man darf* und was nicht – schränken die Praxismöglichkeiten ein, sondern auch die Struktur und Funktionsweise der sozialen Felder, in denen sämtliche Interaktionen der so determinierten Personen stattfinden.

Das soziale Feld beinhaltet sowohl andere gesellschaftliche Felder wie die der Politik, Kunst und Wirtschaft als auch Subfelder der Literatur, Bildung oder Universität.³⁵ Bourdieu erhebt nicht den Anspruch, alle existierenden Felder erwähnt oder beschrieben zu haben. Die Gegenstände eines Feldes können gerade bezüglich des Umfangs sehr verschieden sein. Bourdieus Feldtheorie ist ein Ansatz, der soziale Auseinandersetzungen und Positionen handelnder Subjekte in einem dynamischen Kräftefeld ansiedelt. Ungeachtet der permanent stattfindenden Auseinandersetzungen besteht bezüglich der im Feld geltenden Spielregeln zwischen den Akteuren Einverständnis.³⁶ Die Ursachen für bestimmte Verhaltensweisen ergeben sich aus den Herkunftsmilieus der Akteure.

Ziel der handelnden Personen ist, die Deutungshoheit über das Feld zu gewinnen, wofür sie die größte Menge symbolischen Kapitals im Feld besitzen müssen. Allgemein sind die von Bourdieu unterschiedenen Hauptformen des Kapitals (ökonomisches, kulturelles, soziales und symbolisches Kapital) Ressourcen, die von den ‚Spielern‘ strategisch sinnvoll eingesetzt werden müssen, um die Vormachtstellung im Feld zu behaupten oder zu erlangen. Ökonomisches Kapital sind alle materiellen Besitztümer, wobei Gegenstände, die gleichzeitig einen kulturellen Wert besitzen (Gemälde, Bücher etc.) auch zum objektivierten kulturellen Kapital gezählt werden könnten – eine scharfe Grenze ist hier kaum zu ziehen. Daneben existiert kulturelles Kapital auch in inkorporierter und institutionalisierter Form. Ersteres meint jegliches erworbenes, personengebundenes Wissen sowie Fähigkeiten und Fertigkeiten. Institutionalisiert wird diese Kapitalform durch Bildungsabschlüsse. Soziales Kapital generiert sich aus Beziehungsnetzwerken, in die ein Akteur wegen seiner Gruppenzugehörigkeit eingebunden ist und auf die er im Bedarfsfall zurückgreifen kann. Das symbolische Kapital bezeichnet die von allen Feldteilnehmern anerkannte Reputation einer Person auf Grund von Menge und Struktur der ihr zur Verfügung stehenden Kapitalien. In den unterschiedlichen sozialen Feldern gelten jeweils spezifische Konstellationen der Kapitalsorten als erstrebenswert und führen zu feldspezifischer gesellschaftlicher Anerkennung und sozialer Macht.

³³ Markus Schwingel: Pierre Bourdieu zur Einführung, 5., verbesserte Auflage. Hamburg: Junius Verlag 2005. Seite 59.

³⁴ Vgl. ebenda, Seite 60.

³⁵ Die Hierarchie ist nicht besonders ausgeprägt und wird auch von Bourdieu nicht konsequent beachtet.

³⁶ Vgl. Pierre Bourdieu: Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag 2001. [= Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft, Band 1539.] Seite 270.

Um eine Kapitalsorte zu vermehren, muß der Akteur sie transformieren, indem er Zeit, Kapital und Arbeitsleistung investiert. Ökonomisches Kapital kann so durch den Einsatz von Wissen (kulturellem Kapital) erarbeitet werden und inkorporiertes kulturelles Kapital durch Aufwendung ökonomischen Kapitals entstehen – in Form von Aus- und Fortbildung.

In einer Momentaufnahme würde das Feld durch die Verteilungsstruktur des in ihm vorhandenen Kapitals und die Positionen der Akteure charakterisiert. Wird die Zeit mit einbezogen, so präsentiert sich das Feld als ein ausgesprochen dynamisches Gebilde, in dem es permanent zu Veränderungen der oben genannten Aspekte kommt: Wandel der Feldstruktur durch Kapitalumverteilung und damit die veränderte Positionen der Teilnehmer. Der Grundmechanismus für diese Dynamik des Feldes liegt im ständigen Kampf zwischen den ‚Orthodoxen‘, die ihre Vormachtstellung verteidigen, und den ‚Häretikern‘, die selbst die Hoheit im Feld erlangen wollen. Demzufolge unterscheiden sich auch deren eingesetzte Strategien in solche, die der Erhaltung dienen und solche, die die bestehende Ordnung in Frage stellen. Diese Auseinandersetzung ist der grundlegende Handlungsprozeß in einem sozialen Feld und bedingt die ständige Positionsveränderung der Akteure.

Die verschiedenen Konstellationen und den Prozeß ihrer Verschiebung zu analysieren, muß daher Anliegen eines Forschungsvorhabens sein, das mit der Feldtheorie arbeitet. Hübinger wendet den Ansatz auf die Entstehung der Massenkommunikationsgesellschaft an, indem er deren Ursachen in einer umfassenden Veränderung der Kommunikationsstrukturen und des Kommunikationsbedarfs um 1900 sieht, wobei das auslösende Moment die Entdeckung neuer Wissenszusammenhänge ist. Da Ideen nur wirken, wenn sie verbreitet – kommuniziert – werden, propagiert Hübinger die Erforschung dieser Kommunikationsprozesse und der daran beteiligten Medien, um die „Ideenzirkulation“³⁷ nachzeichnen zu können. Mit Elementen der Feldtheorie ausgedrückt, hat hier die Vermehrung von kulturellem Kapital (Wissen, Ideen) zu einer durch Kapitalumverteilung veränderten Feldstruktur geführt. Zwangsläufig muß die Untersuchung der Verbreitungswege und Verbreitungsformen von Kommunikation im Zentrum des Erkenntnisinteresses stehen.³⁸

Die Auswirkungen der Strukturveränderungen um 1900 auf die Felder der einzelnen Gesellschaftsbereiche waren umfassend: „Mit der Massenkommunikationsgesellschaft war erstmalig eine Landschaft frei rivalisierender Realitätsbilder entstanden, auf die sich die religiösen, politischen oder wissenschaftlichen Eliten mit neuen intellektuellen Interventionsstrategien einzustellen hatten.“³⁹ Zur Untersuchung der „Aspekte der Ideen- und Wissenszirkulation und ihrer

³⁷ Gangolf Hübinger: Ideenzirkulation und Buchmarkt. Seite 116.

³⁸ Vgl. ebenda, Seite 118.

³⁹ Ebenda, Seite 120.

Medien“⁴⁰ gehört ebenso die Frage nach der Herkunft der Ideen. Urheber und Betreiber der Ideenzirkulation ist der Intellektuelle in seiner von der gesellschaftlichen Funktion ausgehenden Definition nach Pierre Bourdieu und Max Weber.⁴¹ Da Gangolf Hübinger dem Intellektuellen die Aufgabe stellt, die Weitergabe der Ideen in „geistig prägender wie in publizistisch multiplizierender Weise“⁴² zu betreiben, muß auch der Verleger zu dieser Gruppe gezählt werden. Um die Ideen beziehungsweise die ihnen zugemessenen kulturellen Werte textlich oder mündlich zu verbreiten, setzen sich die Intellektuellen für deren Verbindlichkeit in der Gesellschaft ein.⁴³ Die Bedeutung des Buchhandels für die Zirkulation von Ideen ist demnach kaum zu überschätzen, denn mit herstellendem Buchhandel und Sortimentsbuchhandel stehen ausgefeilte Multiplikations- und Distributionsstrukturen zur Verfügung. Buch- und Pressemarkt ermöglichen auf diese Weise eine beschleunigte und pluralisierte Verbreitung von Wertideen.⁴⁴

Die Intellektuellen als ihre Träger waren zu dieser Zeit selbst gerade erst aus den bildungsbürgerlichen Ständen hervorgegangen, die in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts ihres „kulturellen Deutungsmonopol[s]“⁴⁵ im Feld der Kultur beraubt worden waren. Unter dem Einfluß des kulturellen Massenmarktes und der neuen Kultureliten müssen sie ihren zukünftigen Platz finden. Die anschließende Entwicklung der Intellektuellen zu untersuchen ist eine weitere von Hübinger angeregte Forschungsstrategie mit dem Ziel, das Verhältnis der Sozialgeschichten des Buchmarktes, der Intellektuellen und der Literatur neu zu strukturieren. Als Ansatz empfiehlt Hübinger, von einer Teilung der Gesellschaft in Masse, Mitte und Avantgarde auszugehen, eine Strukturierung, die auch von Bourdieu in dessen Schichtungstheorie verwendet wird.

Dieser Ansatz begreift (tatsächliche) soziale Ungleichheit als Resultat subjektiver Einschätzungen, die Unterschiede entstehen „durch spezifische Formen der Lebensführung [...], denen jeweils bestimmte subjektive Wertpräferenzen und Anerkennungsverhältnisse zugrunde liegen“⁴⁶. Bourdieu benutzt im Gegensatz zu anderen⁴⁷ für die eingeteilten Gruppen den Begriff ‚Klasse‘ legt aber Wert darauf, daß es sich nur um konstruierte, also ideale Klassen handelt. ‚Empfundene‘ Klassenlage und tatsächliche ökonomische Verhältnisse müssen also nicht übereinstimmen.⁴⁸

Um die Sozialstruktur einer Gesellschaft umfassend in einem Modell abzubilden, hat Bourdieu schließlich die Idee des sozialen Raums entwickelt: Die Gesellschaftsstruktur läßt sich als vertikale und horizontale Schichtung von Statusgruppen darstellen, indem man den sozialen

⁴⁰ Ebenda, Seite 118.

⁴¹ Vgl. ebenda, Seite 121.

⁴² Ebenda.

⁴³ Vgl. ebenda.

⁴⁴ Vgl. ebenda, Seite 121; 122.

⁴⁵ Ebenda, Seite 122.

⁴⁶ Markus Schwingel: Pierre Bourdieu zur Einführung. Seite 105.

⁴⁷ Zum Beispiel Max Weber, der den Begriff ‚Klasse‘ rein ökonomisch definiert und für die Beschreibung der gesellschaftlichen Strukturen ‚Stand‘ verwendet. [Vgl. ebenda.]

⁴⁸ Vgl. ebenda.

Raum als (dreidimensionales) Koordinatensystem festlegt. Auf der vertikalen y-Achse wird das für eine Klasse typische Kapitalvolumen (ökonomisches, kulturelles und soziales Kapital) abgebildet. Dem Nullpunkt am nächsten wäre also die Masse, etwas weiter oben die soziale Mitte und den höchsten y-Wert hätte die Avantgarde. Die horizontale x-Achse verdeutlicht die charakteristische Kapitalstruktur einer Klasse. Eine gesellschaftliche Gruppe mit viel kulturellem Kapital stünde im System ganz links – mit einem negativen x-Wert. Die Gruppe mit dem größten ökonomischen Kapital wäre mit einem hohen positiven x-Wert ganz rechts zu finden⁴⁹. Ein dritter Wert im Koordinatensystem kann die soziale Laufbahn sein. Mit dieser internen Differenzierung zeigt Bourdieu bei einer konkreten empirischen Untersuchung an, ob sich die betreffende Klasse eher auf dem sozialen Auf- oder Abstieg befindet oder ob ihre Position einem Vergleichswert gegenüber konstant geblieben ist.

Daß dieses Modell in der Forschung zur Kommunikations- und Wissensrevolution um 1900 bisher nicht beachtet wurde, ist ein weiteres von Hübinger aufgezeigtes Forschungsdesiderat.⁵⁰ Besonders Interesse zeigt er in diesem Zusammenhang an den Wechselwirkungen zwischen den sozialen Klassen und den zeitgenössischen Strukturveränderungen im Buch- und Verlagswesen und daran „welche Handlungsfelder die daraus hervorgehenden Intellektuellentypen besetzen und welche ‚Sinnbildungsgemeinschaften‘ sie erzeugen.“⁵¹

Hier setzt nun Helen Müller in ihrem Bericht *Verlagswesen und europäische Massenkommunikationsgesellschaft um 1900* an. Sie spezialisiert vier der von Hübinger eingeleiteten Themenfelder und betrachtet sie für England, Frankreich und Deutschland⁵². Neben dem Strukturwandel im Verlagswesen ist das die Tradition und Institutionalisierung der Verlagsgeschichtsschreibung, das Selbstverständnis der Verleger sowie deren Einfluß und Strategien, um Ideen in der Gesellschaft zirkulieren zu lassen. Sie untersucht also, welche Impulse für die Verlagsgeschichtsschreibung in den genannten Ländern ausgemacht werden können und auf welchem (Selbst)Verständnis sie sich gründen. An der „methodischen Schnittstelle von Kultur-, Verlags- und Intellektuellengeschichte“⁵³ will Müller die Zukunft der Massenkommunikationsgesellschaft (von der Zeit um 1900 ausgehend) und vor allem deren Verknüpfung mit den sich stark verändernden Verlagstopographien erforschen. Für den untersuchten Zeitraum stellt sie einen Bedeutungsgewinn des ökonomischen Kapitals im intellektuellen Feld fest, mit dem sich die Akteure auseinanderzusetzen hatten. Er führt zu neuen Einflußmöglichkeiten der Feldteilnehmer auf die

⁴⁹ Das soziale Kapital wird von Bourdieu in dieser Darstellungsweise vernachlässigt. Möglicherweise aus konstruktionstechnischen Gründen. [Vgl. ebenda. Seite 107.]

⁵⁰ Vgl. Gangolf Hübinger: Ideenzirkulation und Buchmarkt. Seite 123.

⁵¹ Ebenda.

⁵² Da sich vorliegende Arbeit nur mit den deutschsprachigen literarischen Verlagen beschäftigt, werden die von Helen Müller dargestellten Entwicklungen im französischen und englischen Verlagswesen im folgenden nicht weiter beachtet.

⁵³ Helen Müller: *Verlagswesen und europäische Massenkommunikationsgesellschaft um 1900*. Seite 170.

Politik, aber auch zu einer stärkeren Abhängigkeit der Intellektuellen vom ökonomischen Markt.⁵⁴ Das Resultat ist eine fundamentale Änderung des Verhältnisses von Politik, Medien und Öffentlichkeit⁵⁵. Darauf müssen die, deren Anliegen die Verbreitung von Ideen und Wissen ist – die Verlage – mit neuen Distributionsstrategien und -formen reagieren. Helen Müller verweist hier also auf die grundlegende Funktion, die Buchverlage für die Verbreitung und Durchsetzung von Ideen haben können.⁵⁶

Aus der wichtigen Rolle, die Intellektuelle als Ideengeber und Verlage als deren Verbreiter spielen, erklärt sich der Autorin gewählter geistes- und ideengeschichtlicher Zugang zu ihren Forschungen. Die vier oben genannten Aspekte greift sie für die gegenseitige Beeinflussung von Intellektuellen, Kultur und Verlagen auf, um die Umstände zu ergründen, „unter denen Ideen in den modernen Massenmarkt eingespeist werden“⁵⁷.

Auch sie wählt für die Ausführungen das Theoriekonstrukt Bourdieus – besonders das Feldmodell. Überdies reflektiert Helen Müller die Wirkung des Soziologen und seiner Ideen für das „verlagsgeschichtliche Forschungsfeld“⁵⁸, konkret für dessen Institutionalisierung und Professionalisierung. Dies sei Anlaß, eine nähere Charakterisierung der Funktionsweise des literarischen Feldes vorzunehmen. Als Ort der Literaturproduktion sind die Akteure des Feldes nicht nur Schriftsteller im weitesten Sinne, sondern auch die hier vorrangig interessierenden Verlage sowie die Instanzen der Literaturkritik. Das Feld ist relativ autonom und im Gegenzug relativ abhängig von anderen Feldern, beispielsweise denen der Ökonomie und der Politik. Hierarchisch ist das Literaturfeld ein Subfeld des Feldes der Intellektuellen⁵⁹, in dem alle Geistesarbeiter agieren, und wird durch zwei Kriterien gegliedert. Hauptsächlich durch die Produktionsziele: eingeschränkte literarische Produktion für den Markt der Produzenten und Massenproduktion für ein größtmögliches Publikum. Im Subfeld der eingeschränkten, langfristigen Produktion wird nachrangig unterschieden zwischen Avantgarde und arrivierter Avantgarde⁶⁰ – den Etablierten. Ohne Bourdieus feine Einteilung der Literaturproduzenten hier übernehmen zu können⁶¹, lassen sich den einzelnen Gruppen von Akteuren vereinfacht folgende (relative) Kapitalverteilungen zuordnen. Die arrivierte (konsekrierte) Avantgarde ist mit dem höchsten symbolischen Kapital, hohem kulturellem Kapital und wenig ökonomischem Kapital ausgestattet. Wenig symbolisches Kapital, hohes kulturelles Kapital und wenig ökonomisches

⁵⁴ Vgl. ebenda, Seite 171.

⁵⁵ Als Beispiele: Dreyfus-Affäre und Lex Heinze [Vgl. ebenda, Seite 171.]

⁵⁶ Die Autorin führt als ein Beispiel Schriften zur darwinistischen Evolutionstheorie an, deren Wirksamkeit ohne Mithilfe der Medien so nicht denkbar gewesen wäre. [Vgl. ebenda, Seite 171.]

⁵⁷ Ebenda, Seite 172.

⁵⁸ Ebenda, Seite 179. Der Feldbegriff scheint hier aber in der Bedeutung von ‚Disziplin‘ oder ‚Bereich‘ verwendet worden zu sein.

⁵⁹ Vgl. Pierre Bourdieu: Die Regeln der Kunst. Seite 203.

⁶⁰ Vgl. ebenda, Seite 198.

⁶¹ Vgl. ebenda, Seite 203.

Kapital zeichnen die (Bohème-)Avantgarde aus. Die Schriftsteller der Massenproduktion besitzen mehr ökonomisches Kapital, aber weniger kulturelles und kaum symbolisches Kapital. Feuilleton und Journalismus wird das symbolische Kapital ganz abgesprochen (ökonomisches und kulturelles Kapital sind ähnlich dem der Massenproduktion).⁶²

Durch diese Struktur kristallisieren sich zwei Pole mit den gegensätzlichen Produktionsphilosophien des Feldes heraus: die „anti-ökonomische“ Ökonomie der reinen Kunst⁶³, für die der symbolische Wert des Buches weit mehr gilt als sein Warenwert und die sich freispricht von Abhängigkeiten und Ansprüchen des Buchmarktes. Den anderen Pol bildet die „ökonomische“ Logik der literarisch-künstlerischen Industrien⁶⁴, für die vorrangig der Warenwert des Buches zählt, wie bei jedem anderen Handelsgut, und die von einer „totalen und zynischen“⁶⁵ Unterordnung unter die Vorgaben des Marktes gekennzeichnet sind. Bourdieu stellt fest, daß beide Pole ideeller Natur sind und keiner von den Akteuren des Feldes erreichbar ist. Denn zum einen sind auch die striktesten Vertreter der arrivierten Avantgarde nicht in der Lage, sich ganz von kommerziellem Denken freizumachen. Außerdem verfolgt ein Verlag, der Bücher für den Verkauf produziert – wie gering die Auflage auch sei – ebenfalls immer ein gewisses Maß kommerzieller Interessen. Auf der anderen Seite müßte ein Akteur, der den Pol kommerzieller Produktion erreichte, nicht mehr im literarischen, sondern im ökonomischen Feld verortet werden.

Das Gewicht, das Verlage wirtschaftlichen Überlegungen bei Publikationsvorhaben einräumen, äußert sich in der Länge des Produktionszyklus⁶⁶ und ist laut Bourdieu einer der „besten Gradmesser für die Stellung eines Unternehmens der Kulturproduktion“⁶⁶. Kurzfristige Investitionen repräsentieren ein ausgeprägtes Sicherheitsbedürfnis, versprechen schnelle Ergebnisse und im besten Fall schnellen Erfolg. Langfristige Produktionszyklen stehen hingegen für Risikobereitschaft: das investierte ökonomische Kapital ist langfristig gebunden und ob es sich überhaupt auszahlt, steht zum Investitionszeitpunkt nicht fest.⁶⁷ Auch die Autoren lassen sich nach diesen Kriterien charakterisieren. Die Gruppe der „Kurzzeit-Schriftsteller“⁶⁸ formiert sich aus Journalisten und Personen des öffentlichen Lebens, die sich vor allem zu aktuellen Themen äußern. „Langzeit-Schriftsteller“⁶⁹ sind demgegenüber „professionelle Schreiber [...], die sich dem Regelkanon einer erprobten Ästhetik beugen“⁷⁰. Erstaunlicherweise gehören für

⁶² Vgl. ebenda.

⁶³ Ebenda, Seite 228.

⁶⁴ Ebenda, Seite 228/229.

⁶⁵ Ebenda, Seite 228.

⁶⁶ Ebenda, Seite 229.

⁶⁷ Auch im Falle von erfolgsorientierten Investitionen bleibt natürlich immer ein Restrisiko bestehen.

⁶⁸ Pierre Bourdieu: Die Regeln der Kunst. Seite 232.

⁶⁹ Ebenda, Seite 232.

⁷⁰ Ebenda.

Bourdieu auch die Schöpfer von Erfolgsromanen und Bestsellern zu dieser undifferenzierten zweiten Gruppe.

Der Nachweis über die Intention der Länge des Produktionszyklus' läßt sich durch Analyse von Preiskalkulation, Auflagenhöhe, Vertriebsstrategien und Marketing für ein Buch führen. Eine hohe Auflage und die Veröffentlichung der genauen Anzahl der Exemplare impliziert beispielsweise, daß diese auch notwendig und absetzbar wären, weil das Buch so erfolgreich sei. Am verkaufsorientierten Pol des Feldes ist demnach Erfolg an sich eine Gütegarantie: „Erfolg hat, wer Erfolg hat“⁷¹. Ganz im Gegensatz dazu der andere Pol, an dem Erfolg suspekt ist, denn hier herrscht das „Prestige avantgardistischer Askese“⁷². Dieser Bereich kann für Verlage aber kaum erstrebenswert sein und dürfte eher für Autoren gelten. Denn Buchverlage sind ihrem Wesen nach immer bestrebt, ihre Produkte zu verkaufen – unabhängig davon welche der oben vorgestellten Strategien sie diesbezüglich verfolgen.

Aus dieser Gestaltung ergibt sich ein Spannungsfeld zwischen den Extremen ‚l'art pour l'art' und ‚rein wirtschaftliches Denken', in dem jeder Verlag positioniert ist. Helen Müller verlangt in diesem Zusammenhang, vor allem die Positionierungsstrategien, die genutzten Netzwerke und die Milieus zu erforschen, an die sich die Akteure im literarischen Feld der vorletzten Jahrhundertwende anpassen mußten.⁷³ Damals wurde die Bedeutung von sozialem Kapital für die Literaturschaffenden in der Hinsicht immer wichtiger, daß Reputation im literarischen Feld auf dem zeitgenössischen Massenmarkt nicht mehr nur auf Können zurückzuführen ist – sondern zu einem großen Teil auch auf den Namen des Verlages, in dem ein Werk erscheint.⁷⁴ Buchverlage können auf diese Weise nicht nur zur Vermehrung des symbolischen Kapitals des Autors beitragen, sondern sie entscheiden auch ganz grundsätzlich, ob ein bestimmter Diskurs überhaupt stattfinden kann, ob ein Schriftsteller überhaupt die Möglichkeit erhält, im literarischen Feld zu reüssieren.⁷⁵ Verlage wirken folglich als Legitimierungsinstanzen, als Grenzen des Feldes, und bestimmen seine Struktur, indem sie Werke bestimmter Autoren publizieren, ihnen Eintritt in das Feld gewähren und damit deren symbolisches Kapital vermehren. Die Konsekration wiegt dabei um so schwerer, je mehr der Verlag davon selbst besitzt (und kann beispielsweise noch aktiv erhöht werden durch die Vorlage von Gesamt- und Werkausgaben). Umgekehrt trägt auch ein Autor mit viel symbolischem Kapital zur Positionsverbesserung des Verlages im literarischen

⁷¹ Ebenda, Seite 238.

⁷² Ebenda, Seite 234.

⁷³ Vgl. Helen Müller: Verlagswesen und europäische Massenkommunikationsgesellschaft um 1900. Seite 177.

⁷⁴ Vgl. ebenda, Seite 177.

⁷⁵ Vgl. Silke Knappenberger-Jans: Verlagspolitik und Wissenschaft. Der Verlag J. C. B. Mohr (Paul Siebeck) im frühen 20. Jahrhundert. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag 2001. [= Mainzer Studien zur Buchwissenschaft, Band 13.] Seite 13. Und Pierre Bourdieu: Die Regeln der Kunst. Seite 191.

Silke Knappenberger-Jans hat das für den wissenschaftlichen Verlag vorgeführt, für den das in noch größerem Maße gilt als für den literarischen Verlag.

Feld bei. Die wechselseitige Beeinflussung von Verlagen und Autoren eröffnet die Möglichkeit, einen Verlag im literarischen Feld zu verorten, indem die dort publizierenden Autoren gemäß ihres symbolischen Kapitals einem Milieu und damit einer bestimmten Position zugewiesen werden.

Die Legitimierungsinstanzen für Autoren funktionieren daher gleichzeitig als indirekte Legitimierungsinstanzen für Verlage. Konkret können das (anerkannte) literarische Gruppen sein oder die Würdigung durch die wissenschaftliche Literaturgeschichtsschreibung (Universität). Weiterhin haben Literaturpreise – wenn sie selbst prestigeträchtig sind – Konsekrationsfunktion, ebenso die Aufnahme eines Schriftstellers in Anthologien und Handbücher.⁷⁶ Schließlich übernimmt die Literaturkritik diese Aufgabe. Hierbei sind nicht nur die Buchbesprechungen an sich sondern auch die Publikationsorgane zu untersuchen, um Rückschlüsse auf das Zielpublikum treffen zu können. Die Deutungshoheit im literarischen Feld liegt somit primär bei den Instanzen der Kanonisierung und sekundär bei den Autoren und Verlagen, die selbst ein hohes Maß symbolischen Kapitals akkumuliert haben.⁷⁷

Auffällig ist an dieser Stelle, wie unpräzise der Legitimierungsprozeß von Akteuren des literarischen Feldes in seiner Darstellung bleibt. Das korrespondiert jedoch mit dem charakteristisch geringen Institutionalisierungsgrad des literarischen Feldes: „Eine ihrer [der literarischen und künstlerischen Felder] hervorstechendsten Eigenschaften besteht in der hohen Durchlässigkeit ihrer Grenzen und der extremen Diversität in der Definition der von ihnen gebotenen *Posten* und in eins damit der Legitimitätsprinzipien, die sich hier gegenüberstehen [...]“. ⁷⁸ Eine deutlichere Institutionalisierung brächte somit neue Legitimierungsinstanzen hervor, die ihrerseits die Grenzen des Feldes neu definierten und zu einer veränderten Konstituierung des Feldes beitragen.

Nicht unerwähnt bleiben soll abschließend die von Bourdieu vertretene strukturelle und funktionelle Homologie zwischen den Feldern kultureller Produktion und Konsumption. Autoren (und ihre Verlage), Lesepublikum und Literaturkritiker haben demnach in verschiedenen Feldern oder sozialen Räumen eine übereinstimmende Kapitalstruktur und mithin die gleiche Position.⁷⁹ Ohne diese deutliche Formulierung von Bourdieu ist das ein Sachverhalt, der in seiner vagen Form allgemeiner Konsens sein dürfte. Daraus folgt der Schluß, daß es für jede Publikation einen „*natürliche[n]* Ort“⁸⁰ im literarischen Feld gibt. Veröffentlichungen an einer für die entsprechende Publikation ungünstigen Feldposition könnten daher nicht zum gewünschten

⁷⁶ Vgl. Pierre Bourdieu: Die Regeln der Kunst. Seite 356.

⁷⁷ Meist durchlaufen ein Autor oder sein Werk mehrerer Legitimationsinstanzen, die aufeinander aufbauen. Beispielweise wird am Anfang des Prozesses kaum die Publikation einer umfangreichen Werkausgabe stehen – sondern ein Literaturpreis oder die Anerkennung durch die Literaturkritik.

⁷⁸ Pierre Bourdieu: Die Regeln der Kunst. Seite 358, kursiv im Original.

⁷⁹ Vgl. ebenda, Seite 262.

⁸⁰ Ebenda, Seite 267, kursiv im Original.

Ergebnis, nämlich Vermehrung des symbolischen oder ökonomischen Kapitals, führen: „Die vielfältigen Homologien, die demjenigen ein passendes Publikum, verständnisvolle Kritiker usw. garantieren, der seinen Platz in der Struktur gefunden hat, arbeiten dagegen dem zuwider, der seinen natürlichen Ort verlassen hat.“⁸¹ Der Grundgedanke Bourdieus ist klar und richtig: Ein Verlag, der für die Publikation leichter Unterhaltungsliteratur beim Lesepublikum bekannt ist, wird mit avantgardistischer Lyrik (zunächst) kaum Erfolg haben. Dennoch wird die Problematik etwas überzeichnet, weil nach dieser Darstellung den Instrumenten von Werbung und Marketing, ein Buch beim Käufer zu plazieren, jede Wirksamkeit (und überhaupt jeder Sinn) abgesprochen wird. Auch ist mit dieser These nicht zu erklären, warum Bücher bei Erscheinen in zwei ähnlich positionierten Verlagen in einem erfolgreich sein können und im anderen nicht.

Bourdieu's Feldtheorie ist ein hervorragendes Instrumentarium, um anhand der Positionierung des Verlages seinen Erfolg in einem Gesellschaftsbereich zu charakterisieren. Im literarischen Feld wird nach den Vorgaben des Literaturkanons gemessen, in welchem Maß die Produktion des Verlages als anspruchsvoll gelten kann. Im Feld der Ökonomie kann der wirtschaftliche Erfolg abgelesen werden.

Die erstrebenswerte Kapitalienstruktur für einen Teilnehmer des Literaturfeldes, die den Erwerb von symbolischem Kapital nach sich zieht, wurde bereits vorgestellt. Konkret für den Verlag besteht das soziale Kapital vor allem in den Beziehungsnetzwerken des Verlegers, die wiederum auf dessen persönlicher, durch sein Herkunftsmilieu mitbestimmter Kapitalstruktur beruhen. Kulturelles Kapital sind die dem Verlag verbundenen Autoren (inkorporiertes kulturelles Kapital – obwohl Autoren den Verlag natürlich verlassen können) und die bereits erschienenen Bücher (materielles kulturelles Kapital). Das wirtschaftliche Kapital besteht aus Verlagsvermögen, Immobilien und Lagerbeständen. Um materielles kulturelles und wirtschaftliches Kapital hier zu unterscheiden, bietet sich an, (symbolisch) ein Exemplar jedes erschienenen Buches dem kulturellen Kapital zuzurechnen und den Rest dem ökonomischen, da sich das kulturelle Kapital durch mehrere Exemplare eines Buches nicht vermehrt. Die Menge des symbolischen Kapitals hat ihre Grundlage zwar in der Struktur der anderen Kapitalien, aber seine Menge ist nicht allein damit erklärbar. Vermehrt wird es durch das symbolische Kapital der Autoren, das sich seinerseits akkumuliert aus Würdigung durch die Literaturkritik, Verleihung von namhaften Literaturpreisen sowie Anerkennung durch die Literaturgeschichtsschreibung und andere arrivierte Autoren. Das symbolische Kapital des Verlages steigt jedoch nicht linear durch das symbolische Kapital der Autoren. Ab einem gewissen Punkt reicht die Vorstellung der Gesellschaft (Literaturkritik, Leser), daß es sich um einen Verlag mit viel symbolischem Kapital

⁸¹ Ebenda, Seite 267. Vgl. auch ebenda, Seite 268 – Anmerkung 41.

und Prestige handelt, und das läßt ihn zunächst auf seiner erstrebenswerten Position im Feld verharren.

Bourdieu's Angebot, die Stellung des Verlages im Feld anhand des Produktionszyklus der Produkte zu bestimmen, kann nicht ohne Einschränkung übernommen werden. Hier käme es zu Verfälschungen, wenn beispielsweise ein Verlag kanonisierte Titel seines Literaturprogramms in das monatlich erscheinende Taschenbuchprogramm übernimmt. Auch ein Verlag, der sein Programm überhaupt nur aus in rascher Folge erscheinenden Taschenbuch-Lizenz Ausgaben zusammensetzt – hier aber auf literarische Qualität achtet – würde falsch bewertet werden.

Nicht der Realität entsprechend scheint die damit verdeutlichte Vorstellung Bourdieus, daß ein Akteur im literarischen Feld nicht gleichzeitig viel symbolisches und ökonomisches Kapital auf sich vereinigen kann. Er spricht hier prinzipiell einem Verlag ab, literarisch kanonisierte Bücher produzieren und damit erfolgreich sein zu können. Das methodische Problem könnte gelöst werden, indem der Verlag separat im literarischen und ökonomischen Feld positioniert würde. Dabei bleibt jedoch ungeklärt, wie mit der Abhängigkeit der Kapitalsorten voneinander umzugehen wäre.

Da das Feld vorrangig durch seine innere Dynamik, durch den permanenten Kampf um die Deutungshoheit gekennzeichnet ist, lassen sich Verlagsentwicklungen, verdeutlicht durch Positionsverschiebungen, besonders gut mit dieser Methode analysieren. Dabei wird die soziale Laufbahn des Unternehmens durch eine dritte Dimension im Feld (oder dem darstellenden Koordinatensystem) mit der Einheit Zeit beschrieben. Die verschiedenen eingenommenen Positionen erlauben Rückschlüsse auf die dahinter stehenden Entwicklungsstrategien, aufgeteilt in solche des Beharrens und solche der Veränderung. Dabei geht Bourdieu jedoch davon aus, daß die Strategien erfolgreich waren und die Positionsveränderung in der intendierten Richtung erfolgte.

Ein weiteres Problem scheint die Grundannahme zu sein, alle Verlage im Feld würden nach der Position streben, die für literarisch hochwertige Produktion ohne Gewinn steht. Das bedeutete aber, daß die Regeln des Feldes unveränderlich wären. Richtig ist jene Lesart, nach der alle Verlage die Vormachtstellung erreichen wollen und dann (beziehungsweise auf dem Weg dorthin allmählich) neu festlegen, was als literarisch erstrebenswert gilt. Das kann nicht ohne Konsens mit den Konsekrationsinstitutionen passieren. Schließlich determinieren die sich verändernden gesellschaftlichen Wertvorstellungen den Deutungsrahmen des literarischen Feldes.

Nachdem sich die Feldtheorie als derart geeignet erwiesen hat, die Gesamtentwicklung des Verlages im Netzwerk seiner Beziehungen zu beschreiben, scheint es zunächst nicht möglich, ein Unternehmen, in dem grundsätzlich alle das gleiche Ziel der Bücherherstellung haben, mit den Mechanismen eines Feldes zu erklären, in dem die Teilnehmer gegeneinander um die

Vorherrschaft kämpfen. Wird aber in die Überlegungen einbezogen, daß die Feldteilnehmer vielmehr darum kämpfen, ihre (verschiedenen) Ziele als diejenigen zu etablieren, die für alle Mitglieder gelten, kann auch die Innenperspektive eines Verlages mit der Feldtheorie analysiert werden. In dem Fall gelten die Verlagsabläufe – ähnlich der systemtheoretischen Betrachtungsweise – als Kompromiß zwischen kulturellen (literarischen) und ökonomischen Entscheidungsgrundlagen. Die Teilnehmer des konkreten Verlagsfeldes versuchen, ihre kulturellen oder wirtschaftlichen Ziele umzusetzen. Ergebnis ist das Verlagsprogramm, das mehr Nähe entweder zum kulturellen oder zum wirtschaftlichen Pol des Feldes aufweist.

Während der Autor selbst Mitglied des Verlagsfeldes ist, da seine Wünsche und Vorstellungen bezüglich des Buches einen gewissen Einfluß haben können, befindet sich der Verleger außerhalb da seine Entscheidungen unabhängig von der Machtstruktur im Feld fallen. Anders formuliert: wäre er Teil des Feldes, hätte er immer die Entscheidungshoheit und die Positionen der anderen Mitglieder sowie die geltenden Regeln im Feld wären letztlich unerheblich.

Die Theorie des literarischen Feldes kann als sehr gewinnbringend für die Verlagsgeschichtsschreibung gelten – vor allem wegen ihrer grundsätzlichen Fokussierung auf Veränderungen und Entwicklungen. Dazu wird der Verlag im Netzwerk seiner Beziehungen auf die herrschenden Wechselwirkungen und Kräfteverhältnisse hin untersucht, wodurch sich übergeordnete Fragestellungen der Buchhandelsgeschichte beantworten lassen. Denn seine durch die geltenden Regeln bestimmte Form erhält das Feld auch durch die allgemeinen gesellschaftlichen Wertvorstellungen. Aus diesem Zusammenhang heraus ergibt sich die Möglichkeit, auf Grundlage der Verlagsentwicklung Aussagen über die Gesamtentwicklung des literarischen Feldes treffen zu können. Verlagsinterne Abläufe können mit der Feldtheorie möglicherweise adäquat beschrieben werden, wenn der einzelne Verlag als Feld begriffen wird, in dem die getroffenen Entscheidungen als Kompromiß oder Ergebnis des Kampfes zwischen kulturell und ökonomisch intendierten Denkweisen verstanden werden.

Viele Verlagsgeschichten rücken die Darstellung von Verlegerpersönlichkeiten in ihren Mittelpunkt, das Unternehmen wird anhand von Lebensläufen und Generationenabfolgen erforscht. Legitim ist dies zwar, wenn eine Verlegerbiographie geschrieben werden soll oder das Vorhaben darin besteht, (familiäre) Traditionslinien nachzuzeichnen.⁸² Doch kann dieses Vorgehen für die heutige Verlagsgeschichtsschreibung einen fruchtbaren Ansatz liefern?

Doris Reimer geht dieser Frage in einem Forschungsbericht⁸³ nach, der den theoretischen Rahmen ihrer Dissertation zum Verleger Georg Andreas Reimer⁸⁴ bildet. Den Überlegungen stellt sie den Befund voran, daß auch die Vielzahl in jüngerer Zeit erschienener Veröffentlichungen die Verlagsgeschichtsschreibung nicht in die Situation versetzen, eine allgemein gültige Herangehensweise zu entwickeln. Reimer verweist darauf, mit ihren folgenden Ausführungen diesen Anspruch ebenfalls nicht zu erheben.⁸⁵

Einen Vorteil ihrer Methode, das Individuum – den Verleger – in den Mittelpunkt zu stellen, sieht die Autorin in der durch Lebensdaten erzielten Eingrenzung des Forschungsvorhabens. „Mut zur Lücke“⁸⁶ soll der Forscher außerdem beweisen und sich zusätzlich thematisch einschränken, wenn die vorhandene Fülle des Quellenmaterials eine umfassende kritische Beurteilung nicht erlaubt. Für Reimers Arbeit mag das gelten, da sie auf reichlich Archivmaterial zurückgreifen kann. Die wissenschaftliche Verlagsgeschichtsschreibung befindet sich aber weit- aus häufiger in der Situation, nur äußerst unzureichend ergiebige Quellenmaterial zur Verfügung zu haben. Auch der „Verlust des Verlagsarchivs“⁸⁷ steht einer Erarbeitung der Verlegerpersönlichkeit nicht im Weg, formuliert sie weiter, da man in diesem Fall eine „geschickte Auswertung“⁸⁸ von Archivalien bezüglich behördlicher Vorgänge, Gerichtsakten, Briefe auch an den Verleger und dergleichen mehr, vornehmen könne. Die Verlagsproduktion ist ebenfalls diesbezüglich zu analysieren, denn das „A und O einer Verlegerbiographie ist der Nachweis seiner Verlagsproduktion, die möglichst Titel für Titel autopsiert werden sollte“⁸⁹. Schließlich die Bemerkung, für die Biographie des Verlegers sämtliche Geschäftsunterlagen des Verlages

⁸² Vgl. Wilhelm Ruprecht: Väter und Söhne. Zwei Jahrhunderte Buchhändler in einer deutschen Universitätsstadt. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1935. Besonders das Vorwort, Seite 1–4.

⁸³ Doris Reimer: Methoden der Verlagsgeschichtsschreibung. Der biographische Ansatz am Beispiel des Berliner Verlegers Georg Andreas Reimer (1776–1842). In: Wolfenbütteler Notizen zur Buchgeschichte. 22. Jahrgang, Heft 1. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag 1997. Seite 48–72.

⁸⁴ Doris Reimer: Passion & Kalkül. Der Verleger Georg Andreas Reimer (1776–1842). Berlin / New York: Walter de Gruyter 1999. Vgl. besonders die Vorbemerkung (Seite 3–6), die dem Forschungsbericht weitgehend entspricht. – Georg Andreas Reimer war ihr Urururgroßvater.

⁸⁵ Doris Reimer: Methoden der Verlagsgeschichtsschreibung. Seite 48.

⁸⁶ Ebenda, Seite 48.

⁸⁷ Ebenda, Seite 49.

⁸⁸ Ebenda.

⁸⁹ Ebenda.

heranziehen zu wollen: „Verlagsverträge, Druckauftrags- und Kontobücher, Anzeigen des Verlags. Die Auswertung dieser Unterlagen muß wirtschaftliche Aspekte genauso berücksichtigen wie allgemein sozialgeschichtliche“⁹⁰. Denn Doris Reimer rückt zwar den Verleger in den Fokus ihrer Forschung, will aber die reine Verlegerbiographie nicht als Darstellungsweise für eine Verlagsgeschichte verstanden wissen: „Personenorientierte Verlagsgeschichtsschreibung ist nicht identisch mit dem Schreiben von Biographien, doch ohne den Anspruch auch Biographien zu schreiben, würde Verlagsgeschichte auf eine wesentliche Dimension verzichten müssen.“⁹¹ Diese beiden Extreme – eine Verlegerbiographie zur Grundlage der Verlagsgeschichte zu machen oder die Verlegerpersönlichkeit weitgehend ungewürdigt zu lassen – können jedoch kaum die einzigen möglichen Vorgehensweisen sein.

An dieser Stelle ist es sinnvoll, zwischen Verlagen und ihrer Geschichtsschreibung bezogen auf vergangene Jahrhunderte und den aktuellen Tendenzen zu unterscheiden. Verdeutlicht werden soll folgendes: Bis Mitte des 20. Jahrhunderts ist die Verlagslandschaft durch das klassische Modell des Inhaberverlages gekennzeichnet, der Verlageigentümer verantwortet sowohl Programm als auch Wirtschaftlichkeit seines Unternehmens. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts werden zunächst viele Verlage in andere Unternehmensformen überführt (KG oder GmbH) und oft zwei Geschäftsführer bestellt: einer für den Programmbereich und einer für die kaufmännische Leitung. Im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts setzt dann eine Konzentrationsbewegung auf dem Buchmarkt ein, aus der immer größere Verlagsgruppen hervorgehen. Die Verlagsleitung obliegt nach rein wirtschaftlichen Maximen handelnden Managern und keinen charismatischen Verlegerpersönlichkeiten mehr, die sich mit ihrem Unternehmen identifizieren. Ein biographischer Ansatz zur Verlagsgeschichtsschreibung käme also nur für die Inhaberverlage in Frage. Denn nur bei diesem Modell kann es eine Verlegerpersönlichkeit geben, bei der sich Arbeit und sonstige Lebenswelt so durchdringen, daß ein biographischer Ansatz gerechtfertigt sein könnte. Entsprechend favorisiert Doris Reimer diesen Ansatz nur bezüglich früherer und früher Verlagsgeschichten, für die er aber typisch ist. Denn die „frühen Arbeiten der Verlagsgeschichtsschreibung waren selbstverständlich solche über große Verlegerpersönlichkeiten“⁹².

Hier bietet die Verlegerbiographie die Möglichkeit, eine Verlagsgeschichte (chronologisch) zu strukturieren, gerade wenn sie unter einem thematischen Gesichtspunkt geschrieben werden soll – wie die über Georg Andreas Reimer als Verleger der Romantik⁹³. Vor allem Herkunft und

⁹⁰ Ebenda, Seite 50.

⁹¹ Ebenda, Seite 50.

⁹² Ebenda.

⁹³ Vgl. beispielsweise auch: Erich Viehöfer: Der Verleger als Organisator. Eugen Diederichs und die bürgerliche Reformbewegung der Jahrhundertwende. In: Archiv für Geschichte des Buchwesens. Hrsg. von der Historischen

Werdegang der Persönlichkeit und ihr persönliches Umfeld beeinflussen den Verlag und sind deshalb für die Analyse wichtig. Dem ist uneingeschränkt zuzustimmen, wurde doch bereits bei der Auseinandersetzung mit dem Theorieansatz Bourdieus ausführlich auf diesen Zusammenhang hingewiesen. Kaum überschätzt werden kann weiterhin die Erforschung der aus dem Umfeld des Verlegers resultierenden Beziehungsnetzwerke und sozialen Verflechtungen. Sie determinieren nicht nur das Verhalten des Verlegers, sondern befördern auch seine berufliche Entwicklung. Ein einfaches Beispiel: Durch den Aufbau eines Autorennetzwerkes erhöht der literarische Verleger die Chance, frühzeitig von neuen literarischen Strömungen zu erfahren und junge Autoren kennenzulernen. Bei Georg Andreas Reimer konstatiert seine Biographin entsprechend, daß sein „Wirken [...] nicht zu beschreiben [sei], ohne den Aufstieg der bürgerlichen Schicht, der er angehörte, mitzudenken“⁹⁴.

Wie die Feldtheorie rückt der biographische Ansatz die Strukturen, in denen sich ein Individuum befindet und handelt, ins Zentrum der Forschung. Der biographische Ansatz ist also ein *Zugang*, weniger eine wissenschaftliche *Methode*. Um diesen Zugang zu verwirklichen, böte sich nun die Anwendung von Bourdieus Theorieelementen an, da sie ein hervorragendes Instrumentarium zur Analyse eines Individuums und seiner Beziehungsnetzwerke auf Grundlage des Herkunftsmilieus bieten.

Für die aktuelle Verlagsgeschichtsschreibung mit biographischem Ansatz favorisiert Reimer demgegenüber die von Stephan Füssel in seiner Habilitationsschrift⁹⁵ gewählte Vorgehensweise – diachron und systematisch.⁹⁶ Die „Vermittlungsinstitution Verlag“ und ihre Bedeutung für die Literatur, die Sprache, die Wirtschafts- und Sozialgeschichte, die Rechtsgeschichte, die Personengeschichte und die Kulturgeschichte⁹⁷ herauszustellen, ist sein formulierter Anspruch. Dazu nun eigne sich die Konzentration auf die Verlegerpersönlichkeit besonders, da sie „in nicht wenigen Fällen prägend und gestaltend für das Verlagsprofil verantwortlich ist“⁹⁸. Irreführend wählt Doris Reimer Füssels Arbeit als Beispiel für eine von ihr geforderte „Methodenvielfalt“⁹⁹ der aktuellen Verlagsgeschichtsschreibung. Sie meint wohl vielmehr, verschiedene Zugänge und Perspektiven in einer verlagsgeschichtlichen Arbeit zu versammeln, und verlangt keine (inakzeptable) Vermischung wissenschaftlicher Forschungsmethoden.

Kommission des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e. V. 30. Jahrgang, Band 30. Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung GmbH 1988. Seite 1–147.

⁹⁴ Doris Reimer: *Passion & Kalkül*. Seite 5.

⁹⁵ Stephan Füssel: *Studien zur Verlagsgeschichte und Verlegertypologie der Goethe-Zeit*. Berlin / New York: Walter de Gruyter 1999. [= Georg Joachim Göschen. *Ein Verleger der Spätaufklärung und der deutschen Klassik*, Band 1.]

⁹⁶ Vgl. Doris Reimer: *Methoden der Verlagsgeschichtsschreibung*. Seite 50.

⁹⁷ Stephan Füssel: *Studien zur Verlagsgeschichte und Verlegertypologie der Goethe-Zeit*. Seite 2.

⁹⁸ Ebenda, Seite 2.

⁹⁹ Doris Reimer: *Methoden der Verlagsgeschichtsschreibung*. Seite 50.

Stephan Füssel hat seine Arbeit in drei Teilen vorgelegt: Teil eins ist der Verlegertypologie von Georg Joachim Göschen und der Entwicklung seines Verlages gewidmet. Teil zwei bietet eine vollständige Verlagsbibliographie und somit eine Basis für den ersten Teil, denn sie wird dort ausgewertet. Teil drei umfaßt schließlich eine kommentierte Verzeichnung der Göschen'schen Verlagskorrespondenz, ebenfalls ein Grundlage für Teil eins. Die Verlagsgeschichte wird somit aus der Perspektive des Programms und der Korrespondenz des Verlegers rekonstruiert. Eine derartige Vorgehensweise erachtet Doris Reimer auch für den Reimer-Verlag als ideal,¹⁰⁰ verweist aber darauf, sie im Rahmen einer Dissertation nicht leisten zu können.

Überraschenderweise spricht sie sich gegen eine Verlegertypologie aus, die sich an den Verlagsprogrammen oder an der Arbeitsweise der Verleger orientiert. Die Typologie wäre davon gekennzeichnet, Einordnungen von Verlegern im Verhältnis zu ihren Kollegen zu vollziehen, doch sei dies „von beschränktem Erkenntniswert“¹⁰¹, da die „Verlegerpersönlichkeit den Verlag gemacht [habe] und nicht das Programm“¹⁰². Leider werden beide Formulierungen nicht präzisiert und bleiben daher uneindeutig. Um ihre erste Aussage zu untermauern, führt Reimer eine ungenaue Typologisierung Georg Andreas Reimers durch Reinhard Wittmann in dessen Überblick zur Buchhandelsgeschichte an.¹⁰³ Warum sie einen Vergleich mit anderen Verlegern ablehnt, ist nicht nachvollziehbar, fordert sie doch selbst die Beurteilung von Reimer auf Grundlage seiner sozialen Beziehungen und seines Milieus – eine Vorgehensweise die nur funktionieren kann, wenn man das Untersuchungsobjekt zu anderen Personen in Beziehung setzt. Die zweite, unkommentiert bleibende Aussage drückt höchstwahrscheinlich aus, daß Reimer eine Verlagsgeschichtsschreibung *nur* auf Grund einer Programmautopsie nicht für vertretbar hält, weil die Person des Verlegers für den Verlag noch weitere prägende, über das Programm hinausgehende Funktionen hat.¹⁰⁴ Werden diese außer acht gelassen, bleibt die Verlegertypologie vage und kann der Persönlichkeit des Verlegers nicht gerecht werden.

Grundsätzlich ist die Verlegertypologie kein präzise definiertes System, in das Verleger eingeordnet werden können. Vielmehr handelt es sich um eine Möglichkeit, Verleger auf Grund gemeinsamer Merkmale und Eigenschaften zu beurteilen und gegeneinander abzugrenzen. Griffigstes Beispiel ist der in Eugen Diederichs manifestierte Typ des Kulturverlegers, dem auch Reinhard Piper zuzurechnen ist. Daneben werden Verleger in ihrer Eigenschaft als Wissensvermittler, Organisator oder Manager typologisiert. In der Forschungsliteratur wird von Individualverlegern, Programmverlegern, Autorenverlegern, Großverlegern und Kleinverlegern

¹⁰⁰ Vgl. Doris Reimer: *Passion & Kalkül*. Seite 423; 424.

¹⁰¹ Doris Reimer: *Methoden der Verlagsgeschichtsschreibung*. Seite 51.

¹⁰² Ebenda.

¹⁰³ Vgl. Reinhard Wittmann: *Geschichte des deutschen Buchhandels. Ein Überblick*. München: C. H. Beck Verlag 1991. Seite 217; 218.

¹⁰⁴ Zum Beispiel der Umgang mit Autoren und Mitarbeitern oder die Unternehmensphilosophie.

berichtet. Es gibt Literaturverleger, wissenschaftliche Verleger und Publikumsverleger. Die von Doris Reimer zitierten Beispiele betreffen schließlich den „traditionellen, idealistischen“, den „kaufmännisch orientierten, spekulativen“¹⁰⁵ und den „konservativ-christlichen“¹⁰⁶ Verleger. Die Aufzählung ließe sich nahezu beliebig fortsetzen und soll verdeutlichen, daß es sich hier um einen weitgehend unstrukturierten Bereich der Verlagsgeschichtsschreibung handelt, da die Einordnungen auf ganz verschiedenen Grundlagen erfolgen. Die oben genannten erfolgen beispielsweise nach Arbeitsweise, Arbeitszielen, Programm, verlegerischem Selbstverständnis, Verlagsgröße und Verlagsform.

Systematisierte man die Kriterien der Verlegertypologie, indem gemeinsame Grundlagen und zeitbezogene Bewertungskriterien festgelegt würden, könnte sie ein ergiebiges Analyseinstrument der Verlagsgeschichtsschreibung sein. Dabei wäre das verlegerische Wirken immer vor dem zeitgenössischen kulturellen, gesellschaftlichen und politischen Hintergrund zu beurteilen. Schließlich ist davon auszugehen, daß die so zusammengefaßten Verlegergruppen eine ähnliche Kapitalausstattung aufweisen und somit eine ähnliche Position im literarischen Feld innehaben.

Im zweiten Teil ihres Forschungsberichtes stellt Reimer nun fünf personengeschichtliche Aspekte vor, die sie im Rahmen der Verlagsgeschichte bearbeiten will. Sie sind überschrieben: „Herkunft, Werdegang“, „prägende Beziehungen, Beginn der Selbständigkeit, Geschäftsentwicklung“, „Bildung des Verlagsprofils, verlegerisches Selbstverständnis“, „Beziehungen zwischen Verleger und Autoren (anhand von Briefen und Verträgen)“, „Der Verlagsbuchhändler als Mittelsmann und Motor seiner Zeit“.¹⁰⁷ Die Bearbeitung der Rolle des Verlegers als Wirtschaftsunternehmer schließt sie für ihre Arbeit aus¹⁰⁸, meint damit offensichtlich aber nur ihren Forschungsbericht. Denn beim Blick in das Inhaltsverzeichnis ihrer Dissertation nehmen die wirtschaftlichen Aspekte in Teil vier („Das Verlagsgeschäft“) ungewöhnlich viel Raum ein. Der biographische Ansatz ist in Teil zwei („Entstehung und Entwicklung der Firma Reimer“) und Teil fünf („Reimer als Verleger romantischer Literatur“) erkennbar. Teil drei behandelt das Verlagsprogramm und Teil eins beinhaltet die einleitenden Abschnitte und einer ausführliche Besprechung der Quellen.¹⁰⁹

Doris Reimer stellt einen Ansatz für die Verlagsgeschichtsschreibung vor, der sich dem Untersuchungsgegenstand über die Verlegerbiographie nähert. Dabei geht sie von einer idealen, allumfassenden Quellenlage aus – wie sie in ihrem Fall gegeben war – und sieht daher in der Konzentration auf den Verleger ein sinnvolles Ordnungselement des Materials. Folgerichtig stellt

¹⁰⁵ Reinhard Wittmann: Die frühen Buchhändlerzeitschriften als Spiegel des literarischen Lebens. Frankfurt am Main: Buchhändler-Vereinigung 1973. Seite 244.

¹⁰⁶ Reinhard Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels. Seite 217.

¹⁰⁷ Vgl. Doris Reimer: Methoden der Verlagsgeschichtsschreibung. Abschnittsüberschriften Seite 53; 54; 59; 61; 64.

¹⁰⁸ Vgl. ebenda, Seite 52.

¹⁰⁹ Doris Reimer: Passion & Kalkül. Seite XI; XII; XIII; XIV.

sie fest, daß das Herkunftsmilieu des Verlegers und seine Beziehungsnetzwerke im Fokus der Forschung stehen müssen, da sie ausschlaggebend für die spätere Arbeit sind. Alle von der Autorin angeführten Aspekte sind wichtige Elemente der Verlagsgeschichtsschreibung, müssen aber nicht zwangsläufig im Rahmen einer Verlegerbiographie bearbeitet werden – es gibt keinen Grund, sie nicht in anderer Form in eine Verlagsgeschichte zu integrieren. Als wissenschaftliche Methode bietet sich hier Bourdieus Feldtheorie an, da diese das Untersuchungsobjekt im Netzwerk seiner Beziehungen analysiert.

Es ist insofern bedauerlich, daß Doris Reimer die biographische Perspektive auf das Verlagsgeschehen einnimmt, da bezüglich des Reimer-Verlages eine ausgesprochen günstige Quellen-situation herrscht und die Möglichkeit geboten hätte, eine wissenschaftliche Theorie oder Methode exemplarisch vorzuführen oder an diesem Beispiel zu entwickeln. Die Verlegerbiographie ist jedoch eine der ältesten Ansätze für die Verlagsgeschichtsschreibung und bei schlechter Quellenlage der Themenbereich, der über Korrespondenzen oder Nachlässe meist noch am ehesten erschlossen werden kann. Gerechtfertigt werden kann Reimers Vorgehensweise einzig aus ihrem Ziel heraus eine Biographie von Georg Andreas Reimer vorlegen zu wollen, zu der die Verlagsgeschichte nur ein Zwischenschritt ist.

Der Text bietet also weder einen neuen Ansatz für die Verlagsgeschichtsschreibung, noch stellt er neue Erkenntnisse über die biographische Herangehensweise bereit. Neben seiner Zusammenstellung von Aspekten, die zur Analyse der Verlegerpersönlichkeit herangezogen werden müssen, ist sein einziger Verdienst der indirekte Hinweis, daß eine Systematisierung der Verlegertypologie der Verlagsgeschichte zu einem nützlichen Werkzeug verhelfen könnte.

Grundsätzlich sind Buchverlage Wirtschaftsunternehmen – egal wie das Verhältnis von kulturellem und ökonomischem Wert des Buches in einem bestimmten Unternehmen festgesetzt wird. Deshalb ist es sinnvoll, in der Zusammenstellung möglicher Ansätze für die Verlagsgeschichtsschreibung den Blick auch auf die allgemeine Unternehmensgeschichtsschreibung zu lenken.

Forschungsgegenstand der Firmengeschichte ist das Unternehmen mit allen Merkmalsausprägungen sowie externen und internen Beziehungen. Eine umfassende Analyse beginnt bei der Entstehung des Unternehmens und verfolgt seine weitere Entwicklung. Welche Strategien werden eingesetzt, um sich am Markt der jeweils angebotenen Waren zu positionieren? Was wird überhaupt für eine Produktstrategie verfolgt – welcher Markt soll bedient werden? Was können, daraus folgend, Ursachen für unternehmerischen Erfolg oder Mißerfolg sein? Weiterhin kann eine Untersuchung die Organisation des Unternehmens umfassen und die Rolle der Unternehmerpersönlichkeit. Auch die ‚weichen‘ Aspekte der Unternehmenskultur sowie externer und interner Kommunikation einer Firma erfahren vor allem in den letzten Jahren erhöhte Aufmerksamkeit. Bereits dieser grobe und unvollständige Abriss zeigt, daß das Forschungsfeld der Unternehmensgeschichte die gleichen Themenbereiche wie die Verlagsgeschichtsschreibung behandelt. Ein Irrtum ist, daß die Unternehmensgeschichtsschreibung zwangsläufig vorwiegend betriebswirtschaftliche Überlegungen und Analysen verfolgt. Vor allem die sozial- und kulturwissenschaftlichen Ansätze blenden diesen Untersuchungsbereich aus.¹¹⁰ Ein weiteres Desiderat des Faches ist die kaum präsente Erforschung von Medienunternehmen.

Trotz anfänglicher Schwierigkeiten in Deutschland, die ihr gebührende Aufmerksamkeit zu erfahren, ist die Unternehmensgeschichte heute ein rege bearbeiteter Forschungsbereich. Gerade in den letzten Jahren haben sich die Fachvertreter – bisher ohne endgültiges Ergebnis – dem Theorie- und Methodendiskurs gewidmet, so daß derzeit eine Fülle von Ideen und Ansätzen vorliegen, deren Zusammenstellung und Auswertung hier nicht umfassend geleistet werden kann. Deshalb folgen nur einige Stichworte zur Etablierung des Faches in Deutschland und Hinweise auf einige Theorieüberlegungen. Die Grundidee der ‚Neuen Institutionenökonomik‘ wird umfassender dargestellt. Daran schließt die Untersuchung eines Analyserahmens für die Unternehmensgeschichtsschreibung von Florian Triebel und Jürgen Seidl an, welcher davon ausgeht, daß der Forschungsgegenstand auf Grund seiner Komplexität mit nur einer wissenschaftlichen Methode nicht zu erfassen ist.

¹¹⁰ Vgl. Toni Pierenkemper: Unternehmensgeschichte. Eine Einführung in ihre Methoden und Ergebnisse. Stuttgart: Franz Steiner Verlag 2000. [= Grundzüge der modernen Wirtschaftsgeschichte, Band 1.] Seite 14.

2.4.1 Eckpunkte der Fachgeschichte in Deutschland und die Institutionenökonomik als aktuelle Forschungsmethode

Interessanterweise hat die übergeordnete Unternehmensgeschichtsschreibung teilweise mit den gleichen Problemen zu kämpfen wie die Verlagsgeschichtsschreibung. Lange waren Fest- und Jubelschriften die dominierenden Publikationen des Fachs. Als Quellen können heute die meist von historisch interessierten Nationalökonomern verfaßten Arbeiten genutzt werden, da sie sehr faktenorientiert, aber ohne wissenschaftliche Methode angelegt sind.¹¹¹ Obwohl mit Max Webers Bürokratietheorie und Joseph Schumpeters Konzept des Unternehmers bereits seit dem ersten Drittel des zwanzigsten Jahrhunderts Theorien vorlagen, „verharrte die deutsche Unternehmensgeschichtsschreibung [bis weit in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts hinein] in einem gleichsam protoprofessionellen Raum“¹¹². Selbst als nach dem Zweiten Weltkrieg das Fach in den USA einen deutlichen Professionalisierungsschub erfuhr – auch auf Grund vor dem Krieg angelegter Überlegungen deutscher Wissenschaftler¹¹³ – konnte sich in Deutschland noch keine wissenschaftliche Unternehmensgeschichtsschreibung etablieren. Nicht unwesentlich dazu beigetragen haben dürften die restaurativen Tendenzen in der Ära Adenauer und die damit verbundene Weigerung, sich mit der jüngsten Vergangenheit zu beschäftigen. Untermauert wird diese These, wenn man sich den erfolgreichen Werdegang vielen Mitglieder der ehemaligen nationalsozialistischen Führungselite in Wirtschaft und Politik in der jungen Bundesrepublik vor Augen hält.¹¹⁴

Seit 1956 gab es das Periodikum *Tradition. Zeitschrift für Firmengeschichte und Unternehmer*¹¹⁵, für das achtzehn Jahre nach Erscheinen des ersten Heftes Hans Rattinger empirisch die Entwicklung und Gewichtung der einzelnen in den Beiträgen verhandelten Themen und Trends untersucht. Er stellt fest, daß allgemein außerökonomische und speziell soziale Fragestellungen deutlich zugenommen haben: „[D]as Wechselspiel zwischen diesen Akteuren [Unternehmen] und ihrer sozialen und politischen Umgebung [ist zum Gegenstand vieler Untersuchungen avanciert]“¹¹⁶. Zwei Forschungsdesiderate macht Rattinger jedoch aus. Zum einen eben „das völlige Fehlen“¹¹⁷

¹¹¹ Vgl. Werner Plumpe: Perspektiven der Unternehmensgeschichte. In: Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. Arbeitsgebiete – Probleme – Perspektiven. Aus Anlaß des 100. Erscheinens der Vierteljahresschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. Hrsg. von Günther Schulz / Christoph Buchheim / Gerhard Fouque [u.a.]. Stuttgart: Franz Steiner Verlag GmbH 2005. Seite 407.

¹¹² Ebenda.

¹¹³ Vgl. ebenda, Seite 408.

¹¹⁴ Vergleiche den Fall von Hans Rössner im Piper Verlag.

¹¹⁵ *Tradition. Zeitschrift für Firmengeschichte und Unternehmen*. Hrsg. von Wilhelm Treue. Frankfurt am Main: Fritz Knapp Verlag GmbH 1956.

¹¹⁶ Hans Rattinger: Die „Tradition“ 1956 bis 1971: Themen und Trends in Firmengeschichte und Unternehmerbiographie. In: *Tradition. Zeitschrift für Firmengeschichte und Unternehmer*. Hrsg. von Wilhelm Treue. 18. Jahrgang. Frankfurt am Main: Fritz Knapp Verlag 1974. Seite 16.

¹¹⁷ Ebenda.

von Bemühungen, eine Theorie oder Methode zu entwickeln oder zumindest Anleihen bei benachbarten Disziplinen vorzunehmen. Im Zusammenhang damit vermißt er zweitens eine grundsätzliche Formulierung der Fragestellungen und Erkenntnisinteressen des Fachs.¹¹⁸

Seit 1960 hegte Wilhelm Treue, der Gründer und Herausgeber der *Tradition*, zusammen mit anderen den Wunsch die Professionalisierung der Unternehmensgeschichte mit der Gründung einer eigenen Gesellschaft voranzubringen. Man will Theorie und Praxis – Wissenschaft und Wirtschaft – zusammenführen sowie die bisher vor allem deskriptiven Arbeiten theoretisch und methodisch fundieren. Die Unternehmensgeschichte soll als Wirtschaftsgeschichte geschrieben werden, jedoch der interdisziplinäre Anspruch durch Methoden und Erkenntnisse aus Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Sozialwissenschaft gewahrt bleiben.¹¹⁹

Nachdem verschiedene Versuche, die Gesellschaft als Ausschuß oder Arbeitsgemeinschaft an eine bestehende Vereinigung anzugliedern,¹²⁰ scheitern, entschließt man sich zur Gründung einer autonomen Gesellschaft, die mit Unterstützung von sechzehn Firmen und einem wissenschaftlichen Beirat 1976 in Köln erfolgt.¹²¹ Das Publikationsorgan wird ab 1977 als Ablösung der *Tradition* die *Zeitschrift für Unternehmensgeschichte (ZUG)*. Außerdem gibt die Gesellschaft eine Schriftenreihe sowie nicht periodische Publikationen heraus.

Ein Schritt, um die Unternehmensgeschichtsschreibung in der universitären Wissenschaft zu institutionalisieren, ist die Gründung des Arbeitskreises für kritische Unternehmens- und Industriegeschichte e.V. (AKKU) 1991 an der Ruhr-Universität in Bochum. Diese Vereinigung widmet sich nun explizit theoretisch-methodischen Überlegungen und versteht sich als „Netz von Wissenschaftlern, Archivaren und Studenten, die in der Unternehmensgeschichte aktiv sind“¹²². In deutlicher Abgrenzung zur ohne Methode arbeitenden Festschriftentradition der Unternehmensgeschichtsschreibung fühlt sie sich einer in der Selbstdarstellung nicht näher erläuterten „kritischen Unternehmensgeschichte“¹²³ verpflichtet. Seit seiner Gründung gibt der Arbeitskreis die Zeitschrift *AKKUMULATION* mit kurzen Aufsätzen und Rezensionen aus allen Bereichen der Unternehmensgeschichte heraus.

Obwohl es in den letzten Jahren zu einem regelrechten Boom in der Unternehmensgeschichtsschreibung gekommen ist, hat sich die Zahl der deutschsprachigen branchenübergreifenden

¹¹⁸ Vgl. ebenda, Seite 17.

¹¹⁹ Vgl. Beate Brüninghaus: Gesellschaft für Unternehmensgeschichte. Geschichte ihrer Gründung. In: *Zeitschrift für Unternehmensgeschichte*. Hrsg. von Wilhelm Treue / Hans Pohl. 31. Jahrgang. Wiesbaden: Franz Steiner Verlag 1986. Seite 2.

¹²⁰ Zum Beispiel an die Vereinigung Deutscher Werk- und Wirtschaftsarchivare e.V. (heute Vereinigung deutscher Wirtschaftsarchivare VdW und die Gesellschaft für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. Auch die Gründung eines Instituts an einer Hochschule wurde kurzzeitig erwogen. [Vgl. ebenda, Seite 2.]

¹²¹ Vgl. ebenda, Seite 4.

¹²² Über Akku. Hrsg. vom Arbeitskreis für kritische Unternehmens- und Industriegeschichte. URL: www.ruhr-uni-bochum.de/akku/frames/frame_inhalt.htm (eingesehen am 2.4.2007).

¹²³ Ebenda.

Fachvereinigungen nicht nennenswert erhöht. Auch im akademischen Betrieb konnte sich das Fach noch nicht so weit etablieren, daß es beispielsweise zu einem eigenen Studiengang gekommen wäre. Veranstaltungen zur Unternehmensgeschichte werden meist an geschichtlichen, sozialwissenschaftlichen oder wirtschaftswissenschaftlichen Instituten und Lehrstühlen angeboten. Diese verschiedenen Zuordnungsmöglichkeiten offenbaren die Interdisziplinarität der Unternehmensgeschichte, da diese unter verschiedenen Perspektiven und Fragestellungen geschrieben werden kann, worin möglicherweise eine Ursache für die mangelnde Institutionalisierung liegt.

Ganz allgemein kann das gesteigerte Interesse an der Unternehmensgeschichte in Deutschland seit Mitte der neunziger Jahre auf die Erkenntnis zurückgeführt werden, daß Unternehmen eine bedeutsame Rolle für die politische, soziale und wirtschaftliche Situation einer Gesellschaft spielen.¹²⁴ Werner Plumpe spezifiziert dazu drei aufeinander aufbauende Ursachen.¹²⁵ Zunächst hat sich die Struktur von Unternehmen geändert. Es besteht keine Urteilssicherheit mehr darüber, daß der Erfolg eines Unternehmens mit seiner Größe zunimmt. Die Zahl der Produktionsunternehmen nimmt zugunsten von Dienstleistungsunternehmen ab, für die ganz andere Unternehmensstrukturen sinnvoll sein können. Damit korrespondiert zweitens, daß auch das bisherige Verständnis, Unternehmen seien von der „Spitze her steuerbare bürokratische Komplexe“¹²⁶, nicht mehr uneingeschränkt gelten kann, da die Hierarchien in Firmen oft flacher geworden sind und Mitarbeiter in Entscheidungen der Geschäftsführung einbezogen werden. Hieraus folgt drittens eine abnehmende Prognosefähigkeit bezüglich der Unternehmensentwicklung – bei erhöhtem Prognosebedarf.

In den sechziger Jahren des zwanzigsten Jahrhunderts hat es bereits einen unfruchtbar gebliebenen Versuch gegeben, das Fach theoretisch zu fundieren. Die sogenannte Strukturgeschichte der Bielefelder Schule¹²⁷ operiert mit „Versatzstücken von Karl Marx und Max Weber“¹²⁸, wobei das Konzept eines „Organisierten Kapitalismus“¹²⁹ entworfen wurde, das Unternehmen als „politische Veranstaltung“¹³⁰ versteht. Hierbei untersucht man vor allem Interessenpolitik und Lobbyarbeit von Wirtschaftszweigen und prangert pauschal Profitgier und Herrschaftssucht der Unternehmen an. Weder die Organisation von Firmen noch die (wirtschaftlichen) Ursachen von

¹²⁴ Vgl. Hartmut Berghoff: *Modere Unternehmensgeschichte. Eine themen- und theorieorientierte Einführung*. Paderborn / München / Wien / Zürich: Verlag Ferdinand Schöningh 2004. [= Universitätstaschenbuch, Band 2483.] Seite 29. Der Autor fragt sich unter anderem wie die deutsche Geschichte verlaufen wäre, wenn die Außenpolitik des Kaiserreiches nicht die „Kruppsche Waffenschmiede“ im Rücken gehabt hätte, oder wenn die Wirtschaft und Unternehmer die Weimarer Demokratie anerkannt und unterstützt hätten.

¹²⁵ Werner Plumpe: *Perspektiven der Unternehmensgeschichte*. Seite 403; 404.

¹²⁶ Ebenda, Seite 403.

¹²⁷ Vgl. ebenda, Seite 407.

¹²⁸ Ebenda.

¹²⁹ Ebenda, Seite 409.

¹³⁰ Ebenda.

Entscheidungen und Entwicklungen spielen dabei eine beachtenswerte Rolle. Werner Plumpe konstatiert daraus folglich einen weiteren, mehr als zehnjährigen „enttäuschenden Umweg“¹³¹ der deutschen Firmengeschichte.

Blieb beim Ansatz des ‚Organisierten Kapitalismus‘ die Untersuchung von Unternehmen im Nationalsozialismus erstaunlicherweise immer noch weitgehend ausgeblendet, so rückt sie Mitte der neunziger Jahre endlich ins Blickfeld der Forschung.¹³² Der Informationsbedarf über die Beziehungen zwischen Unternehmen und Staat im Dritten Reich, ausgelöst unter anderem durch die Debatte um eine Zwangsarbeiterentschädigung, ist ein weiterer speziell für Deutschland gültiger Grund für die Konjunktur der Unternehmensgeschichte.

Allerdings markieren die ersten Arbeiten hierzu erneut den Beginn eines Zeitraums abnehmender Reflexion über theoretisch fundierte Vorgehensweisen. Die Ausbreitung und Bewertung von breitem Faktenmaterial steht abermals im Vordergrund, da nicht mehr das Wirtschaftssystem an sich analysiert werden soll (wie beim ‚Organisierten Kapitalismus‘), sondern einzelne Unternehmen und Unternehmerpersönlichkeiten in der Art „politische[r] Repräsentanten oder Institutionen“¹³³. Wieder hatte die Unternehmensgeschichte es versäumt, den Charakter des Forschungsobjekts als wirtschaftliche Organisation zu erfassen, wie es in England und den USA Tradition hat.

Gegen Ende der achtziger Jahre ist in Deutschland gleichzeitig eine neue „kritische‘ Alternative“ der Unternehmensgeschichtsschreibung aufgekommen. Die Mikropolitik untersucht Firmen unter soziologischen Aspekten als „Aushandlungsarenen unterschiedlicher Interessen“ und nicht mehr als „direkt gesteuerte Anstalten“¹³⁴. Analog befaßt sich die Mikroökonomik mit den inneren wirtschaftlichen Strukturen einer Firma. Die Verbindung von mikropolitischen und mikroökonomischen Überlegungen hat die Unternehmensgeschichte mit der ‚Neuen Institutionenökonomik‘ hergestellt.

Die Grundlagen dieser Forschungstheorie wurden von Ronald H. Coase bereits 1937 formuliert¹³⁵ und in den vergangenen Jahren wiederentdeckt und weiterentwickelt. Ausgangspunkt der Institutionenökonomik ist die Kostenpflichtigkeit der Marktbenutzung. Die Anbahnung und Abwicklung von Geschäften kostet Geld: den Geschäftspartner suchen, das Tauschobjekt spezifizieren, Preisvergleiche mit anderen Anbietern, die Vertragsverhandlungen führen, die Einhaltung des Vertrages kontrollieren und gegebenenfalls Schlichtungsverfahren anstreben.¹³⁶

¹³¹ Ebenda.

¹³² Die ostdeutsche Unternehmensgeschichtsschreibung (nicht zu verwechseln mit der DDR-Betriebsgeschichte) hat die Zeit des Nationalsozialismus immerhin ungeachtet methodischer Mängel und ideologischer Einfärbung von Anfang an mitthematisiert.

¹³³ Werner Plumpe: Perspektiven der Unternehmensgeschichte. Seite 410.

¹³⁴ Ebenda, Seite 411.

¹³⁵ Vgl. Hartmut Berghoff: Moderne Unternehmensgeschichte. Seite 44.

¹³⁶ Vgl. ebenda, Seite 45.

Diese „Transaktionskosten der Marktnutzung“¹³⁷ steigen mit der sinkenden Transparenz des Marktes. Sie können aber ihrerseits gesenkt werden, wenn die Tauschaktionen dem freien Markt entzogen werden und ein Unternehmen zur effizienteren Gestaltung der Abläufe eingerichtet wird. Unsichere – weil schwer zu kontrollierende und gegebenenfalls einzufordernde – Verträge auf dem Markt werden durch ein Netzwerk von Verträgen innerhalb einer Firma ersetzt. Mittels unternehmensinterner Hierarchien wird die Überwachung und Koordinierung der Verträge wesentlich erleichtert und die Vertragspartner (Arbeitnehmer) können zu größtmöglicher Effizienz angehalten werden.

Je komplexer der Vertragsgegenstand ist, desto unvollständiger ist der Vertrag, da nie alle Unwägbarkeiten und Details aufgenommen werden können. Außerdem bedingt die steigende Komplexität eine sinkende Informiertheit des Weisungsbefugten über den Vertragsgegenstand.¹³⁸ Der Arbeitnehmer kann also damit rechnen, mit fortschreitender Spezialisierung seiner Arbeit weniger konkrete Anordnungen zu erhalten, die vom Vorgesetzten auch weniger kontrolliert werden können. In so einer Lücke sollen dann allgemeine gesellschaftliche und kulturelle Normen greifen und die Vertragspartner dazu bringen, sich ‚richtig‘ zu verhalten.¹³⁹ Zwar räumt Hartmut Berghoff ein, daß diese Praxis in einem Unternehmen besser funktioniert als auf dem freien Markt, dennoch darf sie als oft unerreichtes Ideal gelten.¹⁴⁰ Das stellt auch Werner Plumpe fest, der in einer „opportunistischen Ausnutzung der Informationsasymmetrie“¹⁴¹ durch den Weisungsgebundenen ein Axiom der ‚Neuen Institutionenökonomik‘ sieht.

Ab einer bestimmten Größe wird das Prinzip Unternehmen indessen wieder ineffizient, weil Koordinationsleistung und Kontrollfunktion nicht mehr ökonomisch erbracht werden können. Grund sind die mit der Expansion eines Unternehmens steigenden Organisationsnutzungskosten für Information der Firmenleitung, Kommunikation zwischen den Mitgliedern des Unternehmens, Verteilung der Aufgaben, Überwachung und Durchsetzung der Verträge.¹⁴² Wenn die Organisationsnutzungskosten in keinem wirtschaftlichen Verhältnis mehr zu den eingesparten Marktnutzungskosten stehen, also nicht mehr dauerhaft unter dem Niveau der Nutzungskosten des Marktes gehalten werden können, verliert das Unternehmen seine Daseinsberechtigung: „Von diesem Punkt an sind alle weiteren Transaktionen dem Markt zu überlassen.“¹⁴³

Um diesen Moment zu bestimmen, hat Oliver Williamson 1985 ein Modell vorgestellt, bei dem zwei voneinander unabhängige Faktoren von Bedeutung sind: die Tauschfrequenz und die

¹³⁷ Ebenda.

¹³⁸ Vgl. Werner Plumpe: Perspektiven der Unternehmensgeschichte. Seite 415.

¹³⁹ Vgl. ebenda, Seite 50.

¹⁴⁰ Zum Beispiel die andauernden Streitigkeiten um eine ‚angemessene‘ Übersetzervergütung.

¹⁴¹ Werner Plumpe: Perspektiven der Unternehmensgeschichte. Seite 415.

¹⁴² Vgl. Hartmut Berghoff: Moderne Unternehmensgeschichte. Seite 47.

¹⁴³ Ebenda, Seite 48.

Beschaffenheit des Tauschobjektes (Faktorspezifität).¹⁴⁴ Bei einer niedrigen Tauschfrequenz und unspezifischen Tauschobjekten spricht nichts gegen eine Abwicklung des Geschäftes auf dem freien Markt. Bei hoher Tauschfrequenz und großer Spezifität des Tauschobjektes ist die Organisation und Durchführung des Geschäftes im Unternehmen besser aufgehoben. Die Faktorspezifität kann sich in drei Formen äußern: Standortspezifität (zwei aufeinanderfolgende Produktionsschritte erfolgen in räumlicher Nähe, um Transportkosten zu sparen), Sachkapitalspezifität (zum Beispiel, wenn ein Produktionsschritt besonders auf die Bedürfnisse eines bestimmten Unternehmens ausgerichtet ist) und Humankapitalspezifität (Mitarbeiter besitzen besondere Kenntnisse, Qualifikationen und Beziehungen zu Kunden, die nicht einfach auf andere transferiert werden können).¹⁴⁵

Die hier vorgestellten Überlegungen der ‚Neuen Institutionenökonomik‘ sind nur die Grundannahmen dieses keinesfalls homogenen oder geschlossenen Theorieangebots. Übergreifend läßt sich einzig konstatieren, daß der Ausgangspunkt die Transaktionskosten des freien Marktes sind, die sich (möglicherweise) durch ihre hierarchische Koordinierung in einem Unternehmen reduzieren lassen. Nur deshalb gibt es überhaupt Unternehmen: zur Risikostrukturierung von Geschäften, wobei immer die größtmögliche wirtschaftliche Effizienz angestrebt wird. Zur Erfassung der Institutionen werden deren interne Praktiken, festgeschrieben in Verträgen, analysiert und auf Kosten (der Organisationsnutzung, der Kontrolle etc.) sowie Frequenz und Beschaffenheit der Tauschobjekte reduziert.

Diese Offenheit (oder Ungenauigkeit) der ‚Neuen Institutionenökonomik‘ steht stellvertretend für die aktuelle Forschungsdiskussion der Unternehmensgeschichtsschreibung. Nachdem bis in die zweite Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts vor allem die Leistungen der Unternehmerpersönlichkeit festgehalten werden, wendet man sich ab Ende der sechziger Jahre dem allgemeinen Zeitgeist folgend sozialwissenschaftlichen Fragestellungen zu und versucht, die Forschung sozialtheoretisch zu fundieren. Analog rücken kulturwissenschaftliche Fragestellungen und Methodenüberlegungen Mitte der neunziger Jahre in das Blickfeld der Wissenschaftler.

Aktuell – zehn Jahre später – bestimmt eine intensive Theoriendiskussion das Fach, in der eine Vielzahl von gleichberechtigten theoretischen Überlegungen, Ansätzen und Paradigmen verhandelt werden. Man kann sich des Eindrucks nicht erwehren, daß damit zwar einerseits alle Forschungsrichtungen des Faches offengehalten werden, aber andererseits die Wissenschaftler nicht bereit sind, eine Orientierung vorzuschlagen. Dieser Eindruck wird auch durch die Menge an in jüngster Zeit erschienen Forschungsüberblicke und Methodendiskussionen genährt, die sich oft nur durch die Strukturierung und Gewichtung des Rekapitulierten unterscheiden:

¹⁴⁴ Vgl. ebenda.

¹⁴⁵ Vgl. ebenda, Seite 50; 51.

„Gegenwärtig gibt es offenbar eine Vermischung von älteren und jüngeren ‚Praktiken‘, Unternehmensgeschichte zu betreiben. Gemeinsam bestimmen sie das ‚Feld‘ Unternehmensgeschichtsschreibung, das insofern nicht durch einen einheitlichen Gegenstandsbegriff und eine einheitliche Methodologie gekennzeichnet ist.“¹⁴⁶

Geeignet zu haben scheint man sich zumindest auf eine integrierte sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Herangehensweise. Darüber hinaus wird aber eine kaum realisierbare Inter- und Multidisziplinarität der Modelle gefordert. Stellvertretend für andere soll Reinhardt Hanf stehen, der (allerdings schon 1977) formuliert: „die vielfältigen Beziehungen des Unternehmens zu seiner Umwelt lassen einen möglichst multiplexen, interdisziplinären, möglichst alle Gebiete des geisteswissenschaftlichen Bereichs umfassenden Ansatz einleuchtend erscheinen“¹⁴⁷. Hinzu kommen mögliche Beeinflussungen aus den Rechts- und Technikwissenschaften und Kulturwissenschaften. Viele Forscher begreifen die Multidisziplinarität gerade als Chance, das Forschungsobjekt in seiner Komplexität zu erfassen. Theoretisch ist dem zuzustimmen, da aber eine angemessene Umsetzung kaum realisierbar scheint, ist der Nutzen derartiger Überlegungen für die methodisch fundierte empirische Forschungsarbeit anzuzweifeln.

Trotz dieser Methodenfülle galt und gilt die ‚Neue Institutionenökonomik‘ als vielversprechender Ansatz in der Unternehmensgeschichtsschreibung, obwohl sie keineswegs unumstritten ist. Werner Plumpe sieht sie vor allem in Verbindung mit dem „politischen“¹⁴⁸ Ansatz als maßgebliches Analyseinstrument, da die Kombination sowohl eine Außen- als auch eine Innenperspektive auf den Untersuchungsgegenstand erlaubt. In der Praxis kommen vor allem entsprechend der Fragestellung gewichtete Mischformen zum Einsatz, welche die unterschiedlichen Perspektiven kombinieren.

Nachteil der Institutionenökonomik – und besonders ihrer Anwendung auf Verlagsunternehmen – ist die Maxime, daß ein Unternehmen immer seine wirtschaftlich effizienteste Form anstrebt. Davon abweichende Ziele wie Macht, Einfluß und persönliche Vorlieben der Unternehmerpersönlichkeit können damit nicht erfaßt werden. Gerade Verlage aber sind eine Unternehmenskategorie, in der besonders deutlich von dieser Voraussetzung abgewichen werden kann. Zum Beispiel beim Kulturverleger Reinhard Piper, bei dem das persönliche kulturelle Sendungsbewußtsein des Verlegers im Vordergrund stand. Oder Klaus Piper, der aus

¹⁴⁶ Werner Plumpe: Perspektiven der Unternehmensgeschichte. Seite 407.

¹⁴⁷ Reinhardt Hanf: Mangelnde methodische Konzepte im Bereich der Betriebs- und Firmengeschichte? In: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte. Hrsg. von Wilhelm Treue / Hans Pohl. 22. Jahrgang, Heft 3. Wiesbaden: Franz Steiner Verlag 1977. Seite 149.

¹⁴⁸ Werner Plumpe: Perspektiven der Unternehmensgeschichte. Seite 411. Die Bezeichnung ‚politischer Ansatz‘ scheint etwas unglücklich gewählt. Werner Plumpe versteht darunter die Analyse der (vor allem) wirtschaftlichen Außenbeziehungen eines nicht hinterfragten Unternehmens. Möglicherweise ist die Bezeichnung ‚volkswirtschaftlicher Ansatz‘ geeigneter.

persönlichem Interesse ein Sachbuchprogramm aufbaute und mit den Worten zitiert wird: „Ich wünsche dem Piper-Programm eine internationale Ausrichtung zu geben.“¹⁴⁹

Bereits beim Organisationsmodell der Verlagsgeschichtsschreibung wurde kritisiert, daß eine Verlagsanalyse anhand von Personalveränderungen zu grob sei und nicht alle Entwicklungsschritte fassen könne. Für die Institutionenökonomik muß das Gleiche gelten, da sie innerbetrieblich als Quelle Arbeitsverträge benutzt. Außerdem bleibt unklar, wie der Forschungsansatz die Voraussetzungssysteme, die politischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen eines Unternehmens analysieren kann – ein Beziehungsgeflecht, in dem es keine Verträge gibt.

Im Gegensatz zur geforderten komplexen Multidisziplinarität der Unternehmensgeschichtsschreibung, vielleicht aber gerade auch aus diesen Überlegungen erwachsen, gibt es im Methodendiskurs Forderungen, sich ganz von dem Gedanken eines universellen Modells abzuwenden. Einerseits seien einzelne Unternehmen so speziell, daß eine einheitliche Methode die Charakteristika nicht fassen könne, andererseits stelle ein alle Aspekte der Unternehmensgeschichte umfassendes Modell eine unleistbare quantitative Herausforderung dar.

2.4.2 Ein Analyserahmen für die Unternehmensgeschichtsschreibung

Den letztgenannten Gedanken greift auch Florian Triebel auf und entwickelt zusammen mit Jürgen Seidl einen Analyserahmen für die Unternehmensgeschichtsschreibung. Mit seiner Hilfe sollen auch bei speziellen Untersuchungen die Fragestellungen strukturierbar und innerhalb des gesamten Forschungszusammenhangs darstellbar sein. Bei der Festlegung auf eine Methode kann das auf Grund der erwähnten Komplexität des Forschungsgegenstandes nicht gewährleistet werden. Daraus legitimiert sich das Nebeneinander verschiedener wissenschaftlicher Methoden,¹⁵⁰ wobei sich die Auswahl nach der Quellenlage und vor allem nach dem Fachgebiet der Fragestellung richtet: Betriebswirtschaftliche Untersuchungen haben mit den Methoden der Betriebswirtschaft zu erfolgen, eine Analyse der Personalpolitik hingegen erfordert eine sozialwissenschaftliche Herangehensweise. Der Analyserahmen fungiert dabei als Klammer um die Einzelfragestellungen und hilft, die Entwicklung des Gesamtunternehmens nicht aus den Augen zu verlieren: „Er sollte das Phänomen ‚Unternehmen‘ in seiner jeweiligen Zeit und seiner

¹⁴⁹ Klaus Piper: Lesen heißt doppelt Leben. Erinnerungen. Unter Mitarbeit von Dagmar von Erffa. München / Zürich Piper Verlag 2000. Seite 191.

¹⁵⁰ Vgl. Florian Triebel und Jürgen Seidl: Ein Analyserahmen für das Fach Unternehmensgeschichte. In: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte. Hrsg. von Wilhelm Treue [u.a.]. Heft 1/2001. Seite 15; 16.

Welt verorten und die unterschiedlichen Felder für die Untersuchungen zum historischen Verständnis des Untersuchungsobjektes aufzeigen.“¹⁵¹

Ausgangspunkt ist die Interaktion des Unternehmens mit seiner Umwelt unter Einbeziehung aller möglichen wechselseitigen Beziehungen, die sich in Form von Kommunikation und Warenströmen äußern.¹⁵² Das Unternehmen befindet sich in der Mitte des Netzwerkes und knüpft seine Verbindungen zu den einzelnen Knotenpunkten, die ihrerseits auch untereinander verbunden sein können, ohne das Unternehmen direkt zu tangieren. Die Punkte können durch Organisationen, Personen oder abstrakte Ideen repräsentiert werden.¹⁵³ Qualität und Quantität der Beziehungen sind unterschiedlich und veränderlich, wobei das Unternehmen bestrebt ist, ihm wichtige Verbindungen zu stabilisieren und unwichtig gewordene abzurechnen. Eine Entscheidung über die Relevanz einer Verknüpfung hängt dabei von der sich verändernden Umwelt des Unternehmens ab. Durch diese Konstruktion werden für das Unternehmen Handlungen und Zukunftsplanungen überschaubarer und kalkulierbarer, weil auf bereits bestehende und einschätzbare Beziehungen zurückgegriffen werden kann.

Das Netzwerk gliedert sich in drei Ebenen: die der Angebots- und Nachfragemärkte, der kulturellen Einflüsse und der globalen Rahmenbedingungen.¹⁵⁴ Der Nachfragemarkt hält die vom Unternehmen nachgefragten Ressourcen Finanzkapital, Arbeitskräfte und Produktionsmaterialien bereit, der Angebotsmarkt bietet die gefertigten Produkte zum Kauf an. Auf der kulturellen Ebene wird das Unternehmen sowohl von politischen und wirtschaftlichen Voraussetzungen determiniert als auch von gesellschaftlichen Normen und Werten. Zu diesem Bereich zählen die Autoren ebenfalls neue technische Errungenschaften und wissenschaftliche Erkenntnisse, die das Unternehmen beeinflussen können – auch wenn diese Beziehung nicht direkt sein muß.¹⁵⁵ Die Sphäre der globalen Rahmenbedingungen beinhaltet schließlich die sozialen Gesellschaften (von denen die Ausformung der kulturellen Ebene bestimmt ist) und die „Natur als grundlegende Basis alles Handelns“¹⁵⁶.

Besonderen Wert legen Florian Triebel und Jürgen Seidl auf die Feststellung, daß ein Unternehmen im Analyserahmen auch agiert und nicht nur reagiert – daß es Märkte, Kultur und Natur mitgestaltet. Das scheint nachweisbar, wenn Verlage zum Beispiel ihren Nachfragemarkt beeinflussen, indem sie feste Verträge mit Druckereien oder Papierlieferanten aushandeln. Ebenso können sie den Angebotsmarkt durch die Bereitstellung von Produkten zu bestimmten Konditionen verändern. Die Beeinflussung der Natur wird deutlich, wenn die Buchproduktion

¹⁵¹ Ebenda, Seite 16.

¹⁵² Vgl. ebenda, Seite 17

¹⁵³ Vgl. ebenda.

¹⁵⁴ Vgl. ebenda, Seite 18; 19

¹⁵⁵ Zum Beispiel wirtschaftliche Grundlagenforschung.

¹⁵⁶ Florian Triebel und Jürgen Seidl: Ein Analyserahmen für das Fach Unternehmensgeschichte. Seite 19.

stark ansteigt und wegen des erhöhten Papierbedarfs mehr Holz benötigt wird. Diesen Zusammenhang kann man sicher nachweisen – wenn man die Beziehungen des Verlages zu den Papierlieferanten und deren Verhältnis zu den Holzlieferanten analysiert. Hier wird deutlich, daß man sich weit vom eigentlichen Untersuchungsgegenstand entfernt, wenn man seinen Einfluß auf die äußerste Sphäre der globalen Rahmenbedingungen erforschen will. Unklar bleibt hingegen, wie die Beeinflussung des Unternehmens auf die kulturellen Rahmenbedingungen gemessen werden soll.

Diesem Gedanken geht die grundsätzliche Frage voraus, ob Unternehmen mit ihren teilweise kaum institutionalisierten Beziehungen zur ‚kulturellen Sphäre‘ im Sinne von Triebel/Seidl diese überhaupt formen können. Um wieder ein Beispiel aus dem Verlagswesen zu wählen: Reicht es, eine Beeinflussung zu konstatieren, wenn der Verlag eine literarische Strömung unterstützt, indem er die entsprechenden Werke vorlegt? Oder besteht die Kausalität nicht vielmehr in der anderen Richtung, daß der Verlag damit auf die Wünsche und Forderungen des Marktes reagiert – wenn möglicherweise auch sehr früh und feinfühlig? Gangolf Hübinger und Helen Müller gehen ebenfalls von diesem Einfluß aus, beziehen ihn aber auf die Wissenschaft. Hier scheint die Lage einfacher, weil wissenschaftliche Verlage mit ihren sehr speziellen Publikationen für einen überschaubaren Leserkreis den Diskurs in einem Fach unterstützen können. Egal, welcher Sichtweise schließlich der Vorzug gegeben wird, die Frage der wissenschaftlichen Nachweisbarkeit und Meßbarkeit der Beeinflussung bleibt ungeklärt.

Obwohl der Analyserahmen hauptsächlich die Außenbeziehungen eines Unternehmens beschreibbar macht, denen das vordergründige Interesse der Autoren gilt, kann auch die interne Struktur mit Beziehungsnetzwerken erklärt und für die Erforschung der Außenperspektive herangezogen werden. Dabei wird das die offizielle Unternehmensorganisation repräsentierende von einem inoffiziellen Netzwerk unterschieden. Beide können sich in Teilen überlagern oder ergänzen und unterhalten ebenfalls Verbindungen zur Unternehmensumwelt.¹⁵⁷

Als letzte Gruppe von Beziehungen sollen in die Unternehmensanalyse jene zwischen Knotenpunkten des Netzwerkes einbezogen werden, die keine direkte Verbindung zum Unternehmen unterhalten. Analysekriterium ist dabei ihre Relevanz für das Untersuchungsobjekt: „soweit sie Auswirkungen auf das Verhalten und Handeln der Unternehmen haben, [müssen diese Beziehungen] in angemessener Weise berücksichtigt werden“¹⁵⁸. Hier bleiben nicht nur die tatsächlichen Beurteilungskriterien im Dunkeln, sondern es scheint auch völlig unmöglich, all diese Verknüpfungen in eine Unternehmensgeschichte mit einzubeziehen. Das ist die zweite Situation, in welcher der Analyserahmen die Gefahr birgt, sich weit vom Untersuchungs-

¹⁵⁷ Vgl. ebenda, Seite 19; 20.

¹⁵⁸ Ebenda, Seite 20.

gegenstand zu entfernen, gerade weil es sein Anliegen ist, auch bei Detailuntersuchungen die Gesamtentwicklung nicht aus den Augen zu verlieren. Die Tatsache der Einflußnahme dieser Zusammenhänge auf das Unternehmen soll dabei nicht bestritten werden.

Wird ein Unternehmen im Netzwerk seiner Beziehungen untersucht, deren Dimensionen der Analyserahmen erfaßt, kann entweder das gesamte Netzwerk oder können gemäß erkenntnisleitender Fragestellungen nur einzelne Segmente und Beziehungsstränge beachtet werden. Es konnte aber gezeigt werden, daß die umfassende Analyse ihrer Komplexität wegen praktisch nicht umsetzbar ist. Möglicherweise ist gerade das der Verdienst des Analyserahmens: zu zeigen, daß die allumfassende Erforschung eines Unternehmens, inklusive der Verbindungen der Interaktionspartner untereinander, nicht möglich ist.

Einen spezifischen Vorteil gegenüber soziologischen Ansätzen sehen Florian Triebel und Jürgen Seidl darin, daß die Sphäre der kulturellen Einflußnahme zum Netzwerk gehört und nicht die Form von ‚Außeneinflüssen‘ hat, die an einer System- oder Feldgrenze erst umgeformt werden müssen.

2.4.3 Verlage als Wirtschaftsunternehmen – die Forderungen von Florian Triebel

Eine Anwendung des Analyserahmens legt Florian Triebel mit seiner Dissertation zur Geschichte des Eugen Diederichs Verlages zwischen 1930 und 1949¹⁵⁹ vor. In der einleitenden theoretischen Auseinandersetzung fordert er eine adäquate Beachtung betriebswirtschaftlicher Gesichtspunkte gemäß der Auffassung von Verlagen als Kultur- *und* Wirtschaftsunternehmen. Seine Fragestellungen zielen dabei auf das Verhältnis zwischen kaufmännischen Notwendigkeiten und „kulturidealistischem Impetus“¹⁶⁰ des Kulturverlages schlechthin sowie die Beziehungen des Unternehmens zu Staat und Gesellschaft. Keine Beachtung finden hingegen die Segmente der Verknüpfungen zu den Autoren und den Lesern.¹⁶¹

Seine Kritik gilt der Auffassung von Verlagen in ihrer historischen Betrachtung als „organisatorische Gebilde, die abgehoben von den Zwängen der (markt)wirtschaftlichen Gegebenheiten Bücher und/oder Zeitschriften erscheinen lassen“¹⁶². Einzelne Bemerkungen fielen nur in extremen Phasen des wirtschaftlichen Auf- oder Abstiegs des Verlages. Diese als

¹⁵⁹ Florian Triebel: Der Eugen Diederichs Verlag 1930–1949. Ein Unternehmen zwischen Kultur und Kalkül. München: C. H. Beck Verlag 2004.

¹⁶⁰ Ebenda. Seite 28.

¹⁶¹ Vgl. ebenda.

¹⁶² Florian Triebel: Theoretische Überlegungen zur Verlagsgeschichte. In: IASLonline. URL: http://www.iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/Triebel_Theorie.pdf (eingesehen am 2.4.2007). Seite 1.

„kulturorganisationelle[r]“¹⁶³ Ansatz bezeichnete Vorgehensweise erlebe in jüngerer Vergangenheit, vor allem im Rahmen einer Renaissance kulturwissenschaftlicher Forschungsparadigmen einen Aufschwung.¹⁶⁴ Als unangemessen muß diese Praxis bezeichnet werden, da Verlage schließlich in den meisten Fällen „als privatwirtschaftliche Unternehmen verfaßte Wirtschaftssubjekte [sind], die elementaren betriebswirtschaftlichen und kaufmännischen Grundsätzen unterliegen“¹⁶⁵ und dieser Tatsache in ihrer Analyse Rechnung zu tragen ist.

Die Ursachen für dieses Ungleichgewicht sieht Triebel zum einen in der häufig gerade für diesen Untersuchungsbereich sehr unbefriedigenden Quellsituation, aber auch in mangelnder Kenntnis und mangelndem Interesse der Autoren von Verlagsgeschichten an betriebswirtschaftlichen Untersuchungen. Dem kann man die Frage gegenüberstellen, wieso sich nicht mehr Unternehmenshistoriker mit der Geschichte von Verlagen beschäftigen. Wenn man dem Analyserahmen folgt, ist es legitim, bestimmte Segmente aus dem Beziehungsnetzwerk für eine Untersuchung herauszugreifen. Daß eine Schwerpunktsetzung der Forscher dann gemäß ihrer Fachgebiete erfolgt, scheint nicht verwunderlich. Zwar ist es demnach wünschenswert, daß sich mehr Forscher der wirtschaftsgeschichtlichen Analyse von Verlagen annehmen, die aus den entsprechenden Wissenschaftsbereichen stammen und versiert auf die entsprechenden Methoden zurückgreifen können. Trotzdem ist dem Argument Triebels zuzustimmen, daß Verlagsgeschichten der ökonomischen Entwicklung mehr Aufmerksamkeit schenken müssen – gemäß der grundsätzlichen doppelten Wertigkeit des Buches. Es kann mit dem Anspruch des Analyserahmens erklärt werden, daß dafür zu sorgen ist, die Gesamtentwicklung eines Unternehmens auch bei Detailuntersuchungen nicht aus dem Blickfeld rücken zu lassen.

Triebel führt mit seinen Überlegungen nachdrücklich vor Augen, daß eine Verlagsgeschichte nicht ohne die Beachtung wirtschaftlicher Aspekte und deren Wechselwirkungen mit den kulturellen Aspekten der Verlagsarbeit geschrieben werden kann. Entgegen seinen eigenen Forderungen nutzt er aber keine der Methoden der Unternehmensgeschichtsschreibung für die Untersuchung, für deren parallele Existenz er sich dezidiert ausspricht.¹⁶⁶

¹⁶³ Ebenda.

¹⁶⁴ Vgl. Stephan Füssel: Studien zur Verlagsgeschichte und Verlegertypologie der Goethe-Zeit. Seite 2.

¹⁶⁵ Florian Triebel: Theoretische Überlegungen zur Verlagsgeschichte. Seite 2.

¹⁶⁶ Vgl. ebenda, Seite 15; 16.

Nachdem im letzten Kapitel verschiedene methodische Zugänge zur Verlagsgeschichtsschreibung vorgestellt wurden, wird jetzt überprüft, inwieweit der Untersuchungsgegenstand ‚Verlag‘ in einem Modell darstellbar ist. Welche Arten von Modellen sind für die Verlagsgeschichte relevant und nach welchen Kriterien hätte ihre Synthese zu erfolgen? Würden die charakteristischen Inhalte der einzelnen vorgestellten Ansätze solch ein Modell füllen können? Zunächst scheint jedoch der Versuch sinnvoll, die Begriffe Methode, Modell und Theorie bezüglich ihrer wissenschaftlichen Verwendung voneinander abzugrenzen.

Die wissenschaftliche Methode bezeichnet ein Forschungsverfahren und somit die Art und Weise, wie der Erkenntnisfortschritt erfolgen soll. Der Erfolg der formulierten Handlungsanweisungen mißt die Qualität der Methode.¹⁶⁷ Ihre Anwendung auf einen Untersuchungsgegenstand ermöglicht die Entwicklung eines Modells, das den Gegenstand in seinen wesentlichen Eigenschaften oder detailliert darstellen kann. Obwohl das Modell unterschiedlich stark spezialisiert sein kann, ist seine grundlegende Funktion, auch sehr komplizierte Gegenstände oder Sachverhalte darstellbar zu machen. Dazu muß es die Komplexität des Untersuchungsgegenstandes reduzieren. Je nach Reduktionsgrad kann ein Modell nur einen konkreten Gegenstand beziehungsweise Sachverhalt repräsentieren oder eine unterschiedlich große Gruppe von Merkmalsträgern. Eine weitere Eigenschaft von Modellen betrifft die Art ihrer Darstellung, wobei grundlegend zwischen selbsterklärenden Modellen unterschieden wird und solchen, die einer Erläuterung bedürfen. Neben ihrer Funktion der Veranschaulichung von Gegenständen oder Prozessen können sie diese auch indizieren, variieren, optimieren und verifizieren, schließlich projektieren.¹⁶⁸ In der Praxis übernimmt das Modell meist mehrere der genannten Funktionen.

Die Entwicklung eines neuen Modells anhand eines konkreten Forschungszusammenhangs erfolgt in vier Abschnitten. In Phase eins wird anhand des Untersuchungsgegenstandes ein ‚Originalmodell‘ konzeptualisiert. Phase zwei ist durch das Ziel bestimmt, zusätzliche Informationen über das Modell zu gewinnen, was wiederum die Anwendung ganzer wissenschaftlicher Erkenntnisprozesse nach sich ziehen kann. Anschließend werden die so gewonnenen Erkenntnisse in das ‚Originalmodell‘ integriert und auf diese Weise überprüft. Dabei kann es notwendig werden, wieder die Prozesse der Phasen eins und zwei aufzunehmen. Phase

¹⁶⁷ Vgl. Arnd Mehrrens: Methode/Methodologie. In: Europäische Enzyklopädie zu Philosophie und Wissenschaften. Band 3. Hrsg. von Hans Jörg Sandkühler. Hamburg: Felix Meiner Verlag 1990. Seite 409.

¹⁶⁸ Vgl. Rolf Bernzen: Modell. In: Europäische Enzyklopädie zu Philosophie und Wissenschaften. Band 3. Hrsg. von Hans Jörg Sandkühler. Hamburg: Felix Meiner Verlag 1990. Seite 429.

vier ist durch die abschließende Überprüfung des entwickelten Modells am ursprünglichen Untersuchungsgegenstand gekennzeichnet.¹⁶⁹

Derart verifizierte Modelle können einerseits einen Beitrag zur Theoriebildung leisten und andererseits auf konkrete Problemlösungen einwirken. Letzteres unter anderem deshalb, weil sie einen Forschungsgegenstand abstrahieren und damit für eine Theorie (besser) anwendbar machen, da theoriebezogen weniger wichtige Merkmale ausgeblendet werden. Außerdem können Untersuchungsgegenstände, die mit Hilfe des gleichen Modells analysiert wurden, sehr gut miteinander verglichen werden, um übergeordnete Fragestellungen zu beantworten. Eine Theorie stellt schließlich am Ende des Erkenntnisprozesses ein durch Überlegungen gewonnenes „wissenschaftliches Lehrgebäude“¹⁷⁰ dar, das unabhängig von einer Methode und einem dezidierten Forschungsgegenstand existieren kann. In dieses Verständnis ist auch eine engere Sichtweise eingeschlossen, die einer Theorie die Funktion zuweist, durch empirische Forschung und abstraktes Denken gewonnene Sinnzusammenhänge zu vermitteln.¹⁷¹

Ein Modell für die Verlagsgeschichtsschreibung hätte zunächst die Funktion, den Verlag als Untersuchungsgegenstand zu strukturieren und alle Charakteristika darzustellen. Die zu analysierenden Teilbereiche entsprechen den im Kriterienkatalog zusammengestellten Perspektiven.¹⁷² Gegenüber einer Einteilung des Verlages nach Abteilungen hat das den Vorteil, sich nach Funktionen zu richten und damit auch kleine und junge Verlage beschreibbar zu machen. Denn gerade diese beiden Gruppen sind wegen unzureichender oder noch nicht abgeschlossener organisatorischer Differenzierung bei einem mit Abteilungen arbeitendem Modell nicht zu erfassen. Die den Perspektiven zugeordneten Abläufe finden aber statt und können mit dieser Strukturierung erfaßt werden. Statt der Bezeichnung ‚Perspektive‘ sollte ‚Aspekte‘ gewählt werden, was dem darstellenden Charakter mehr entspricht. Die Untersuchungsgegenstände der einzelnen Themenbereiche könnten ebenfalls in das Modell aufgenommen werden.

Da der Verlag kein abgeschlossenes System ist, hätte die nächste Ebene des Modells die Interaktion mit der Umwelt darzustellen, wofür prinzipiell der Analyserahmen von Florian Triebel und Jürgen Seidl geeignet ist. Es wurden bereits die Einschränkungen formuliert, daß eine Analyse der den Untersuchungsgegenstand nicht tangierenden Querverbindungen zwischen Elementen der Umwelt kaum möglich ist. Außerdem wurde kritisiert, daß eine Beeinflussung des

¹⁶⁹ Vgl. ebenda.

¹⁷⁰ Helmut Seiffert: Theorie. In: Handlexikon zur Wissenschaftstheorie. Hrsg. von Helmut Seiffert / Gerard Radnitzky. München: Ehrenwirth Verlag 1989. Seite 368.

¹⁷¹ Vgl. ebenda.

¹⁷² Nach dem von der Autorin anhand der Verlagsgeschichten von Piper [Edda Ziegler: 100 Jahre Piper. Die Geschichte eines Verlages. München / Zürich: Piper Verlag 2004.] und Hanser [Reinhard Wittmann: Der Carl Hanser Verlag 1928–2003. Eine Verlagsgeschichte. München / Wien: Carl Hanser Verlag 2005.] erarbeiteten Kriterienkatalog läßt sich das Verlagsgeschehen in die Gruppen der kulturellen, wirtschaftlichen, organisatorischen, semiotischen und biographischen Aspekte gliedern.

Unternehmens – in diesem Fall des Verlages – auf die Sphären der Kultur und der globalen Rahmenbedingungen nicht meßbar ist. Die Einflüsse an sich sollen aber keineswegs geleugnet werden. In die Betrachtungen einzubeziehen sind hingegen die Einflüsse von der Umweltsphäre Kultur und den globale Rahmenbedingungen *auf* den Verlag. Diese Voraussetzungssysteme, die den zeitgeschichtlichen Hintergrund der Verlagsentwicklung bilden, könnten das Modell nach außen begrenzen. Auch die innerste Umweltebene der Angebots- und Nachfragemärkte ist in die Analyse einzubeziehen, in diesem Fall auch die Wirkung des Verlages auf andere Elemente der Sphäre. Florian Triebel und Jürgen Seidl legen der Interaktions-Analyse das Beziehungsnetzwerk des Unternehmens zugrunde. Das ist eine schlüssige Festlegung, denn ohne Beziehungen (definiert als Kommunikation oder Warenströme) kann auch keine Interaktion stattfinden. Ein so skizziertes Verlagsmodell würde den Untersuchungsgegenstand strukturieren, aber weder ist damit die Entwicklung des Verlages nachvollziehbar, weil die zeitliche Komponente fehlt und deshalb nur eine Momentaufnahme gemacht wird, noch kann ein thematischer Schwerpunkt gesetzt werden.

Beispielsweise wären die aktuellen Verlagsgeschichten der Verlage Piper und Hanser mit diesem Modell erfaßbar, da sie keine spezielle Fragestellung verfolgen, sondern nur bestimmte Themenbereiche in den Vordergrund stellen. Bei Verwendung des Modells hätten die weniger oder nicht präsenten thematischen Aspekte mehr Beachtung gefunden und die Verlagsgeschichten ein vollständiges Abbild des Unternehmens geboten. Dafür hätte man das Modell aber um eine zeitliche Komponente erweitern oder Gesamtbilder der Verlage in den einzelnen für das Unternehmen wichtigen Epochen nachzeichnen müssen, deren Vergleich dann die Entwicklung verdeutlicht. Für Forschungsarbeiten, die sich grundsätzlich um die Beachtung der im Modell zusammengestellten Aspekte bemühten, könnte man schlußfolgern, daß zumindest die Materialsammlung alle relevanten Bereiche des Verlages berücksichtigt.

Ein prozeßorientiertes Modell der Verlagsgeschichtsschreibung ist ungleich schwerer zu konzipieren. Es müßte nicht nur den zeitlichen Verlauf darstellen können, sondern auch verschiedene Fragestellungen und Schwerpunktsetzungen berücksichtigen, deren Variantenreichtum kaum zu überblicken ist. Das wird bereits deutlich, wenn man die im zweiten Teil der Arbeit vorgestellten Ansätze versucht, im oben skizzierten Modell zu veranschaulichen und mit dessen Idealform vergleicht.

Ein Modell der systemtheoretischen Betrachtungsweise nach Georg Jäger bestünde hauptsächlich aus dem Verlag, sowie ansatzweise aus der kulturellen und wirtschaftlichen Umwelt. Methodisch wäre es aber legitim, noch weitere Systeme zur Interpenetrationszone hinzuzufügen, beispielsweise das der Politik. Nicht beachtet wird bei diesem Modell der zeitliche Verlauf. Stellt man Pierre Bourdieus Feldtheorie modellhaft dar, liegt der Fokus im Gegensatz zur

Systemtheorie auf den Außenbeziehungen des Verlages. Er wird im Netzwerk seines unmittelbaren, branchenspezifischen Umfeldes analysiert. Vorteilhaft wäre, daß Entwicklung und Veränderung ursächlicher Bestandteil dieses Modells sind. Schwieriger wäre es möglicherweise, die interne Perspektive des Verlages zu fassen und auch bei der Feldtheorie werden die Voraussetzungssysteme nur unzureichend beachtet. Sie kommen nur indirekt vor, indem sie die Gesellschaft beeinflussen, die für die Regeln des Feldes mitverantwortlich ist. Der Zugang von Doris Reimer rückt den biographischen Aspekt in den Vordergrund und behandelt die anderen Kriterien bezüglich ihrer Wirkung auf die Verlegerpersönlichkeit. Florian Triebel und Jürgen Seidl entsprechen mit ihrem Analyserahmen weitgehend dem Modell, was aus zwei Gründen nicht verwunderlich ist. Erstens haben sie ebenfalls vorrangig den Anspruch, die Komplexität des Untersuchungsgegenstandes aufzeigen zu wollen und zweitens orientiert sich das Modell – wie beschrieben – teilweise am Analyserahmen. Er weicht jedoch vom Modell mit seinem Anspruch ab, vorrangig die Außenperspektive betrachten zu wollen und die Innenperspektive zur besseren Erklärung der Außenbeziehungen zu nutzen.

Bis auf den Analyserahmen scheitern die vorgestellten Ansätze bereits an der Aufgabe, einen zu untersuchenden Verlag in seiner Komplexität zu erfassen und zu analysieren. Dafür bleiben der Analyserahmen und auch das vorgestellte Modell sehr vage, was sich aber als Kompromiß abzeichnen scheint. Die anderen Herangehensweisen rücken eine bestimmte Perspektive (außen/innen) oder einen bestimmten Aspekt (inhaltlich) in den Vordergrund. Schon diese drei Beispiele können (ungeachtet ihrer Methoden) nicht in einem einzigen Modell dargestellt werden. Es ist nicht möglich, alle Fragestellungen, die bei einer Verlagsgeschichte aus ganz unterschiedlichen Wissenschaften kommen können (mindestens aus denen, die der doppelten Wertigkeit des Buches entsprechen), in einem gemeinsamen Modell darzustellen, das ja nach seiner Definition der Veranschaulichung dienen soll.

Die Lektüre einer wissenschaftlichen Verlagsgeschichte ist von der Erwartung bestimmt, der Fragestellung entsprechend oder umfassend über die Entwicklung des Verlages informiert zu werden und diese Entwicklung vor dem zeitgeschichtlichen und branchenspezifischen Hintergrund eingeordnet zu finden. Außerdem wird eine Arbeit erwartet, deren Formalia denen wissenschaftlichen Arbeitens entsprechen. Grundvoraussetzung für die inhaltliche Bearbeitung ist die exakte Kenntnis der vorhandenen Quellen, die die Forschungsprojekte bestimmen. Wenn es zu einem Verlag – oder einen bestimmten ihn betreffenden Thema – keine Quellen gibt, kann eine Forschungsarbeit nicht gelingen. Verlagshistoriker finden sich nicht selten in der Situation, Quellenmaterial, das auch einer kritischen Überprüfung standhält, nur unzureichend zur Verfügung zu haben. Zum einen können Verlagsarchive, wenn sie überhaupt angelegt wurden, durch widrige Umstände verloren gegangen sein. Zum anderen können sie bei Verlagsteilungen, Verkäufen oder Umzügen abhanden gekommen sein.¹⁷³ Sind Archivalien vorhanden, handelt es sich schließlich meist überwiegend um Autorenkorrespondenzen und Materialien, die als kulturell wertvoll erachtet wurden. Für die Erforschung der betriebswirtschaftlichen Entwicklung eines Verlages notwendige Geschäftsunterlagen sind hingegen oft unterrepräsentiert. Das hängt auch mit dem historisch gewachsenen Verständnis zusammen, nach dem sich Verleger und ihre Unternehmen in der Rolle des Vermittlers kultureller Werte sahen und weniger als Wirtschaftsunternehmen.

Eine verlagshistorische „Darstellung hat sich nach den Quellen zu richten, was einen gewissen Methodenpluralismus und Wechsel der Perspektiven“¹⁷⁴ bedingt, formuliert Reinhard Wittmann und bringt damit zum Ausdruck, daß bei den Bemühungen um ein theoretisches Fundament der Verlagsgeschichtsschreibung der Bezug zur Praxis nicht verloren gehen darf. Forschungsarbeiten müssen mit der Quellenlage korrespondieren, wobei es zwei Möglichkeiten gibt, beide aufeinander abzustimmen. Entweder geht man von einer Fragestellung aus, sucht daraufhin nach Quellen und entscheidet dann, ob die Analyse gewinnbringend durchgeführt werden kann. Oder eine mögliche Fragestellung wird nach der gründlichen Quellenrecherche entwickelt, die es dann zu beweisen oder zu widerlegen gilt. Unerläßlich ist es in jedem Fall, alle möglichen Quellen hinzuzuziehen, vor allem wenn sie in einem Verlagsarchiv gesammelt vorliegen. Verlagsgeschichten dürfen nicht weiter darunter leiden, daß die Autoren aus Zeitmangel nicht alle

¹⁷³ Vgl. hierzu: Werner Volke: „Viel gerettet, viel verloren ...“ Vom Schicksal deutscher Verlagsarchive. In: Buchhandelsgeschichte. Aufsätze, Rezensionen und Berichte zur Geschichte des Buchwesens. Hrsg. von der Historischen Kommission des Börsenvereins. Heft 3, 1984. Frankfurt am Main und Leipzig: Buchhändler-Vereinigung GmbH 1984. Seite B81–B90.

¹⁷⁴ Reinhard Wittmann: Ein Verlag und seine Geschichte. Dreihundert Jahre J. B. Metzler Stuttgart. Seite 12.

Archivalien berücksichtigen können. Erst müssen die Archive systematisiert und katalogisiert werden, dann können die Arbeiten zu einer verlagshistorischen Publikation aufgenommen werden. Ganz pragmatisch bedeutet das, beim Verlag muß lange genug vor einem Jubiläum oder dem anvisierten Erscheinungstermin der Wunsch nach einer wissenschaftlichen Aufarbeitung seiner Geschichte feststehen.

Ebenfalls in seinem Vorwort der Metzler-Verlagsgeschichte charakterisiert Reinhard Wittmann ein Grundproblem der Verlagsgeschichtsschreibung dahingehend, daß es bisher (1982) zu wenige Materialgrundlagen gibt; also deskriptive Arbeiten, die die vorhandenen Quellen aufarbeiten.¹⁷⁵ Bevor das nicht in ausreichendem Maße geschehen ist, kann keine übergeordnete Forschung betrieben werden. Schließlich liegt erst dann genug Material vor, um übergeordnete Thesen der Verlagsgeschichtsschreibung widerlegen oder untermauern zu können. Das hätte aber zur Folge, daß die Überlegungen zu einer theoretisch-methodischen Fundierung des Fachs so lange überhaupt nicht weiterentwickelt werden können, bis nicht alle auffindbaren Quellen erforscht sind. Sinnvoller erscheint eine parallele Vorgehensweise, bei der eine umfassende Aufarbeitung der Quellen und ihre Beurteilung sowohl für den entsprechenden Verlag, als auch für die allgemeine Buchhandelsgeschichte erfolgt. Auf diese Weise wird auch die Entwicklung grundsätzlicher Paradigmen befördert, die gegebenenfalls korrigiert werden können und müssen. Hier kristallisieren sich drei Funktionen der Verlagsgeschichtsschreibung heraus, die gleichermaßen bedeutsam und voneinander abhängig sind: Aufarbeitung der Quellen. Auf dieser Basis erfolgt die Beurteilung eines konkreten Verlages und schließlich die Beantwortung übergeordneter buchhandelsgeschichtlicher Fragen im Themenspektrum vom Autor bis zum Leser.¹⁷⁶

Die im zweiten Teil untersuchten Ansätze zeigen im Ergebnis deutlich, daß der Verlag nicht als ein durch feste Grenzen bestimmter Gegenstand aufgefaßt werden kann. Der Realität entspricht es mehr, von einem dynamischen Beziehungsnetzwerk auszugehen, in dem Entscheidungen getroffen werden, die den Kompromiß zwischen kulturellen und wirtschaftlichen Kriterien markieren. Ein Buch hat zwei Wertigkeiten – das muß in den Forschungsarbeiten konsequenter zum Ausdruck kommen. Auch wenn die Fragestellung kulturelle Aspekte in den Mittelpunkt rückt, bleiben sie in jedem Fall von wirtschaftlichen Gegebenheiten beeinflusst. Von dieser Überlegung und dem in Teil vier der Arbeit beschriebenen Modell ausgehend, könnte der Verlag in der Darstellung auch grundsätzlich in die Sparten Kultur und Wirtschaft aufgeteilt und anschließend alle Aspekte unter beiden Prämissen betrachtet werden.

¹⁷⁵ Vgl. ebenda, Seite 10.

¹⁷⁶ Vgl. den Titel: Herbert G. Göpfert: Vom Autor zum Leser. Beiträge zur Geschichte des Buchwesens. München: Carl Hanser Verlag 1977.

Vergleicht man die in Teil zwei besprochenen Ansätze Systemtheorie, Feldtheorie und Analyserahmen fällt auf, daß sie unter verschiedenen Begriffen teilweise die gleichen Merkmale oder Eigenschaften des Verlages untersuchen. Zum Beispiel sind sich Feldtheorie und Analyserahmen darin gleich, daß sie den Verlag in seinem Beziehungsnetzwerk untersuchen; die Theorie des literarischen Feldes in seinem kulturellen und der Analyserahmen in allen Netzwerken. Feldtheorie und Systemtheorie arbeiten beide mit dem Spannungsfeld zwischen kulturell und wirtschaftlich intendierten Entscheidungen oder Merkmalen bezüglich der Buchherstellung. Zusätzlich gehen beide von vier nicht unähnlichen Werten aus, von denen die Untersuchungsgegenstände determiniert sind. Im System sind es die Interaktionsmedien Geld, Macht, Einfluß und kulturelle Wertbindung, denen im Feld die Einsätze wirtschaftliches, symbolisches, soziales und kulturelles Kapital gegenüberstehen. Eine Verbindung zwischen Systemtheorie und Analyserahmen bezieht sich auf die Beschreibung von Interaktionen als Kommunikation (und Warenströme im Sinne von Triebel/Seidl). Die übergeordnete Frage ist, ob bestimmte Bedeutungen operationalisierbar sind und sich – da ihre Relevanz anhand der Ansätze verifiziert werden kann – für eine übergeordnete Theorie der Verlagsgeschichtsschreibung zusammenstellen lassen.

An mehreren Stellen der Arbeit wurde die Komplexität des Forschungsgegenstandes dahingehend thematisiert, daß in jedem Fall mindestens zwei ganz unterschiedliche Bereiche berührt werden: Kultur und Wirtschaft. Außerdem können im Rahmen einer Verlagsgeschichte sozialwissenschaftliche, literaturwissenschaftliche oder juristische Fragestellungen verhandelt werden. Bei einem Wissenschaftsverlag kommen Themen aus den Bereichen der verlegten Publikationen hinzu. Daß auf dieser Grundlage ein allgemeines Modell für die Verlagsgeschichtsschreibung, mit dem alle Fragestellungen und Schwerpunktsetzungen darstellbar sind, nicht gefunden werden kann, wurde im vorigen Kapitel gezeigt. Aus diesem Zusammenhang folgt, daß es nicht möglich ist, eine allgemeine Methode oder Herangehensweise für alle verlagshistorischen Arbeiten festzulegen. Florian Triebel und Jürgen Seidl haben mit ihrem Vorschlag Recht, für die Beantwortung einer bestimmten Fragestellung eine Methode aus dem jeweiligen Fachgebiet zu nutzen. Aus welchem Grund sollte man nicht auf dezidierte und erprobte Methoden aus den einzelnen Wissenschaften zurückgreifen, wenn eine Fragestellung aus dem Gebiet zu beantworten ist? Ebenfalls gegen eine universelle Methode der Verlagsgeschichtsschreibung spricht, daß sie, könnte sie konzeptualisiert werden, ihrerseits sehr komplex wäre. Nicht selten würde ein Großteil ihrer Instrumente für eine Verlagsgeschichte unter einer bestimmten Fragestellung (vermutlich) nicht eingesetzt werden. Aus den genannten Gründen stellt sich grundsätzlich die Frage, warum für die wissenschaftliche Verlagsgeschichtsschreibung eine neue, integrierende, dann aber zwangsläufig weniger präzise Methode entwickelt werden soll.

Die Analyse hat gezeigt, daß eine solche Methode in der Praxis nicht umzusetzen ist – die Auswahl der Methode für eine Verlagsgeschichte muß sich nach der Fragestellung richten.

Ungeklärt bleibt bei dieser Vorgehensweise zunächst, wie in der Situation zu verfahren ist, wenn mehrere Fragestellungen aus verschiedenen Wissenschaften für die Forschungsarbeit relevant sind. Nicht akzeptabel ist die Anwendung mehrerer wissenschaftlicher Methoden für eine Untersuchung. Reflektiert man dieses Problem weiter, kann oben beschriebenes Vorgehen für eine Verlagsgeschichte zunächst doch nicht in Frage kommen, da mit Kultur und Wirtschaft in jedem Fall zwei wissenschaftliche Gebiete involviert sind. In der Praxis ist es jedoch möglich, eine Methode für Fragestellungen aus einer bestimmten Wissenschaft heranzuziehen, für die sie nicht explizit entwickelt wurde. Außerdem gibt es Methoden, die keinem speziellen Fach zugeordnet sind. Schließlich haben die Beispiele von Systemtheorie und Feldtheorie gezeigt, daß wissenschaftliche Methoden auch gerade für interdisziplinäre Forschungsansätze entwickelt wurden.

Der grundsätzliche Vorteil, eine bestimmte Methode anzuwenden, liegt in ihrer Eigenschaft, bei der Strukturierung und Analyse des Quellenmaterials zu helfen. Es ist daher zu vermuten, daß ihre Verwendung um so sinnvoller wird, je umfangreicher die Quellen sind. Ein Beispiel dafür ist die Untersuchung über die Hanseatische Verlagsanstalt während der Zeit des Nationalsozialismus von Siegfried Lokatis.¹⁷⁷ In der Situation, sehr umfangreiches Material zur Verfügung zu haben, entscheidet er sich für eine systemtheoretische Betrachtungsweise wegen ihrer Eigenschaft, die Komplexität des Untersuchungsgegenstandes durch doppelte Kontingenz zu reduzieren – die Methode wurde passend zu Quellensituation gewählt.

Der wichtigste Schritt, um die Überlegungen zu einem Modell oder einer Methode der Verlagsgeschichtsschreibung voranzubringen, ist ein engagierter Fachdiskurs. Zwar existiert mit dem Diskussionsforum ‚Geschichtsschreibung des Buchhandels‘ in IASLonline eine Möglichkeit zum Austausch, sie wird aber nicht dafür genutzt. Die einzelnen Artikel gehen nicht aufeinander ein und werden auch nicht kommentiert oder diskutiert. Institutionell beschäftigt sich in Deutschland derzeit nur die Historische Kommission des Börsenvereins – neben anderen Themen – mit der Problematik der Verlagsgeschichte. Die Kommission nutzt ihrerseits das Forum nicht, um Überlegungen oder Ergebnisse zur Diskussion zu stellen.

Bei ihrer weiteren Entwicklung mittels Institutionalisierung und Aufnahme eines Forschungsdiskurses könnte es für die Verlagsgeschichtsschreibung gewinnbringend sein, mehr Augenmerk auf die Unternehmensgeschichtsschreibung zu legen. Hatte letztere bis vor einigen Jahrzehnten die gleichen strukturellen Probleme und noch vor wenigen Jahren kaum ein theoretisches Gerüst, hat sich heute ein prosperierender Forschungszweig entwickelt. Diese Vorgänge und vor allem

¹⁷⁷ Vgl. Siegfried Lokatis: Die Hanseatische Verlagsanstalt. Seite 8.

die Theoriediskussion des allgemeineren Fachs sollten von der Verlagsgeschichtsschreibung beachtet werden – denn Verlage sind Unternehmen. Einerseits ist es möglich, daß die Verlagsgeschichte Ansätze, Methoden und Theorien der Unternehmensgeschichte in die eigene Forschungsdiskussion integriert. Oder sie setzt an dem Punkt ein, an dem sich der Diskurs in der Unternehmensgeschichtsschreibung derzeit befindet. Nämlich bei der grundsätzlichen Überlegung, ob eine eigene, universelle Methode überhaupt zu detaillierten Forschungsergebnissen führen kann.