

Von links: Buchcover aus dem Detektiv Club Verlag (1952), eines rororo-Bands bei Rowohlt (1950), aus dem Goldmann Verlag (1954), aus der Reihe des Verlegers Alfons Bürger (1953) und der Roten Reihe im Verlag Walter H. Schmitz (1959)

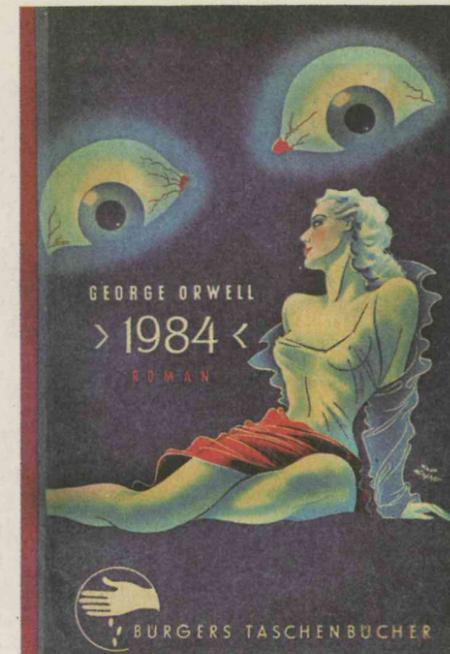
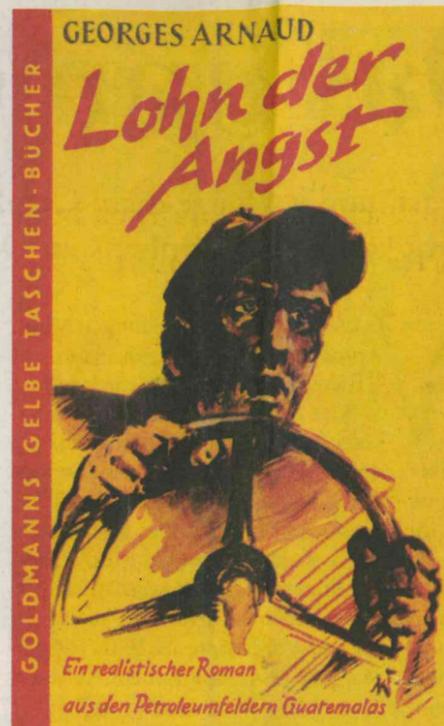


Abb. (v.l.): Detektiv Club, Rowohlt, Goldmann, Bürger, Schmitz

# Lauter, bunter, überraschender

Taschenbücher stillten den geistigen Hunger der Nachkriegszeit. Zwei prachtvoll bebilderte Bände dokumentieren die prägende Ästhetik ihrer Umschläge **VON MICHAEL NAUMANN**

BUCHKUNST

Der ehemalige saarländische Ministerpräsident und Bundesminister Reinhard Klimmt sammelt Bücher. Anscheinend alle. Zum Beispiel alle deutschsprachigen Taschenbücher, die nach Kriegsende bis in die sechziger Jahre erschienen sind. Sein Wohnhaus musste vor einiger Zeit statisch ertüchtigt werden. Dem Possessivcharakter dieser schönen privaten Leidenschaft, den er selbst mit obsessiver Lektüre während seiner frühen Schulzeit erklärt, können wir jetzt dankbar sein; denn zusammen mit dem Erfurter Professor für Kommunikationssoziologie Patrick Rössler dokumentiert er unter dem Titel *Reihenweise* die Umschlag-Geschichte der gesamten deutschsprachigen Taschenbücher und ihrer Gestalter zwischen 1946 und 1960 in zwei schwerewichtigen Bänden.

Der erste dieser ganz und gar prachtvollen vierfarbigen Bände würdigt auf 544 Seiten mit exemplarischen Abbildungen die Grafiker, Maler und Schriftschneider, die in jenen Jahren ihre Künste in den Dienst der Verlage und Buchhändler stellten. Der zweite Band bildet auf 391 Seiten rund 5000 exemplarische Umschlagseiten von 140 deutschsprachigen Taschenbuch-

reihen ab – vom Arena-Taschenbuch über die Courts-Mahler-Taschenbuch-Reihe bis zum Zebra-Buch. Es gibt sie fast alle nicht mehr.

Für die Großeltern der E-Book-Generation öffnet sich ein herzerwärmender Blick auf die billigen Bücher der Nachkriegsjahre – von Graham Greene über Ernest Hemingway bis Heinrich Böll, auf Schriften über- und unterschätzter Schriftsteller und internationaler Gelehrter, die den Wirtschaftswunderjahren ein neues geistiges Fundament bescherten, das in den vorangegangenen »Tausend Jahren« planmäßig abgetragen worden war. Die Auflagen der Taschenbücher (zumeist im Format 11 mal 18 Zentimeter), die nicht selten in die Millionen gingen, bezeugen den geistigen Hunger nach Aufklärung, literarischer Qualität und Unterhaltung einer ganzen Nation – die DDR inklusive –, die allzu lange unter der verdummenden Fuchtel der Reichsschrifttumskammer gestanden hatte.

Als Heinrich-Maria Ledig-Rowohlt (und nicht sein Vater Ernst) 1950 nach einem Besuch in den USA die Idee des Paperbacks nach Deutschland holte und seine rororo-Reihen startete, »befreite er die Literatur aus der weihvollen Atmosphäre der Leinen-, Halb- und Ganzleiderbände« (Reinhard Klimmt). Der

Widerstand in den Buchhandlungen und im Feuilleton war unüberhörbar. Die billigen Bücher für eine Mark und ein paar Pfennige glichen einer Fahrradklingel in einer Beethoven-Sonate: frech, unerhört und geradezu pöbelhaft. Der junge Hans Magnus Enzensberger beklagte den Verlust des buchhändlerischen Vermittlungsgesprächs: »Der Einband wird zur normierten Verpackung.« Nicht Vernunft bestimme den Kauf, sondern der Reiz des Umschlagbilds. Der rasante Umsatz beruhigte dann allerdings die kulturpessimistischen Gemüter.

Doch die beiden Bände wollen nicht als literatur-, sondern als gestaltungshistorische Dokumentation verstanden werden. Sie sind, da sie sich auf die Umschlagillustrationen der Bücher beschränken, eine schier einmalige Darstellung deutscher Geschmacksgeschichte. Nicht wenige der Grafiker standen in der handwerklichen Tradition der Weimarer Republik – andere beherrschten die aufdringlichen, schmissigen Design-Techniken der nachfolgenden Propaganda-Ära.

Eine immer noch zu schreibende Ästhetik-Geschichte des gesellschaftlichen Geschmacks wird auf kommerzielle Aspekte nicht verzichten können, im Gegenteil. Der eigentliche Auftrag eines illus-

trierten Buchumschlags ist es, Kaufinteresse zu wecken. Dass er zugleich auf gleichsam magische Weise den Inhalt des Buches abbilden sollte, ist der Kunst des Illustrators vorbehalten. Ob feinsinnig symbolisch oder krass verkitscht – die Palette der Möglichkeiten und Fehlschläge pflegte die Vertretersitzungen in den Verlagen mit ausreichendem Diskussionsstoff zu versorgen. Dabei ist es geblieben.

Reinhard Klimmt/  
Patrick Rössler: Reihenweise. Die Taschenbücher der 1950er Jahre und ihre Gestalter; Achilla Presse, Butjadingen/Hamburg/Saarbrücken 2016; 935 S., 249,- €



Die ersten Taschenbuchverlage der Nachkriegszeit, ob Rowohlt oder List, Fischer, Ullstein und Goldmann und später auch dtv, kaprizierten sich auf wiedererkennbare grafische und illustrative Handschriften: Sie beschäftigten Umschlagkünstler wie zum Beispiel die rororo-Illustratoren Karl Gröning und Gisela Pferdenges, die Hunderte Umschläge gestalteten – im Falle von Gröning bis zum Nervenzusammenbruch nach dem 500. rororo-Buch.

Es zählt zum besonderen Verdienst der beiden Herausgeber, dass sie die Biografien dieser Buchkünstler aus der Anonymität ihrer Arbeit holen. Sie alle hatten vorzügliche Ausbildungen an Kunstakademien und Fachhochschulen genossen, ihre typog-

grafischen Kenntnisse beruhten noch nicht auf computergestützten Schrifttypen, sondern erlaubten ihnen nicht selten, eigene kalligrafische Schriftzüge zu entwerfen und einzusetzen. Der bildnerische Reichtum, aber auch die knalligen Farben der Unterhaltungsliteratur jener Jahre stehen in deutlichem Kontrast zur Gegenwart der vergleichsweise zurückhaltenden Umschlaggestaltung des Buchgeschäfts. Deren Herkunft aus den Bildbearbeitungsprogrammen ist unübersehbar. Alles sehr schön. Aber eben nicht mehr handgemacht.

*Reihenweise* zeigt wie ein Museumsbesuch: Früher war gewiss nicht alles besser, aber auf alle Fälle lauter, bunter und überraschender. »Hier sind wir!«, schienen die Umschläge jener Jahre zu rufen. »Wir sind schön, wir sind einmalig, und wer uns kauft, wird es nicht bereuen.« So trafen die Künste auf den Kommerz. Heute nennt man diese erhoffte Begegnung in den Verlagen »Marketing«, und die Vertriebsleiter haben meistens das letzte Wort, während die gedruckten Taschenbücher peu à peu vom Markt verschwinden werden. Schade, sagen die Herausgeber dieser zwei nostalgischen und zugleich belehrenden Bände, und schade sagt auch dieser Rezensent.

Michael Naumann leitete von 1985 bis 1995 die Rowohlt Verlage und war von 2001 bis 2004 Chefredakteur der ZEIT