Wie Bücher wirken

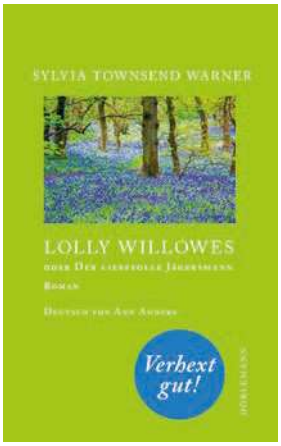
Farbe und Frische – Dörlemann Verlag

Seitdem es Schaufenster gibt, in denen die Ware zur Ansicht ausgestellt wird, was irgendwann im Laufe des 19. Jahrhunderts begann, gibt es auch aufwändig gestaltete Schutzumschläge. Damit etablierten sich zugleich in den Verlagen und Buchhandlungen sogenannte Coverdiskussionen. Gemeinhin ist damit die äußere Ansicht des Buches gemeint, unabhängig davon, ob es einen Schutzumschlag gibt oder nicht. Eine unter Umständen lange Debatte, bei der sehr individuelle Leseeindrücke mit höchst allgemeinen Verkaufserwartungen in Einklang zu bringen sind und an deren Ende leider dann doch niemand beweisen kann, ob Erfolg oder Misserfolg des Buches in irgendeinem Zusammenhang zum Cover stehen.

Die Bedeutung des Schaufensters, dessen Wirkung als Verkaufshilfe im Laufe der letzten Jahrzehnte etwas zurückging, hat nun gerade kurzfristig wieder zugenommen. Mit den zunehmenden Ladenflächen waren Schaufenster mehr und mehr obsolet geworden. Im Lockdown, einer Zeit, in der Buchhandlungen von ihren Kunden nicht betreten werden können, übernimmt das Schaufenster neben dem Internetauftritt der Buchhandlung, der telefonischen Beratung, ausliegenden Leseproben und Prospekten zum Mitnehmen wieder eine wichtige Funktion.

Auch wird das Schaufenster seit dem letzten Jahr wieder ziemlich vollgeräumt, was bis in die 1960er Jahre übliche Praxis war, bis solches Viel-ist-gut als unkultiviert und gestalterisch unbeholfen in Verruf kam. Ob die neuerliche Bedeutung des Schaufensters für Buchhandlungen nach dem Lockdown anhält, bleibt allerdings abzuwarten.

Der Dörlemann Verlag verzichtet bei den hier in den Blick genommenen Büchern auf den Schutzumschlag. Verzichtet der Verlag dadurch auch auf die Inaugenscheinnahme von der Straße aus? Bleibt ihm etwa dadurch die herausgehobene Wahrnehmung im Schaufenster versagt?



Keineswegs, denn wo der Verlag auf der einen Seite auf eine weithin sichtbare Bildsprache und Typographie verzichtet, langt er auf der anderen Seite gezielt und hervorragend wahrnehmbar zu: bei der Farbe.

Im Schaufenster leuchten die Bände des Dörlemann Verlags aus der Vielzahl der angebotenen Bücher heraus. Von diesen Farben fühlt man sich gelegentlich wie von einem Farbbeutel getroffen. Ein Farbeindruck mithin, der anhält und den man mitnimmt und sofort wiedererkennt. Diese Wiedererkennbarkeit ist eine bedeutende Leistung der Bücher, für die das Marketing sonst viel Geld und Zeit aufwenden muss.

Wiedererkennbarkeit ist die eigentliche und zentrale Wirkung guten Marketings. Ob nun im Schaufenster, in der Zeitungsbeilage oder bei Instagram, das Marketing des bloßen Zeigens macht die Bücher sichtbar, zum Teil eben auch nur darum, dass sie wiedererkannt werden können. Was aber im Umfeld ansonsten unbekannter Dinge wieder erkannt wird, erwirkt beim Betrachter ein kleines Glücksgefühl durch schiere Orientierung. In der Buchhandlung äußert sich das bekanntlich allein schon in der beiläufigen Mitteilung des Kunden, dass man etwas schon kennt, davon gehört oder gelesen hat. Um diesen Effekt wissen all die, die Bücher nie nur im Schaufenster, sondern auch immer anhand weiterer Exemplare im Laden zeigen – zum Wiedererkennen.

Wer an die Bücher des Dörlemann Verlags dann näher herantritt, entdeckt zu-

nächst das Einbandschild, das sich von der Farbfläche deutlich abhebt und in einer Blindprägung eingelassen ist. Warum? Wäre es direkt auf das Leinen aufgebracht, würden sich rasch Reibespuren an ihm einstellen oder das Bild könnte einreißen. Hier herrscht an allen Exemplaren immer präzise Abmessung und beanstandungslose Genauigkeit in der Ausführung. Alle Bücher aus dem Dörlemann Verlag zeichnen sich durch diese makellose Verarbeitung des Materials aus.

Die Bücher des Dörlemann Verlags erscheinen als Ganzleinenband mit einer Klebebindung. Bei allen Büchern sind Vorsatzpapier, Kapitalband, Zeichenband und die Prägung auf die dominierende Farbe des Leinens fein abgestimmt.

Die Maße des beschnittenen Buchblocks sind stets 117 x 190 mm. Das Papier ist für alle Bücher 90 g/m2, Munkenpremium, cream, holzfrei und geglättet. Die Schrift außen wie innen ist die gut lesbare Caslon.

Jean Staffords *Die Berglöwin* ist in ein Leinen der Farbe Kiwi gebunden. Als Vor- und Nachsatz kommt gelblichweißes, geripptes Papier zum Einsatz, passend zum Titel – das erlaubt man sich hier – mit Tatzen geschmückt. Kapitalband, Leseband und Prägung sind in magenta gehalten.

Bei Claude Anets *Ariane. Liebe am Nachmittag* wurde für den Bezug die Farbe Orchidee gewählt. Die Prägung auf dem Buch ist wie Kapitalband und Leseband pink. Das Vorsatzpapier ist kräftiges purpur. Das Bild, ein glänzend ausgeführter Bilderdruck, zeigt Audrey Hepburn aus einer Verfilmung dieses Romans, womit hier alle Fragen zur gewählten Farbgebung beantwortet sind.

In dem Roman *Lolly Willowes oder Der liebevolle Jägersmann* von Sylvia Townsend Warner liegt die Farbgebung mit maigrünem Duchesse-Leinen nahe. Vor- und Nachsatz sind mittelblau, das sich im aufgeklebten Schild findet, wie auch das Lila von Kapitalband und Zeichenband.

Elizabeth Taylors *Mrs Palfrey im Claremont* ist das letzte Buch dieser Reihe, die die dunklen Cover von Iwan Bunin und anderen hier unberücksichtigt lässt. Das Bezugsleinen der Taylor ist, wie bei allen bisherigen Ausgaben der Autorin bei Dörlemann, limette. Das gerippte Vor- und Nachsatzpapier ist wieder mit einem Motiv versehen, dem titelgebenden Claremont-Hotel. Das Kapitalband ist hellgrün und das Leseband goldgelb gehalten. Die dunkelgrüne Prägung auf dem Buch folgt beim Titel dem runden Buchschild.

Ein Verlag, der wie der Dörlemann Verlag, Bücher aus der Vergangenheit der 1920er bis 1950er Jahre wieder ins Bewusstsein hebt, entdeckt diese zugleich als die Texte, die auch heute noch zu uns sprechen. Wir erkennen uns in ihnen wieder, im jugendlichen Bewusstsein in der *Berglöwin*, in der Selbstbehauptung der Heldin in *Ariane*, in dem Willen zu Eigenständigkeit in *Lolly Willowes* und schließlich in den Widrigkeiten des Älterwerdens in *Mrs Palfrey*. Wiedererkennen ist also auch eine zentrale Leistung des Romans, Wiedererkennen im Fremden. Eine neue Gegenwärtigkeit des längst Vergangenen, die die frischen und leuchtenden Farben der Bücher in Kiwi, Mai-grün, Orchidee und Limette schon im Schaufenster versprechen.

Dass diese erneuerte Vergegenwärtigung nur in Neuübersetzungen geht, versteht sich dann fast von selbst. So verwundert auch nicht, dass zwischen dem Dörlemann Verlag und seinen Übersetzerinnen und Übersetzern eine besondere Verbindung besteht, sind diese doch alle, Kristian Wachinger, Ann Anders, Adelheid und Jürgen Dormagen und Bettina Abarbanell auf dem Einband der jeweiligen Bücher aufgeführt und gewürdigt. Die Sorgfalt, die sich am Buch in der Verarbeitung des Materials zeigt, zeigt sich nicht weniger beeindruckend am Text.

Alle Bücher sind mit Leinen bezogen, das dafür sorgt, dass der gerundete Rücken der Bücher trocken und angenehm warm in der Hand liegt. Ein Eindruck, den ein Schutzumschlag, vom visuellen Eindruck der Dörlemann-Bücher mal ganz abgesehen, verhindern würde. Leinen, das im taktilen Eindruck die Mitte hält zwischen irritierender Grobheit und weicher Überfeinerung – eine Wechselseitigkeit von Text und Textur.

Michael Schikowski arbeitet als freier Verlagsvertreter, u.a. auch für den Dörlemann Verlag. Die bislang erschienenen Folgen von „Wie Bücher wirken“ können unter www.immerschoensachlich.de nachgelesen werden.

edition momente

Liebe Buchhändlerin,
lieber Buchhändler,

vielleicht haben auch Sie es gelesen: Auf die *BuchMarkt*-Frage *Wann werden Sie mit dem Schreiben aufhören?* antwortete die 94-jährige Sybil Gräfin Schönfeldt: *Nie!* Und während sie nun am *Literarischen Küchenkalender 2022* arbeitet, wünscht sie sich von Ihnen, dass Sie ihr *Kochbuch für meine liebste Freundin* neben die Kasse legen …

104 S./ Geb.
Leseband
€ 18,–
978-3-0360-6004-0

60 Bl./ € 20,–
978-3-0360-4022-6

Es grüßen herzlich
Ihre edition momente
Verlegerinnen
Elisabeth Raabe und
Regina Vitali

Unser Vertreterteam
ist am Telefon …

www.edition-momente.com