

SONDERDRUCK

Non Fiktion

Arsenal der anderen Gattungen

Herausgegeben von
David Oels, Stephan Porombka, Erhard Schütz

1. Jahrgang 2006

Heft 1

Die Popularität des Sachbuchs

Redaktion:

Elisa Dolores Karcher, Kaspar Renner, Kai Splittgerber
www.non-fiktion.de

Beirat:

Prof. Dr. Stephen Brockmann (Carnegy Mellon), Prof. Dr. Gundolf S. Freyermuth (Köln), Prof. Dr. Hans-Otto Hügel (Hildesheim), Prof. Dr. Manfred Krifka (Berlin), Christoph Links (Berlin), Michael Schikowski (Köln), Prof. Dr. Claudia Stockinger (Göttingen), Dr. Matthias Uhl (Siegen)

Umschlagbild:

Zeichnung von W. Goertzen, aus „Der Termitenstaat“ von Wilhelm Bölsche, Franckh'sche Verlagsanstalt, 1931

Non Fiktion erscheint zweimal im Jahr.

Das Jahresabonnement kostet 25,00 € (inkl. Versand).

Das Einzelheft kostet 19,00 € (inkl. Versand).

Copyright © bei den Autoren.

Anfragen für Abdruckgenehmigungen sind an den Verlag zu richten.

Bestelladresse:

WEIDLER Buchverlag Berlin, Postfach 21 03 15, D-10503 Berlin

Telephon: +49-30/394 86 68, Fax: +49-30/394 86 98

Email: weidler_verlag@yahoo.de, Internet: www.weidler-verlag.de

Printed in Germany

ISSN 1862-9563

Inhalt

DAVID OELS, STEPHAN POROMBKA, ERHARD SCHÜTZ: Editorial zur ersten Ausgabe	5
--	---

Die Popularität des Sachbuchs

ANDREAS W. DAUM: Auf der Suche nach dem verlorenen Autor. Das Sachbuch und seine Verfasser im 19. Jahrhundert	11
GEORG EICHINGER: Der Kosmos so groß und der Mensch – ach – so klein. Bruno H. Bürgels volkstümliche Himmelskunde <i>Aus fernen Welten</i>	23
DAVID OELS: C.W. Ceram plant <i>rowohlts deutsche enzyklopädie</i> . Ein Fundstück	33
MICHAEL SCHIKOWSKI: Geschrieben und verkauft. Das Sachbuch und sein Markt. Einige Anmerkungen	47
STEPHAN POROMBKA: Wie man ein (verdammt gutes) Sachbuch schreibt.....	61

Interview

Eine Frage der inneren Haltung. Ein Werkstattgespräch mit STEFAN KLEIN	83
---	----

Kleine Beiträge

SAFIA AZZOUNI: Wilhelm Bölsche und die poetischen Grundlagen naturwissenschaftlichen Popularisierens.....	93
JENS DEHNING (Rowohlt Berlin): „Schluss mit lustig: Simplify your Life“. Was der Sachbuchlektor planen kann. Und was er für den Zufall tut	99

<i>Die Autoren</i>	103
--------------------------	-----

Geschrieben und verkauft

Das Sachbuch und sein Markt. Einige Anmerkungen

1

Als die Welt der Bücher noch hundert Jahre jünger war, hatten alle Veröffentlichungen schärfer umrissene Formen als heute. Unter anderem deshalb fällt es so schwer, aus den vielen Neuerscheinungen, ohne Rückgriff auf die Vergangenheit, so genannte populäre Sachbücher herauszulesen. Zweifelsfrei gilt: Sachbücher sind Langtexte – alles Weitere ist umstritten. Gelingt der kritische und wissenschaftliche Zugang zu kritischen und wissenschaftlichen Texten in der Regel ohne Bezug auf Paratexte, gelingt dies beim populären Sachbuch genau nicht. Das populäre Sachbuch ist ein konkretes und absichtsvoll gestaltetes Produkt, das sich nicht allein darüber bestimmen lässt, wie es geschrieben ist. Das populäre Sachbuch ist ein ebenso gemachtes wie verkauftes Produkt. Aus dieser Perspektive, von seinem Ende in der Tragetasche her, wird das populäre Sachbuch hier eingehender beschrieben. Denn die Popularität eines Sachbuchs kann vier unterschiedliche Aspekte meinen: die bloße Bekanntheit eines Titels, seine Verständlichkeit, seinen Verbreitungsgrad und seine Verkäuflichkeit. Die Verkäuflichkeit ist es, die allein empirisch nachweisbar ist: Die „Gesellschaft für Konsumforschung“ (GfK) bietet dem Handel Listen mit Hochrechnungen über den Abverkauf der Bücher. Und aus dem Verkauf ergeben sich die meisten Folgerungen über Bekanntheit, Verständlichkeit und Verbreitung eines Buchs.

2

Was ein populäres Sachbuch ist, erschließt sich also nicht durch ein mit Signatur versehenes Bibliotheksexemplar. Das populäre Sachbuch findet sich als Bücherstapel am Eingang einer Buchhandlung, es findet sich auf der Bestsellerliste und in einer Kurzbesprechung der Tageszeitung. Bücher, die nicht im Stapel liegen, die auf so genannten Bestenlisten erscheinen, die sich als Einzelstück in der dritten Etage großer Buchhandlungen befinden, die im Feuilleton besprochen werden, sind natürlich auch Sachbücher. Aber andere, eben nicht populäre.

In der Buchhandlung werden Sachbücher unter der Regalüberschrift *Zeitgeschichte/Politik, Biographie, Geschichte, Wirtschaft* oder, wie nur noch selten, undifferenziert unter *Sachbücher* eingestellt. Die grundlegende Warengruppenstatistik des Buchhandels teilt Bücher ab 2007 in vermutlich neun Warengruppen ein: Belletristik, Kinder- und Jugendbücher, Reise, Ratgeber, Geisteswissenschaften/Kunst/Musik, Naturwis-

senschaften/Medizin/Informatik/Technik, Sozialwissenschaften/Recht/Wirtschaft, Schule/Lernen und ... Sachbuch! Das Bestreben solcher Vereinheitlichung verdankt sich vor allem dem Ziel, Vergleichbarkeit herzustellen in den Umsatzstatistiken der Buchhandlungen – unter anderem auch für die bereits erwähnte GfK. Eine Buchhandlung mit 300 m² Verkaufsfläche teilt ihre Regale ungefähr so ein: Bestseller, Belletristik (gebunden), Taschenbuch, Geschenkbuch, Heimat, Klassiker, Geschichte/Zeitgeschehen/Sachbuch, Kochbuch, Hobby/Garten, Ratgeber/Psychologie/Gesundheit, Kinderbuch, non-book, Reise, Schulbuch, Nachschlagewerke. Von daher betrachtet sind Sachbücher keine bloße Non-Fiction, sondern präzise platzierte Titel, irgendwo zwischen Klassikern und Kochbuch.

3

Für die großartige und für Anregungen unerschöpfliche *Literaturgeschichte* von Kindler, die sich in einem Band mit der deutschsprachigen Sachliteratur beschäftigte, ist so ziemlich alles, was nicht Belletristik ist, ein Sachbuch. So wird im Philosophiekapitel von Karl-Heinz Nusser zwar Heideggers *Sein und Zeit* erwähnt.¹ Ludwig Marcuses *Aus den Papieren eines bejahrten Philosophiestudenten* (List Verlag 1964), der in diesem gesamten Werk lediglich als Biograph vorkommt, und Wilhelm Weischedels *Philosophische Hintertreppe* (Nymphenburger Verlag 1966) bleiben jedoch unerwähnt. Unpräzise ist der Begriff „Sachliteratur“, der ja Essays mit einschließen müsste, die allerdings fehlen, sofern sie nicht in Buchform erschienen sind.

Die wichtigsten Kriterien, die darüber entscheiden, ob eine Publikation ein populäres Sachbuch ist oder nicht, ergeben sich aus der verlegerischen Praxis, die sich weitestgehend, aber nicht immer und überall den buchhändlerischen und medialen Vermarktungsmöglichkeiten für populäre Sachbücher anpasst. Das bedeutet, dass Sachbücher für einen konkreten Markt und die darüber berichtenden Medien hergestellt werden. Klar ist, dass Sachbücher dann auch als solche erkannt werden müssen. Woran also erkennt man das populäre Sachbuch?

Zu den ganz äußerlichen Kennzeichen des Sachbuchs gehören die Gestaltung des Umschlags, Typographie und Satzspiegel, der Anteil an Abbildungen und das Format. Beim Format entfällt eine große Anzahl an Titeln, die durch ihr Hochformat schlicht nicht in die vom Buchhändler für Sachbücher vorgesehenen Regale passen. Gegenbeispiele, die es trotzdem bis auf die Sachbuch-Bestsellerlisten geschafft haben, helfen, diese Regel gut zu belegen. Ein berühmtes Gegenbeispiel ist Humboldts *Kosmos* im Folio-Format in der Neuauflage von Eichborn (2004). Auch

der Anteil an Abbildungen darf nicht zu groß sein. Als Gegenbeispiel kann hier Ecos *Geschichte der Schönheit* (Hanser 2004) gelten.

Zu diesen ganz äußerlichen Kriterien kommen der Verbreitungsgrad, das Verlagsprofil und das Marketing, welches das Sachbuch auf den Markt begleitet; und natürlich auch die Textsorte.

Der Text des Sachbuchs ist das Ergebnis eines langwierigen und komplizierten Produktionsprozesses, an dem mehr Leute als nur der Autor beteiligt sind. Der Autorenname auf dem Umschlag eines Sachbuchs, die Interviews, die er gibt, die Auftritte im Fernsehen, die er absolviert, die Besprechungen, die sich ihm widmen, legen nahe, das Sachbuch als das Werk eines Autors aufzufassen. All dies, auch die Fiktion dieser Autorschaft gehört schon zum Marketing des Verlags.

Bis auf die Textsorte liegen die genannten Kriterien alle außerhalb der germanistischen Forschung. Womit z.T. auch beantwortet wäre, warum es, wie David Oels in einem Aufsatz gefragt hat, keine genuin germanistische Sachbuchforschung gibt.² Der gesamte zwischen Verlagen, Buchhandlungen, Feuilleton, Fernsehen und Öffentlichkeit ausgehandelte Bereich des populären Sachbuchs ist vermutlich nur interdisziplinär angemessen zu beschreiben.

Das Sachbuch fiel besonders leicht durch den Wahrnehmungsrost der Wissenschaftsdisziplinen, die gerade an den Rändern auf Trennschärfe zu den um Aufmerksamkeit und Geld konkurrierenden Nachbardisziplinen achten müssen. Wer sich bei der Beschäftigung mit dem Sachbuch im Bereich der Germanistik, Buchwissenschaft, Journalistik, Medientheorie und Wissenssoziologie zugleich aufhält, der riskiert – in Zeiten zunehmender Konzentration auf das Kerngeschäft und deutlicher Mittelbeschränkung – wissenschaftlich und persönlich übergangen zu werden. Da war man gut beraten, der Biographie – bis sich in den siebziger Jahren die Schriftsteller dieser Gattung zuwandten – wie Rosmarie Zeller schreibt, „ein Schattendasein im Bereich der Trivalliteratur“³ zuzuweisen. All dies hat auch mit der Reputation, dem Aufmerksamkeitswert, der Kapitalisierungsmöglichkeit und dem scheinbaren Erkenntniswert von belletristischer Literatur zu tun. Also damit, dass belletristische Literatur mehr Anerkennung erfährt und daher, im Falle des Erfolgs, ungleich höhere Einnahmen verspricht. Hinzu kommt schließlich der unausrottbare, aber schöne Betrug vom vorgeblichen Nutzen des Romanlesens. Wohingegen ein trotziges „Sachbuchleser sind auch Leser“ der Bibliothekarin Katrin Hecht sich auf den ersten Blick als in sich widersprüchliche Mitteilung liest. Das Schattendasein des Sachbuchs hat mit dem problematischen Verhältnis zu tun, das vor allem Buchhändlerinnen zu den im Sachbuch behandelten Bereichen haben: Technik, Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und Naturwissenschaft. Buchhändlerinnen – also mehr als zwei Drittel des Verkaufspersonals! – lesen wie ihre Kundin-

nen auch Sachtexte; gegenüber Sachtexten schätzen sie die Lektüre von Fiktion aber deutlich höher ein.⁴

Die anerkannt praktischen und nützlichen Wissensbereiche der Wirtschaft und Technik ändern offensichtlich nichts daran, dass man durch fiktionale Literatur einen privilegierten Zugang zur Wirklichkeit zu besitzen meint. Darum sind Sachbuch-Bestseller, wie Dava Sobels *Längengrad* (Berlin Verlag 1996) unter anderem auch deshalb erfolgreich, weil sie als Autorin eines in der Belletristik besonders erfolgreichen Verlags und mit einer belletristischen Umschlaggestaltung sich der Sympathie der absoluten Meisterinnen des Verkaufens, der Buchhändlerinnen in den Belletristikabteilungen, sicher sein konnten. So zeigt C.H. Beck Ursula Naumanns *Euphrat Queen* (2006) nicht nur in der Sachbuch-, sondern auch in der Belletristik-Vorschau an.

Kein Wunder, dass der Vorschautext nichts von dem enthält, was Meyers Taschenlexikon als konstitutiv für ein Sachbuch angibt. Das Sachbuch, so heißt es dort, sei eine „Publikation, die neue Fakten und Erkenntnisse auf wissenschaftlichem, politischem, sozialem, kulturellem oder kulturhistorischem Gebiet in meist populärer und leicht verständlicher Form darbietet.“⁵ Die Einschränkung auf „neue Fakten und Erkenntnisse“ in dieser Bestimmung ist problematisch, lassen sich doch Publikationen finden, deren Erkenntnisse entweder einer nicht anerkannten Wissenschaft wie der Parapsychologie entstammen oder deren Wissenschaft nicht anerkannte Erkenntnisse hervorbringt, wie die Besuche Außerirdischer.

Veröffentlichungen, die sich zur Esoterik zählen, haben es als die schwarzen Schafe des Sachbuchs doppelt schwer. Sie enthalten inakzeptable Thesen und lohnen darum vermeintlich auch nicht eine eingehendere Analyse als populäres Sachbuch. Außerdem, so die verbreitete und vermutlich falsche Annahme, nehmen Esoterik-Leser alles für bare Münze. Weit wahrscheinlicher ist jedoch, dass sie Esoterik nicht wie populäre Sachbücher im engeren Sinne, sondern wie Unterhaltungsromane lesen.

4

Also, so die Konsequenz, muss man noch allgemeiner ansetzen: Das Sachbuch enthält Wissen unter den Bedingungen der Moderne, deren wesentliche Elemente um 1900 ausgebildet waren.⁶ Diese Bedingungen der Moderne bringen nicht nur das Sachbuch, sondern viele weitere neue Medien der Wissensspeicherung und Wissensverbreitung hervor. In der Moderne entsteht ein grundsätzlich neues Verhältnis zum Wissen. Überall, sowohl bei der Speicherung, als auch beim Zugang und der Auswahl dessen, was gewusst werden soll, revolutioniert die Moderne das Verhältnis zum Wissen. Die Speicherung wird flexibilisiert, der Zugang

wird demokratisiert und die Auswahl wird nivelliert. Die Austragungsorte dieser umkämpften Entwicklung sind: Bibliotheken, Universitäten, Schulen, Redaktionen, Parlamente, Buchhandlungen und Verlagshäuser.

Mit dem Sachbuch gewinnt die Moderne ein Medium hinzu, das die Lücke zwischen der kurzfristigen Zeitung und dem langfristigen Fachbuch füllt. Die Stationen dieser Entwicklung sind die Bibliothek, der heimische Bücherschrank und das Internet.

Mit dem Sachbuch erleichtert die Moderne den Zugang zum Wissen. In der schrittweisen Verbilligung vom Leineneinband bis hin zur *ro-wohlt-enzyklopädie* wird das Sachbuch erschwinglich. In der Herabsetzung der intellektuellen Voraussetzungen im populären Sachbuch wird Wissen zugänglich. Auf diese Weise ist die Geschichte des Sachbuchs ganz selbstverständlich in die Geschichte des Zugangs zum Wissen – vom Arbeiterbildungsverein und Volksbüchereien des 19. Jahrhunderts über Radio und Fernsehen bis zum Internet – eingebunden.

Mit dem Sachbuch wird die Dominanz des Wissens als „Bildung“ (also von dem, was wer wissen muss) schon durch schiere Fülle fragwürdig und im Laufe vieler Einzelgefechte ad acta gelegt. Mit Manfred Fuhrmann kann man kurz und klaglos feststellen: „Bildung ist kein schichtenspezifischer Standard mehr.“⁷ Der Bildung sind die Gebildeten abhanden gekommen. Bildung ist ohne den Gebildeten keine Bildung. Wie Bildung immer auch an eine bestimmte Kultur des Vortrags, der Darbietung und, im Falle gerade des *guten* Buchs, der Ausstattung gebunden war, verändert sie sich zu Wissen, wenn all dies wegfällt. „Die Bedeutung der Gedanken von Kant, Hegel, Nietzsche und den Dichtern für den Einzelnen steht im umgekehrten Verhältnis zur Zahl der jeweils auf den Markt geworfenen Exemplare ihrer Schriften.“⁸

Die Ausweitung dessen, was gewusst wird, bedeutet, dass nun auch längst abgelegte Ideen, aberwitzige Ideologien, verstaubte Rechtsvorstellungen, Magie und Aberglaube, Alltagswissen in der Geschichte des Wissens Platz finden. So meint Peter Burke, dass es buchstäblich nichts mehr gibt, was nicht Gegenstand einer Kulturgeschichte werden könnte,⁹ wie Tilman Allerts Buch zur Geschichte des erhobenen Arms *Der deutsche Gruß* (Eichborn 2005) beweist.

Der Anteil an Sachbüchern zu eben dieser populären Debatte der Nivellierung der Auswahl dessen, was gewusst werden soll, ist groß. Sachbücher sind paradoxe Gebilde, die der Nivellierung als auf den „Markt geworfene Exemplare“ Vorschub leisten und sie zugleich eben darin kulturkritisch reflektieren. Einer der Herausgeber des seit 1964 nützlichen *Fischer Weltalmanach*, Hanswilhelm Haefs, tritt 1989 bei dtv als Autor des *Handbuchs des nutzlosen Wissens* hervor. Ein Buch, das von Verlag und Buchhandel zunächst unter *Humor* rubriziert wurde. Daran schließt sich bei Eichborn ein neuer Typ von Wissen an, der zum titelge-

benden Reizwort einer ganzen Reihe von Büchern wird, der populäre Irrtum, an deren Anfang Walter Krämers und Götz Tenklers *Lexikon der populären Irrtümer* (Eichborn 1996) stand.

5

Offensichtlich sind Bindung und Umschlaggestaltung eines Buchs auch Aussagen über den jeweiligen Text. Solche greifbaren Attribute „gewichtiger“ und „opulent“ ausgestatteter Bücher sind nicht weniger bedeutend als die Formen und Stilelemente des Textes selbst. Mit den architektonischen Konventionen und buchstäblichen Versatzstücken klassischer Baukunst wertete der Historismus Fassaden, Bahnhöfe und Brücken auf und verdeckte zugleich modernste Technik.

So bedienen sich schon die frühen Technikschriftsteller Max Eyth und Max Maria von Weber literarischer Konventionen und Formen, um ihrem vermeintlich niedrigen Gegenstand, der Technik, höhere Weihen zu verschaffen.¹⁰ In der Novelle *Berufstragik* schreibt Eyth, dass „die technische Geschichte des Unternehmens auch im einzelnen den Tatsachen entsprechend erzählt“¹¹ wird. Die Strategien der Autoren, für ihre Sachbücher Plausibilität und Authentizität zu erzeugen, haben sich nur wenig geändert. Immer noch entleihen populäre Darstellungen aus dem Bereich der Technik die Formen und Stilelemente der fiktionalen Literatur und Ausstattungselemente der Ausgaben klassischer Literatur. So wird mittels Leseband, Leineneinband oder Lederrücken, feinem Vorsatzpapier und dem Gestaltungsmerkmal der demonstrativen Verschwendung (Veblen), durch Typographie und Satzspiegel möglichst viel Fläche pro Seite unbedruckt zu lassen, die „Bedeutung der Gedanken“ deutlich gemacht. Ein Trend, den vor Jahren die *Andere Bibliothek* erkannte: Sie vermarktete nicht nur einen namhaften Herausgeber, Hans-Magnus Enzensberger, sondern zugleich den Aspekt der Herstellung der Reihe durch und mit Franz Greno. Auf den unfeinen Unterschied zum Wirtschaftssachbuch, das auf diese Ausstattungselemente in der Regel verzichten kann, soll hier nur am Rande verwiesen sein. Der Begriff des Sachbuchs enthält, wie das Fachbuch, mit dem zweiten Wortteil diese materiale Seite, nämlich das -buch. Das bedeutet, dass das Sachbuch – im Gegensatz zum Gedicht – in der Regel auch an eine ganz bestimmte Publikationsform gebunden ist oder war, wenn man die Möglichkeiten des Hörbuchs und der E-Books hinzuzieht.

In der Herstellung des Verlags ist man damit befasst, ein populäres Sachbuch von außen sofort erkennbar zu machen. Diese bloß äußerlichen Kennzeichen des Sachbuchs werden nicht vom Hersteller allein bestimmt. Sie werden vielmehr aufgrund von im Lektorat und Marketing getroffenen Vorentscheidungen, einen Titel aus dem geplanten Programm

als so genannten Spitzentitel des Sachbuchprogramms zu vermarkten, gewählt und abgestimmt.

In der Idee des populären Sachbuchs ist der Anspruch auf einen möglichst hohen Verbreitungsgrad schon enthalten. Anders gewendet kann man auch sagen, dass es kaum ein wichtigeres und den Erfolg stärker beeinflussendes Kriterium für ein Sachbuch gibt als den schieren Erfolg, der sich in Bestsellerlisten dokumentiert. Listen entlasten uns von den Mühen der Einzelwahrnehmung. Sie entfalten aufschiebende Wirkungen. Sie vermitteln Prioritäten. Der Erfolg des Sachbuchs durch Listung und die Listung des Sachbuchs durch den Erfolg ist ein sich verstärkender Zirkel, der irgendwann durch Marktsättigung oder Überdross der Marktteilnehmer in sich zusammenbricht. Dabei erreicht inzwischen die Liste selbst als Strukturprinzip das populäre Sachbuch in Form von *Schotts Sammelurium* (Bloomsbury 2004). Hier stehen dann, dies als Nachtrag zum Verhältnis von Bildung und Wissen, die zwölf Arbeiten des Herkules gleichberechtigt neben den diversen Mordmethoden der Miss-Marple-Romane.

6

Für den Buchhandel ist das Verlagsprofil ein wichtiges Kriterium für die Zuordnung eines Buches in den Bereich des populären Sachbuchs. Man stößt hier seit Beginn der Bestsellerlisten in den sechziger Jahren immer wieder auf dieselben Verlage. Eine Übersicht nach konzerngebundenen und freien Verlagen sieht dann so aus: Bonnier Media Holding (Piper, Econ, Propyläen, Ullstein), Aufbau, C.H. Beck, Campus, Eichborn, Europa, Hanser, Herder, Hoffmann & Campe, Holtzbrinck-Gruppe (Droemer, S. Fischer, Kiepenheuer & Witsch, Rowohlt und Rowohlt Berlin, Scherz), Klett-Cotta, Kunstmann, Murmann Verlag, Random House (Berlin, Blessing, C. Bertelsmann, Deutsche Verlagsanstalt, Siedler).

Titel aus diesen Häusern verstärken also allein vom Verlagsprofil her die Tendenz, eine Neuerscheinung als populäres Sachbuch aufzufassen. Der Buchhändler stellt es bei Anlieferung vom Verlagsprofil (aber nicht allein von diesem) her in das Regal zu den Sachbüchern. Egal, was der Buchhändler von einem Titel weiß, ein Buch aus dem Suhrkamp-Verlag, der im Bereich der Non-Fiction-Literatur als wissenschaftlicher Verlag gilt, wird selten in einem Sachbuchregal zu finden sein. Nicht anders werden die Titel von C.H. Beck und Hanser eher dem wissenschaftlichen Sachbuch zugeordnet. Weitere Verlage wie Primus, Böhlau, Wallstein und Hamburger Edition geraten nicht einmal in die Nähe populärer Sachbücher. Der Rezensent einer regionalen Tageszeitung bespricht eine Neuerscheinung allein durch die objektivierende Marktmacht dieser zum Teil beeindruckend traditionsreichen Verlage als populäres Sachbuch.

Im Feuilleton der *Süddeutschen Zeitung*, *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, *Zeit* etc. werden populäre Sachbücher schon seltener besprochen, dann aber deutlich als „populär“ apostrophiert.

7

Das Marketing des Sachbuchs ist die Summe der Arbeit der Vertriebsmitarbeiter, der Verlagswerbung, der Herstellung, des Lektorats, der Presseabteilung mit dem Autor. Das Produkt, das sie abliefern, wird vom Verlag als Sachbuch vermarktet. Man könnte auch umgekehrt formulieren: Das Marketing fordert Autoren, Lektoren und Hersteller dazu auf, das abzuliefern, was von Buchhändlern, Rezensenten und Lesern als populäres Sachbuch auf Anhieb erkannt wird.

Dabei wird schnell klar, dass im Marketing Texte für spezifische Kundengruppen verpackt werden. Zur Verpackung zählen: Gestaltung und Klappentext, der Titel, die Autorenvita, die Verlagsvorschau und das Briefing der Verlagsvertreter. Alles Maßnahmen, Mitteilungen und Beschreibungen, die das Sachbuch möglichst zielgenau in der Sachbuchabteilung des Buchhandels platzieren helfen. Diese Platzierung im Handel in ausreichender Anzahl setzt eine möglichst genaue Positionierung des Sachbuchs im Konkurrenzumfeld voraus. Dies ist die Arbeit der Abteilungen Lektorat, Vertrieb und Marketing eines Verlags. Die Positionierung innerhalb der immer als Überangebot empfundenen Vielfalt an Sachbüchern gelingt nur, wenn das Buch in der Titelgebung und Umschlaggestaltung zusammenstimmt. Wenn es dann noch gelingt, das Sachbuch in drei Sätzen zu beschreiben, zumeist in Hinsicht dessen, was neu an ihm ist, gelingt auch die Platzierung in der Buchhandlung. In der Regel sind Buchhändlerinnen aufmerksame und gute Leserinnen der Verlagsvorschauen, in denen der Verlag die Gestaltung und Beschreibung des Buchs veröffentlicht. In Zeiten des Überangebots kehren sich die Verhältnisse gerne um, sodass Buchhändler jeden Widerspruch des Titels mit seiner Beschreibung, jede Unachtsamkeit in der Gestaltung, jeden Zweifel an der „Neuheit“ damit bestrafen, dass das Buch nicht eingekauft wird. Da bleibt nur noch der Besuch des Verlagsvertreters als Korrektiv. Der verspricht einen passenderen Umschlag, einen neuen Titel. Nicht anders als beim Roman ist es aber die echte Begeisterung über das Buch, die den Einkäufern eine Entscheidungshilfe gibt.

8

Diese hier vorgelegten Versuche der Bestimmung des Sachbuchs aus der Perspektive der Verlage und Buchhandlungen sollen nicht zum Dogma erhoben werden. Sie geben vielmehr den Blick frei auf eine komplexe

Publikationsform, die widersprechenden Prinzipien folgt, uneinheitlichen Selbstaussagen der Autoren unterliegt und grundverschiedene Aufgaben übertragen bekommt.

In der Betrachtung des Sachbuchs und seiner Geschichte sollte man sich der Flexibilität seines Gegenstands immer gewachsen zeigen. Dass dabei manches ungeklärt und nicht zugeordnet bleibt, ist hinnehmbar. Einige Vorläufer des Sachbuchs bleiben leider zu oft unberücksichtigt. Darunter zunächst die Klassiker Ludwig Büchners *Kraft und Stoff* (1855), Aaron Bernsteins *Naturwissenschaftliche Volksbücher* (1867f.) und Ernst Haeckels *Welträtsel* (1899). Bücher, die der Wissenschaftsgeschichte, dem Fachbuch also, einverleibt wurden und damit einer Sachbuchgeschichte entzogen scheinen. Im Kern sind es vermutlich der Darwinismus und der Sozialismus, die als erste Theorien der Natur und Gesellschaft den Anspruch auf Allgemeinverständlichkeit erhoben und auch einlösten. Dann sind es vor allem Langbehns *Rembrandt als Erzieher* (1890), Chamberlains *Die Grundlagen des XIX. Jahrhunderts* (1898), Spenglers *Der Untergang des Abendlandes* (1918), Rosenbergs *Mythus des 20. Jahrhunderts* (1930) und, horrible dictu, Hitlers *Mein Kampf* (1925), deren Zugehörigkeit zum populären Sachbuch zumindest geprüft werden müsste.

Haeckel und vor allem Spengler wurden von der Bildungselite nobilitiert und gegen ihren eigenen Massenerfolg als Solitäre verteidigt. Das ist ein Verfahren, das bis heute angewendet wird und den Massenerfolg als Missverständnis der vielen umdeuten will. Andere Titel werden inzwischen von ihrer früheren Bagatellisierung abgerückt und aufgewertet. Das Sachbuch beobachtet sich bereits selbst. So greift Volker Weidemann zur Verteidigung seiner deutschen Literaturgeschichte *Lichtjahre* (Kiepenheuer 2006) in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* nicht nur auf das komplette Arsenal der Topoi des populären Zugangs zur Sache zurück, sondern beruft sich auf Klabunds *Literaturgeschichte in einer Stunde* von 1922.¹² Zunehmend werden inzwischen Sachbücher publiziert, die in ihrer Sekundärliteratur ausschließlich populäre Sachbücher anführen. Der Blick in das Literaturverzeichnis mancher Sachbuchneuerscheinung liest sich wie die Bestsellerliste der letzten fünf Jahre. Aber es sind zugleich ja diejenigen fleißige Sachbuchleser, die in ihren fiktionalen Texten auf die politischen und technischen Entwicklungen reagieren: die Dichter. Es wäre eine eingehende Untersuchung wert, inwiefern gerade die Dichter des 20. Jahrhunderts aus der Lektüre populärer Sachbücher ihr Wissen und vor allem ihre Überzeugungen über Naturwissenschaft und Technik, Wirtschaft und Politik schöpften. Die Ergebnisse wären vielleicht nicht weniger interessant als die von Sandra Pott, die Rainer Maria Rilkes Auseinandersetzung mit Spenglers *Untergang des Abendlandes* unlängst nachgegangen ist.¹³ Welche unsachgemäßen, weil

unkritisch übernommenen Begriffe aus populären und ungenannt gebliebenen Sachbüchern – von Unschärferelation und Quantensprung bis Genmanipulation – mögen sich im Metaphernvorrat der deutschen Dichter angesammelt und transformiert haben?

9

Die Geschichten des populären Sachbuchs sind in aller Regel Erfolgsgeschichten. Erfolgsgeschichten kommen ohne das feindliche gesellschaftliche Umfeld, das auf seinem Herrschaftswissen beharrt und den Erfolg des vermeintlich erweiterten Wissens zu verhindern sucht, nicht aus. Eine Dramaturgie des Erfolgs ist ohne akademischen Widerstand, ohne neidisches Umfeld und verständnislose Beobachter kaum denkbar. Die Stilisierung der Helden des Sachbuchs folgt den Erzählmustern, die Künstlernovellen, Bildungsromane und Familienromane reichlich zur Verfügung stellen. Die Strukturen nicht bloß wissenschaftlicher, sondern auch wirtschaftlicher und technischer Revolutionen folgen diesem Schema. Umgekehrt formuliert: Die Sachbuchautoren finden bei ihrer Recherche genau diese Bestandteile, die ihnen die Vermutung nahe legen, dass hier eine spannende Geschichte „drin“ steckt. Und doch genießen sie nicht die Anerkennung eines Dichters, denn das Anschaulichmachen von Strukturen an Lebensläufen, von Prozessen an Entscheidungen und die Erklärung von Sachverhalten durch eine erlebnisnahe Geschichte ist gerade durch die Behauptung, sich an der Wirklichkeit zu orientieren, wie dies Max Eyth, der oben bereits zitiert wurde, so treuherzig schreibt, Literatur zweiter Klasse. Ihr fehlt schlicht das Bewusstsein, dass auch Non-Fiction eine Fiktion ist.

Werner Graf wertete 300 Lektüreautobiographien von Studierenden unterschiedlicher Hochschulen und Studiengänge aus. Dabei ist er überrascht, „wie massiv, geradezu schematisch sich die Figur des Genrewechsels von der Lektüre fiktionaler Texte zum Sachbuch bei männlichen Jugendlichen Geltung verschafft“.¹⁴

Das präferierte Genre verspricht Nähe zur faktischen Wirklichkeit, letztlich resultiert die Sachtextpräferenz aus der Anlehnung des männlichen Identitätsentwurfs an eine kaum problematisierte bzw. reflektierte, auf Technik und Ökonomie zentrierte Realitätsauffassung. Diese positivistische Gesinnung verwirft pauschal Fiktionales, Konzepte ‚erfundener Wahrheit‘ oder ästhetischer Evidenz sind nicht zugänglich. Fiktionales irritiert den ‚Wirklichkeitssinn‘.¹⁵

Die Trennlinie zwischen Roman und populären Sachbüchern, zwischen den Lektoraten der Verlage, zwischen den Abteilungen der Buchhandlungen verläuft daher auch zwischen den Geschlechtern. Das populäre Sachbuch der Bereiche Geschichte und Wirtschaft vor allem bietet dem

Mann Informationen über die Regeln, nach denen die Wirklichkeit funktioniert. Die Geschichte großer Männer, eine Form von Biographik, die die phantasierende Auseinandersetzung mit der Macht ermöglicht, die Geschichten alter Kulturen, deren vormoderne Unterkomplexität die Fragen der Macht etwas übersichtlicher gestaltet, sind besonders von Männern nachgefragte Literatur. Das Verstehen ihrer Wirklichkeit dient Männern dazu, Chancen und Risiken ihrer Arbeitswelt zu kontrollieren und herauszubekommen, mit welcher Strategie sie in dieser besser zurechtkommen. Paradoxerweise sind diese Bücher gerade bei Wirtschaftstiteln voller „Geschichten“ aus der „Praxis“, deren vermeintliche Nichtfiktionalität sie gerade konstituieren.

10

Wie lange das Sachbuch noch Erfolgsgeschichten zu schreiben vermag, bleibt abzuwarten. Inzwischen haben auch das Fernsehen und populäre Magazine diese Funktion übernommen. Und Sachbücher zur Fernsehserie oder Artikelserie bilden nun eine Form der Zweitverwertung. Nicht anders haben sich die Museen heute zu Orten gewandelt, in denen Wissen spielerisch, unterhaltsam und anschaulich vermittelt wird.

In Herbert Wendts *Ich suchte Adam* (Grote 1953) müssen die in „Museen, Naturalienkabinetten und Bibliotheken“ liegenden Ausstellungsstücke noch durch seine Darstellung lebendig gemacht werden. Für das von Wendt behandelte Thema gibt es jetzt beispielsweise ein hochmodernes und interaktives Museum, das 1996 eröffnete Neandertalmuseum in Düsseldorf.

Ein großer Anteil dessen, was sich am Sachbuchmarkt als Thema durchsetzt, hat in Zeitschriften schon einige Aufmerksamkeit erhalten. Gelegentlich gehen aus solchen Themen erfolgreiche Sachbücher hervor. Manchmal folgt der Veröffentlichung eine Berichterstattung, die wesentlich aus einem neuen Sachbuch stammt, wie zuletzt Werner Siefers und Christian Webers Titelgeschichte *Die Suche nach dem Ich* (Focus 6/2006) der Veröffentlichung *Ich* (Campus 2006). Diese Entwicklungen haben mittelfristig das Sachbuch nicht verdrängen können. Im Gegenteil, sie stimulieren den Markt positiv, insofern zur Fernsehserie und zum Ausstellungsevent populäre Buchversionen und so genannte Begleitbücher erscheinen, die es, wie zuletzt Gisela Graichens *Deutsche Kolonien* (Ullstein 2005), auf die Bestsellerlisten schaffen.

An erlebnisorientierter Darstellung der Sachen ist also kein Mangel. Von bilderreichen Zeitschriftenartikeln, dramatischen Nachstellungen historischer Augenblicke im Fernsehen, Verlebendigung der Naturwissenschaft an Ort und Stelle bis hin zum Nacherleben buchstäblich am eigenen Leibe, wird jede lebensnahe Darstellung des populären Sachbuchs

leicht überboten. Warum es dann noch Sachbücher gibt und geben wird, kann man vielleicht nur so beantworten: Die „Erlebnisgesellschaft“ (Gerhard Schulze) hält im Sachbuch ihre allzu flüchtigen Erlebnisse fest.

11

Gegenüber den aktuellen Neuerscheinungen haben ältere Sachbücher, wie eingangs bemerkt, noch schärfer umrissene Formen. Was ein Sachbuch ist oder nicht ist, kann an Bruno H. Bürgels und Albert Einsteins Büchern gezeigt werden.¹⁶ Bürgels über viele Jahrzehnte erfolgreiches Buch *Aus fernen Welten* erschien 1910 mit dem Untertitel *Eine volkstümliche Himmelskunde* bei Ullstein. Bürgel selbst schreibt: „Das Buch ist breiten Massen des werktätigen Volkes gewidmet, und absolut volkstümlich sollte es sein, denn es soll Menschen fesseln und anregen, die ein hartes Tagewerk hinter sich haben.“¹⁷

Bürgels Lebensgeschichte als Stiefsohn eines Schusters und begabter Schriftsteller, der seinen Förderer in dem Astronomen Wilhelm Meyer findet, ist vom Erfolg seiner *Himmelskunde* nicht zu trennen. Die Widmung an Wilhelm Meyer, das Vorwort und schließlich Bürgels autobiographische Schrift *Vom Arbeiter zum Astronomen* von 1919 bilden die Paratexte des Buchs. Bei Bürgel erfüllen sie die Aufgabe, den Anspruch des Textes auf eine wirklich volkstümliche Darstellungsweise glaubhaft zu untermauern. Das öffentliche Interesse an der Astronomie wurde vom Halleyschen Kometen von 1910, über den Bürgel ebenfalls ein Buch veröffentlichte, und der Tatsache, dass sich bei der Sonnenfinsternis vom 30. Mai 1919 einige Schlüsse der allgemeinen Relativitätstheorie Einsteins bestätigen ließen, neu belebt.

Albert Einsteins Schrift *Über die spezielle und allgemeine Relativitätstheorie* (Vieweg, Braunschweig 1917) wird auch durch den Zusatz *Gemeinverständlich* im Untertitel kein Sachbuch im engeren Sinne. Einstein weist zwar im Vorwort darauf hin, dass man „ohne den mathematischen Apparat“ auskomme, schreibt dann aber: „Die Lektüre setzt etwa Maturitätsbildung und – trotz der Kürze des Büchleins – ziemlich viel Geduld und Willenskraft beim Leser voraus.“¹⁸

Im Gegensatz zu Bürgel schränkt Einstein seine Zielgruppe also deutlich auf Leser mit Hochschulqualifikation ein. Während Einstein aber Informationen aus erster Hand bieten kann, stapelt Bürgel bewusst tief, insofern er selbst sich als Beispiel dafür vorstellt, wie man auch als Arbeiter in Bereiche vordringen kann, die eigentlich nur den Wissenschaftlern vorbehalten sind. Diese Spannung zwischen Information aus erster Hand durch den Wissenschaftler Einstein und der aufbereiteten Darbietung durch den Wissenschaftsjournalisten Bürgel begleitet das populäre Sachbuch bis heute. Dabei sind Rollenwechsel vom Journalisten zum

Wissenschaftler und vom Wissenschaftler, der so verständlich schreibt wie ein guter Journalist, die Vexierspiele ihrer Vermarktung. Und als solche werden sie weiterhin in ihrer Vita, die ihnen die Verlage schreiben, wie schon weiland bei Rowohlt und Econ C.W. Ceram, Werner Keller und Rudolf Pörtner, allemal als Wissenschaftler verkauft.¹⁹ Zumal Journalisten ungern Bücher von allzu erfolgreichen Kollegen besprechen, halten die Verlage damit gerne hinterm Berge.

Auch Einstein war ein Leser populärer Sachbücher. Leser nicht von Fontenelle und Voltaire, die Walter Wetzels anführt.²⁰ Sondern Leser des populären Sachbuchs seiner Jugendzeit, Leser von Büchern, die auch ein Autor einer populären und sehr erfolgreichen Biographie Einsteins, Jürgen Neffe, kennt und nennt. Es sind: Wilhelm von Humboldt, Ludwig Büchner und Aaron Bernstein.²¹ Darin möge ein Autor vielleicht eine Geschichte entdecken, die endlich einmal erzählt werden müsste. Die Geschichte vom Beginn eines Forscherlebens, einer wissenschaftlichen Karriere, die mit der begeisternden Lektüre eines inzwischen längst vergessenen populären Sachbuchs begann, bei dem, wenn er es wieder einmal zur Hand nimmt, ihm auch heute noch das Herz aufgeht.

-
- 1 Vgl. Karl-Heinz Nusser: Sachliteratur zur Philosophie und Soziologie, in: Kindlers Literaturgeschichte der Gegenwart. Deutschsprachige Sachliteratur, hrsg. v. Rudolf Radler, München/Zürich 1978, S. 38-94.
 - 2 Vgl. David Oels: Wissen und Unterhaltung im Sachbuch, oder: Warum es keine germanistische Sachbuchforschung gibt und wie eine solche aussehen könnte, in: Zeitschrift für Germanistik, Neue Folge XV - 1/2005, S. 8-27.
 - 3 Rosmarie Zeller: Biographie und Roman. Zur literarischen Biographie der siebziger Jahre, in: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik, hrsg. v. Helmut Kreuzer, Jg. 10/1980, H. 40 (Sachliteratur), S. 107-126.
 - 4 Werner Graf: Zur Sachtextpreferenz männlicher Jugendlicher, in: Geschlecht und Lesen / Mediennutzung, hrsg. v. Norbert Groeben und Bettina Hurrelmann, Siegener Periodicum zur Internationalen empirischen Literaturwissenschaft (SPIEL), Jg. 23 (2004), H. 1, S. 23-37, hier S. 26.
 - 5 Meyers Großes Taschenlexikon in 24 Bänden, hrsg. v. Meyers Lexikonredaktion, Bd. 19, 3. aktualisierte Aufl., München/Wien/Zürich 1990, S. 64.
 - 6 Vgl. dazu die Serie: Michael Schikowski: Kleine Geschichte des Sachbuchs, in: Buchhändler heute, Ausgabe Mai 2006ff.
 - 7 Manfred Fuhrmann: Bildung. Europas kulturelle Identität, Stuttgart 2002, S. 73.
 - 8 Max Horkheimer: Gesammelte Schriften, hrsg. v. Alfred Schmidt, Bd. 6, Frankfurt a.M. 1991, S. 353.
 - 9 Peter Burke: Was ist Kulturgeschichte?, Frankfurt a.M. 2005, S. 9.
 - 10 Vgl. Michael Schikowski: Kleine Geschichte des Sachbuchs, in: Buchhändler heute, Ausgabe Juli 2006 [im Druck].
 - 11 Max Eyth: Berufstragik, Stuttgart 1899, S. 386.
 - 12 Volker Weidemann, Das Lesen ist schön, in: FAZ Feuilleton, Nr. 79, 3.4.2006.
 - 13 Sandra Pott: Lesen, poetisches Lesen und poetischer Text. Rainer Maria Rilkes Auseinandersetzung mit Oswald Spenglers *Untergang des Abendlandes*, in: Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur (IASL), Bd. 30 (2005), H. 1, S. 188-213.
 - 14 Werner Graf, Zur Sachtextpreferenz männlicher Jugendlicher (wie Anm. 4), S. 28.
 - 15 Ebenda, S. 32.

- 16 Vgl. Michael Schikowski: Kleine Geschichte des Sachbuchs, Ausgabe Juni 2006, S. 50.
- 17 Bruno H. Bürgel: Aus fernen Welten. Eine volkstümliche Himmelskunde. Berlin 1910, unpaginiertes Vorwort.
- 18 Albert Einstein: Über die spezielle und allgemeine Relativitätstheorie. Gemeinverständlich, Braunschweig 1917.
- 19 Vgl. David Oels: Ceram – Keller – Pörtner. Die archäologischen Bestseller der fünfziger Jahre als historischer Projektionsraum, in: Geschichte für Leser. Populäre Geschichtsschreibung in Deutschland im 20. Jahrhundert, hrsg. v. Wolfgang Hardtwig und Erhard Schütz, Stuttgart 2005, S. 345-370.
- 20 Walter D. Wetzels: Relativitätstheorie gemeinverständlich: Techniken populärwissenschaftlicher Didaktik am Beispiel Albert Einsteins, in: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik, hrsg. v. Helmut Kreuzer, Jg. 10/1980, H. 40 (Sachliteratur), S. 14-24.
- 21 Vgl. Jürgen Neffe: Albert Einstein. Eine Biographie, Reinbek bei Hamburg 2005, S. 57f.