

**RE 2906**

**Bestseller und Bestsellerforschung . Wiesbaden: Harrassowitz, 2012. IX,213 S. (Kodex. Jahrbuch der internationalen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft;2) ISBN 978-3-447-06654-9 Euro 39,80**

Mit „Bestseller und Bestsellerforschung“ ist die zweite Ausgabe von *Kodex*, dem Jahrbuch der Internationalen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft, einem Thema gewidmet, das die interdisziplinäre Forschung seit langem umkreist. Das Buchmarktphänomen Bestseller hat in den vergangenen Jahren beeinflusst von Digitalisierung, Internationalisierung und Medialisierung eine neue Dynamik entwickelt, welche die insgesamt dreizehn Beiträge aus Wissenschaft und Praxis in den Blick nehmen. Dass der Band sich als Forum für die aktuelle Bestsellerforschung versteht und deren Interesse dezidiert auf die gegenwärtigen Buchmärkte gerichtet ist, wird im Vorwort des Herausgeberduos Christine Haug (München) und Vincent Kaufmann (St. Gallen) deutlich und führt den Anspruch auf Aktualität des ersten Bandes fort.<sup>1</sup>

Rainer Schmitz (München) entwirft in dem eröffnenden Beitrag *Mythos Bestseller* entsprechend ein detailreiches Panorama des Phänomens Bestseller auf dem aktuellen Buchmarkt und konstatiert für die Gegenwart einen „Bedeutungs- und Funktionswandel von Bestsellerlisten“<sup>2</sup>. In einer medialen Öffentlichkeit, deren Währung nach Georg Franck die Aufmerksamkeit ist, fungiert die Bestsellerliste als Aufmerksamkeitsventilator und ist für Bucherfolge ein entscheidender Faktor.

Die eigentliche Eröffnung des Bandes leistet aber Vincent Kaufmanns *Beitrag zu einer unmöglichen Theorie des Bestsellers*, der theoretische Präzision und sprachliche Eleganz in selten zu findender Weise zu einem Lesevergnügen verbindet. Kaufmanns erhellende Systematisierung gilt den verschiedenen wirtschaftlichen und soziologischen Erklärungsansätzen für Bestseller und bildet einen übergeordneten Ausgangspunkt für die im Band

---

<sup>1</sup> Vgl. Kodex. Jahrbuch der Internationalen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft. Hrsg. von Christine Haug und Vincent Kaufmann. Die digitale Bibliothek. Nr. 1 / 2011.

<sup>2</sup> Rainer Schmitz: Mythos Bestseller. In: Kodex. Jahrbuch der Internationalen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft. Bestseller und Bestsellerforschung. Hrsg. von Christine Haug und Vincent Kaufmann. Nr. 2 / 2012, S. 1-21, hier: S. 1.

versammelten Aufsätze, die jeweils Anwendungsbeispiele für einzelne oder kombinierte Erklärungsansätze abgeben. Dieser Beitrag hätte daher eine sinnvolle Grundlage zur Strukturierung des Bandes abgegeben, der statt dessen eine mehr oder weniger unzusammenhängende Abfolge von Beiträgen zum Thema bildet. So wirkt die Gesamtheit der Texte leider etwas unstrukturiert, da weder thematische oder methodische Schwerpunkte gebündelt werden, noch die Beiträge aus Wissenschaft und Praxis voneinander separiert sind – was bei allem Praxisbezug der Buchwissenschaft doch wünschenswert wäre, verbindet der Leser doch andere Erwartungen mit einem wissenschaftlichen Text als mit einem Einblick in die Praxis. Damit wird die Gelegenheit, nicht nur eine lesenswerte Forschungsgrundlage zum aktuellen Bestseller zu liefern, sondern das Phänomen zugleich auch systematisch zu erschließen, nicht vollständig genutzt.

Der Praxisteil am Ende des Bandes enthält neben Harald Henzlers Darstellung zur Auswirkung der Digitalisierung auf den Bestsellerbetrieb zwei lesenswerte Interviews, in denen die Bestsellerautorinnen und -autoren Andrea Maria Schenkel, Rolf Dobelli und Lukas Hartmann einen erstaunlich offenen Einblick in ihre Sicht auf den Literaturbetrieb geben. Die Perspektive der Verlage wird hier stellvertretend von dtv-Verlagsleiter Bernd Blüm vertreten - aus buchwissenschaftlicher und praxisorientierter Sicht wäre es wünschenswert gewesen, diese Perspektive im Band insgesamt stärker zu berücksichtigen.

Ein (insgeheimer) thematischer Schwerpunkt des Bandes ist die Rolle von Bestsellern im Zeitalter der Inszenierung, Medialisierung und Eventisierung von Literatur, die Rainer Schmitz bereits eingeführt hat. Franziska Mayers (München) Untersuchung *Kulturförderung als Event* ist explizit auf diesen Bereich gerichtet und thematisiert Literaturpreise im Kontext zum Bestseller. Auch anderen Beiträgen dient das Thema als Bezugspunkt und bildet damit gemeinsam mit Bourdieus Feldtheorie den Hintergrund für die Wahrnehmung aktueller Bestsellerphänomene.

Ein zweiter thematischer Schwerpunkt ist das Internationale, dem sich drei Autorinnen und Autoren angenommen haben: Ulrich Schmid (St. Gallen) nimmt Bestseller in Russland in den Blick, Stephanie Kurschus (Mainz) vergleicht Bestseller auf dem lettischen und italienischen Buchmarkt und

Slávka Rude-Poubská (München) untersucht die Bedeutung von fremdsprachigen Originalausgaben auf dem deutschen Buchmarkt. Schmid und Kurschus arbeiten die Besonderheiten nationaler Buchmärkte in Zeiten internationaler Bestseller und Konzentrationsprozesse heraus – in Russland beispielsweise die Popularität des Genres Glamourliteratur – und erklären sie im Rückgriff auf kulturhistorische und politische Entwicklungen. Gerade die disparaten Beispiele Lettland und Italien, die Kurschus strukturiert gegeneinander stellt, offenbaren darüber hinaus unerwartete Gemeinsamkeiten im Zeichen der internationalisierten Buchmärkte. Befremdlich allerdings wirkt, nebenbei bemerkt, Schmid's intime Kenntnis der russischen Leserin und ihrer bevorzugten Identifikationsobjekte: „Marinas Protagonistin verfügt für weibliche russische Leserinnen über ein hohes Identifikationspotenzial: Sie legt kaum Wert auf ihr Äußeres, treibt keinen Sport und hat eine wenig spektakuläre Beziehung zu einem Mathematikprofessor.“<sup>3</sup> Hier wüsste man gerne, warum gerade diese Eigenschaften die russische Leserin ansprechen sollen und woher der Autor sein Wissen bezieht.

Ein weiteres Thema, das mehrere Beiträge berühren, ist die Medienkonvergenz. Harald Henzler beschäftigt sich mit ihr aus praktischer Sicht in Bezug auf den digitalen Bestseller. Sophie Rudolph (St. Gallen) widmet sich dem Thema am Beispiel von Bestseller-Adaptionen im Blockbuster und bringt so eine marktbedingte ökonomische Logik in die Forschung zur Literaturverfilmung ein.

Nicht immer steht der Bestseller im Mittelpunkt der Beiträge, was zumindest die Prosperität der buchwissenschaftlichen Forschung anzeigt, die aus den verschiedensten Richtungen Anknüpfungspunkte an diesen Teilspekt des Buchmarktes und der Buchkultur findet.

Quer zu diesen thematischen Schwerpunkten verläuft die Ausrichtung der einzelnen Beiträge auf die von Kaufmann herausgearbeiteten ökonomischen und soziologisch-inhaltlichen Erklärungsmodelle, die, wie dieser zutreffend darlegt, zwar für sich genommen widerlegbar sind, sich aber zu einem komplementären Ansatz verbinden lassen. Ein überzeugendes Beispiel für den inhaltlich-interpretativen Erklärungsansatz ist Gerda E.

---

<sup>3</sup> Ulrich Schmid: Bestseller in Russland. In: Ebd., S. 91-105, hier: S. 98.

Mosers (Klagenfurt) Aufsatz. Sie untersucht Rezeptionsmuster von Thrillern und Sachbüchern als Wechsel von Spannung und Entspannung. Hier zeigt sich jedoch (wie zum Beispiel auch bei Ulrich Schmid's Untersuchung zum Bestseller in Russland) die Krux des soziologischen Ansatzes, der letztlich auf Kracauers viel zitiertem Diktum vom Bestseller als gelungenem soziologischem Experiment gründet: Der argumentative Pfad, der vom untersuchten Phänomen (bei Moser: Spannungsmuster des Thrillers / bei Schmid: Genrepräferenzen des russischen Lesepublikums) zur Erklärung (das gelangweilte und erschöpfte Selbst / der Nachholbedarf des Lesepublikums nach dem Ende der Sowjetunion) führen soll, ist teilweise nicht erkennbar. Hier würde die Bestsellerforschung gut daran tun, Phänomen und gesellschaftlichen Hintergrund genauer zu einander in Bezug zu setzen. Dies gelingt bei der Untersuchung des Fallbeispiels Sarrazin besonders gut, das auf einer studentischen Bachelor-Arbeit basiert: Vanessa Werners (München) *Physiognomie eines Bestsellers* ist auch durch die solide Datengrundlage der Marktforschung weniger spekulativ und mehr systematisch angelegt.

Herausragend ist auch der einzige Beitrag, der die historische Dimension des Phänomens Bestellers umfasst: Gudrun Weilands (Greifswald) Untersuchung von Heftrömanserien der 1920er und 1930er Jahre befasst sich, wie die Autorin selbst anmerkt, nicht mit Bestsellern im eigentlichen Sinne. Der seriale Hefroman ist eine Publikationsform, die mit dem Bestseller zwar die Nähe zum Populären und das vermeintlich Marktgängig-Opportunen gemeinsam hat, für gewöhnlich aber nicht als Bestseller bezeichnet wird. Weiland gelingt es, an diesem Beispiel in einer historischen Rekonstruktion, aufzuzeigen, wie soziale und mediale Zusammenhänge die literarische Kommunikation prägen und dabei den Begriff Bestseller in einen sinnvollen Kontext einzubinden. En passant wendet sie den nahezu in allen Beiträgen gegenwärtigen Bourdieu mustergültig an. Bourdieus literatursoziologische Konzepte sind freilich zu Recht der verbindende Ansatz der einzelnen Beiträge. Bei aller Brauchbarkeit im Bezug auf die Gegenüberstellung von markt- und kunstorientierter Literatur wird dabei aber die nötige Differenzierung mitunter unterlassen: Wie Weiland richtig bemerkt, geht die Annahme: „die Populärliteratur als eine nach heteronomen Prinzipien produzierte Literatur

hätte stets den ökonomischen Erfolg, den sie erstrebt<sup>4</sup> fehl, was beim reflexartigen Rekurs auf Bourdieu gern übersehen wird.

Die historische Perspektive sucht man ansonsten in diesem dezidiert aktuellen Band vergeblich. Damit bleibt ungesagt, was zwischen der ersten deutschsprachigen Bestsellerliste, die 1927 in der Literarischen Welt erschien, und gegenwärtigen Weltbestsellern wie Harry Potter eigentlich passiert ist. Zwischen diesen beiden historischen Eckpunkten des Bandes Verbindungslinien zu ziehen und die etwas zu kurz gekommenen Digitalisierung weiter zu verfolgen, ist eine wichtige Aufgabe für die künftige Bestsellerforschung, der in diesem Band eine solide Grundlage geschaffen wurde.

**Sandra Oster M.A.**  
**Wissenschaftliche Mitarbeiterin**  
**Institut für Buchwissenschaft**  
**Johannes Gutenberg-Universität Mainz**  
**D-55099 Mainz**  
**oster (at) uni-mainz.de**

---

<sup>4</sup> Gudrun Weiland: Serialität als Strategie der Heteronomie – Zur Produktion, Distribution und Rezeption von Heftrömanserien, 1919-1939. In: Ebd., S. 139- 158, hier: S. 157.