

Ein soziales Experiment: Wie macht man einen Bestseller? Welche Bestseller?

Literatur und Kultur der Weimarer Republik 2

Vorlesung 10

(Bestseller 3)

Von den kleinen Männern und Frauen – und wie sie zum Erfolg geführt werden

Hans Fallada



Hans Fallada (Ps. Für Rudolf Ditzen), 1893-1947, deutschsprachiger Schriftsteller, vor allem Romane, darunter „Bauern Bonzen Bomben“ (1931), „Kleiner Mann – was nun?“ (1932), „Wer einmal aus dem Blechnapf frißt“ (1934), gilt als einer der wichtigsten Autoren des neuen Erzählens um 1930

Verschiedene Tätigkeiten in landwirtschaftl. Betrieben, starke Alkohol- und Morphinsucht, wg. Unterschlagungen in Haft

Bekannt wurde Fallada 1931 mit „Bauern Bonzen Bomben“, seinen größten Erfolg hatte er mit „Kleiner Mann – was nun?“

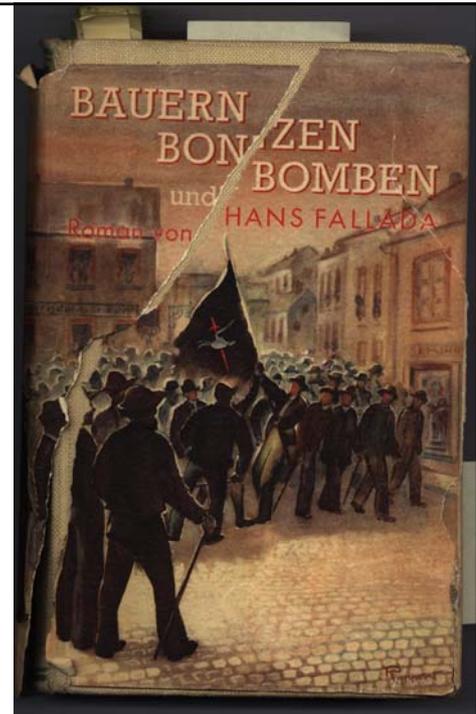
Fallada wurde vom Rowohlt-Verlag vertreten, ab 1933 verstärkt Anfeindungen von Seiten Regime, zugleich große literarische Erfolge

Wie ein Erfolgsbuch entsteht

- Drei Romane Falladas bis 1930 (2 publ., 1 abgelehnt)
- Verschiedene Tätigkeiten, 1929 als Anzeigenakquisiteur in SH
- Zahlreiche Versuche lit./journalist. Tätigkeiten (Rezensionen)
- Begegnung Fallada / Rowohlt auf Sylt im August 1929
- Tätigkeit Fallada im Rowohlt Verlag als Dokument. Pressereaktionen
- Freiraum für eigene lit. Produktion

Bauern, Bomben und Bonzen

- Spielt in schleswig-holsteinischen Kleinstadt, Geschichte um einen Anzeigenakquisiteur, der zugleich Redakteur ist
- Umfeld: Bauernaufstände Ende der 1920er Jahre in Norddeutschland, entzündet sich im Roman an Beschlagnahmung Ochsen durch das Finanzamt
- Auflage 6.000
- Große Aufmerksamkeit im Feuilleton



Rowohlt und Fallada

- Wirtschaftl. Schwierigkeiten des Rowohltverlags
- Hohe lfd. Kosten für Vorschüsse Autoren (v.a. Emil Ludwig), hoher Werbeaufwand, großes Lager
- Insolvenz Ende 1931
- Rettung durch neue Gesellschaft mit Mehrheitsbeteiligung Ullstein, Verwertung des Altbestands, neue Rechte in neue Gesellschaft
- Kündigung Mitarbeiter und Neueinstellung zu geringeren Kosten
- Fallada verweigert, stellt zugleich im Sept. 1931 neues Projekt vor, das bis März 1932 realisiert sein musste
- Arbeitstitel: „Pinneberg und sein Murkel“, „Der Pumm“, „Der kleine Mann“
- Realisiert unter dem Titel: „Kleiner Mann – was nun?“

Thema nach Expose

- Niedergang des Angestellten Pinneberg, der ins Proletariat abrutscht und zum Fabrikarbeiter wird
- Was in sein Leben hineinreiche, werde gezeigt:
 - Schwiegervater, der durch Partei an Behörde kommt
 - Kollegen, die zu den Nazis gehen
 - Schwager als KPD Mann
 - Verschiedene Arbeitgeber-Typen (gleichgültig, ansnutzend, pedantisch)
 - Misere Krankenkassen, Arbeitslosigkeit, Wohlfahrtsamt, Wohnungsnot
- Pinneberg Durchschnittsperson ohne besondere Fähigkeiten, ohne Einfluss auf Werdegang
- Expose wird als deutlich politischer eingestuft als publizierter Roman

Manuskripterstellung

- Arbeit am Manuskript vom 19.10.1931 bis 19.2.1932
- MS umfasst 372 handschriftliche Seiten, mit Einschub in Maschinschrift (S. 235-253), deutsche Kurrentschrift
- Beidseitig beschrieben
- Maschinenabschrift nicht mehr erhalten, lag Anfang der 1950er Jahre noch dem Rowohlt-Verlag vor

126

Handwritten text in German, likely a manuscript page. The text is written in a cursive script (Kurrent). It appears to be a page from a book or document, possibly related to the subject of the slide. The text is dense and covers most of the page.

127

Handwritten text in German, likely a manuscript page. The text is written in a cursive script (Kurrent). It appears to be a page from a book or document, possibly related to the subject of the slide. The text is dense and covers most of the page.

Bearbeitungsstufen

- Deutliche Abweichungen vom gedruckten Text zu Manuskript
- Kürzungen und Überarbeitung von Anschlüsse für den Buchdruck (Diff. ca. 27-30 Prozent des Manuskripts), weniger Lektorat als Kürzungen
 - Figurencharakterisierungen
 - Kontroverse Auffassungen der Weimarer Republik
 - Umgang mit Sexualität
- Beispiel Nachtlebenszene



Vorabdruck

- Erscheint zwischen 20.4. und 10.6.1932 als Vorabdruck in Voss. Zeitung (51 Folgen)
- Weiter Kürzungen für Vorabdruck in Voss. Zeitung: v.a. Themen, die für das gutbürgerl. Publikum der Voss. Zeitung anstößig hätten sein können
- Großes Feedback durch Leserbriefe, die z.T. (positiven) Einfluss auf den Fortgang der Erzählung nehmen wollen: „[D]a schreibt mir eine Frau [...], sie bittet mich herzlich, es mit Pinneberg und seinem Lämmchen nicht gar zu übel zu machen, wenn es ginge, ein ganz klein bisschen happy end!“
- Leser fordern „Volksausgabe“ für deutlich geringeren Preis (2,85 Mark)



Kleiner Mann - was nun?

- Buch erscheint mit der Schlussepisode am 10.6.1932
- Startauflage: 10.000
- Preis: 4,50/5,50 Mark, im Rahmen von zeitgen. Neuerscheinungen
- Auflage bis Ende 1933: 80.000, bis 1937: 169.000
- Volksausgabe 1934/35, Auflage 85.000, mit Änderungen, die zeilengenau eingefügt werden konnten (aus Nazi Lauterbach wird Torwart Lauterbach)
- Bis Ende 1932: 10 Nachdrucklizenzen, insgesamt 20 Lizenzen
- Erfolg der US-amerikanischen Ausgabe: 60.000 in den ersten 3 Wochen, Plakat US-Verfilmung spricht von 500.000 Auflage
- 50 Nachdrucke in deutschen Zeitungen

Umschlagzeichnung Grosz/Müller-Worpswede



Ursprungseinband

Umschlag ab 48. Tsd, 1932/33

Werbemaßnahmen

- Intensive Zusammenarbeit der Häuser Rowohlt und Ullstein
- Ullstein-Zeitung für Vorabdruck, weitere Ullstein-Zeitungen, die auf Vorabdruck hinweisen (Verbreitung ca. 600.000 Leser)
- Weitere Werbemaßnahmen wie Abdruck Autorenfoto in illustrierter Sonntags-Beilage zur Voss. Zeitung
- Versand von Leseexemplaren an Buchhandel mit Response, Publikation im Börsenblatt
- Versand von Empfehlungsschreiben und -exemplaren durch Autor



Verstärkende Maßnahmen

- Abdrucke in Provinzzeitungen verstärken Marktdurchdringung
- Zum Teil mit eigenen weiterführenden werblichen Maßnahmen
- Verfilmungen 1933 (D) und 1934 (USA)
- Starke Reaktion der Erstleser während der Vorabpublikation
- Rezensionen in zwei Phasen
 - Phase 1: Konzertierte Maßnahmen Ullstein/Rowohlt, insgesamt positive Besprechungen
 - Phase 2: Reaktion und Reflexion des Erfolgs, erste Kritik, u.a. an mangelnder polit. Haltung, Idyllisierung
 - Parteigebundene Blätter reagieren zurückhaltend
 - Prominente Rezensenten: Ihering, Zuckmayer, Suhrkamp, Brentano, Hesse



Nachdruck und Hinweis in Schleswig-Holsteinische Volkszeitung

Gelungenes Experiment

- Text wird als zeithistorisches Dokument wahrgenommen
- Überlebenskampf untere Mittelschicht
- Krise des Mannes
- Hohe Anschlussfähigkeit für Leser/innen, alternativ: hohe Informationsdichte für Leser/innen
- Identifikationsfiguren: Pinneberg/Lämmchen

Autor als Persona

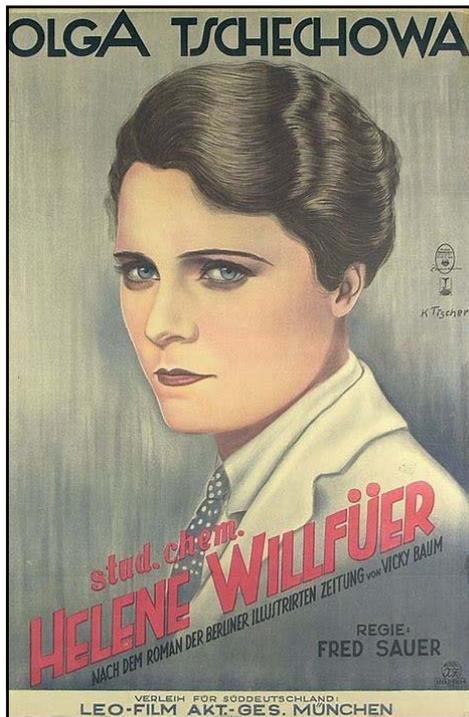
- Vermarktungstendenzen greifen auf Autor/Autorin über
- Ziel ist Verstärkung der Authentizitätsmarker (wird von Fallada in Metaerzählungen aufgenommen: „Der arme Arbeitslose mit Kind“, wie man ihn in seinem Wohnort Altenhagen genannt habe: „Was lag in einer solchen Situation näher, als ein Buch zu schreiben des Titels: *Kleiner Mann – was nun?*“)
- Grenzen bei Fallada: Drogensucht macht ihn als Vorbildfigur untauglich, verstärkt aber Authentizität des Musters vom Niedergang des Mannes
- Horkheimer/Adorno, Themen des Romans: Zurichtung des Protagonisten, Eingliederung in Massengesellschaft, Demontage des männl. Rollenmodells (Analogie zu Döblin: Berlin Alexanderplatz)

Mikrokosmos Hotel – oder wie man eine Autorin als Marke aufbaut

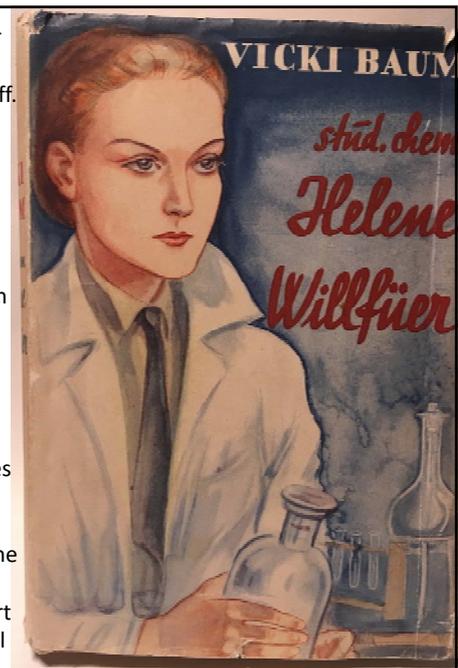
Vicki Baum

Vicki Baum, 1888 bis 1960, eigentlich Hedwig Baum, ausgebildet als Konzertharfinistin, verh. in 2. Ehe mit dem Dirigenten Richard Lert, publiziert unter dem Namen ihres ersten Mannes, dann erste eigene Publikationen, 1914: „Frühe Schatten“, ab 1920 Publikationen beim Ullstein-Verlag „Der Eingang zur Bühne“, Auflage 120.000, 1925 bis 1932 Festanstellung bei Ullstein, schreibt für verschiedene Magazine des Ullstein-Verlags, Übersiedlung in die USA, seit 1936 amerikanische Staatsbürgerin, seit 1938 schreibt sie in Englisch, zahlreiche Romane als Filmvorlagen





Roman stud. chem. Helene Willfür (1928) setzt Autorin in breiterer literarischer Öffentlichkeit durch (Diff. hohe Auflage/Wahrnehmung). Roman schildert die Biografie einer jungen Frau, die unehelich ein Kind zur Welt bringt, aber statt sich dreinzugeben und den Vorurteilen ihrer Umwelt zu weichen, setzt sie sich durch und macht als Chemikerin Karriere, erzieht ihr Kind und kann schließlich den Mann, den sie selbst ausgesucht hat, für sich gewinnen. Der Roman bietet für ein breites Spektrum vor allem von Frauen Anschlussmöglichkeiten: uneheliches Kind, wissenschaftliche und unternehmerische Karriere, Liebeswunsch. Der Roman bietet eine umfassende Lösung an – was reale Personen wahrscheinlich überfordert hätte, im Phantasma aber funktional ist. Auflage bis Ende 1932: 105.000



Der Erfolgsroman

- 1929 erschienen, in der Erfolgsreihe von Ullstein publiziert
- Derivat als Theaterstück, Übertragung ins Englische unter dem Titel „Grand Hotel“, Broadway-Erfolg
- Auflage bis 1931: 56.000 (mittlerer Erfolg) für die deutsche Buchausgabe
- Aber Wendepunkt zur Umfokussierung von Texte derselben Autorin hin zu Autorin und deren Texte
- Thema des Textes: Präsentation verschiedener Typen, die durch den gemeinsamen Handlungsort Hotel miteinander verbunden werden
- „Menschen im Hotel“ wird zum tragenden Motiv bei Baum: „Hotel Shanghai“, 1937, „Hotel Berlin“, 1943



Aufbau eines Stars

- Baum bringt als Erzählerin Basis für erfolgreiche Autorin mit
 - Gespür für aktuelle Themen
 - Eingängige Erzählstruktur, nachvollziehbare Erzählsprache
 - Geringe Kontaktscheu vor populäre Themen und Muster
- Als Person (persona, öffentliche Figur) bringt sie notwendige anschlussfähige und zugleich distanzierende Eigenschaften mit
 - Selbstpräsentation als moderne Frau
 - Hohe Attraktivität, Offenheit für Entwicklung einer öffentliche Person (Homestories)
 - Anschlussfähig an populäre Elitenkultur (high society, le monde)
 - Nähe zu E-Kultur (musikalische Ausbildung und Ehemann)
- Ullstein entwickelt Baum innerhalb weniger Jahre zum wichtigsten literarischen Star des Hauses

Der Star

- Die Autorin tritt als öffentliche Person an die Stelle ihrer jeweiligen Texte
- Authentizität als verschärfte Anforderung
- Texte werden der Persona der Autorin untergeordnet, sie werden gelesen, weil sie dieser Person zugeordnet werden



Ottomar Starkes kleine Literaturbilderbogen



Vorarbeiten eines Prominenten

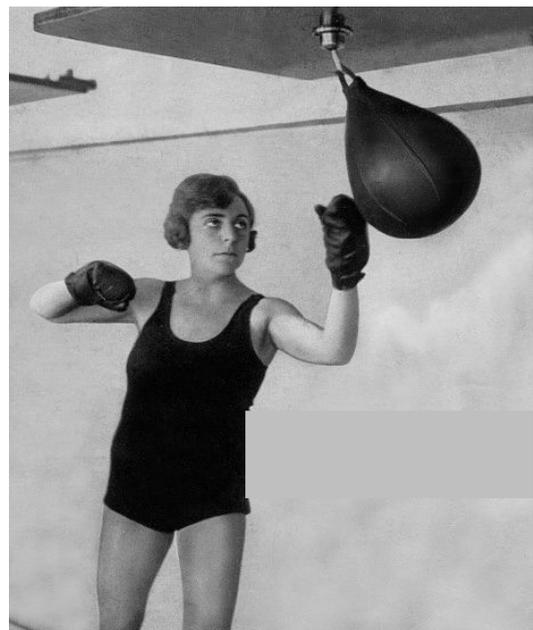
Gleichstellung mit den zeitgenössischen Großautoren Thomas Mann, Emil Ludwig und Jakob Wassermann, die literarischen Erfolg mit öffentlichem Renommee / Status verbinden.

(Januar 1929, Literarische Welt)

Baum-Homestories



Homestories dienen Aufbau einer öffentlich präsentierten privaten Person, die Lesern/Fan die Identifikation einerseits, die Authentifizierung von erzählten Stoffen andererseits erleichtert. Die Kombination von typischen weiblichen Situationen (Frau an Schreibmaschine) mit Ausstattungen der neuen Frau (Boxen, Sport) lässt Anschlussmöglichkeiten für modernes wie konservatives Publikum.





**„Immer Zeit zu haben
hilft mir meine
Alpina Uhr“**

„Bei intensiver Gedankenarbeit am Schreibtisch — wie leicht vergift man Zeit und Stunde! Und doch ist genaueste Einteilung der Zeit — um immer Zeit zu haben — gerade in meinem Beruf so wichtig.
Darum liebe ich meine Alpina Uhr so sehr — denn sie hält mir trotz aller Arbeit, immer Herrin meiner Zeit zu bleiben. Wenn es gilt, berufliche oder gesellschaftliche Pflichten zu erfüllen, ist meine Uhr ein unbeirrbarer Mahner, oft unerbitlich, doch stets zuverlässig.“

VICKI BAUM
Berlin-Grünwald, Köpenicker 41

Mit treudiger Genügsamkeit betonen immer wieder alle Besitzer einer Alpina Uhr ihre unbedingte Zuverlässigkeit.
Fachleute von Ruf wachen in den Betrieben der Alpina-Grüen Uhrenfabriken sorgsam über die Herstellung dieser hochwertigen Qualitätsuhren. Beachten Sie beim Einkauf das Wahrzeichen der Alpina Uhrengeschäfte: das rote Dreieck! Etwa 1000 solcher Geschäfte im Deutschen Reich.

Alpina
UHREN

ALPINA-GRUEN GILDE UHRENFABRIKEN

Einsatz der prominenten Autorin als Werbeträgerin – was Rückwirkungen auf ihren Bekanntheitsgrad hat und ihn weiter vergrößert. Lit. Werk, öffentlicher Auftritt und Paratextuelle Publikationen zeigen, dass sich das Publikum mehr und mehr auf die Autorin fokussiert, die an die Stelle ihres Werks tritt. Als gemeinsamer Nenner des Werks tritt die Autorin auf resp. ihre öffentliche Person.



Verfilmung 1932

Starbesetzung im Film, hoher Verbreitungsgrad, crossmediale Wirkung auf Bekanntheitsgrad Autorin, Aufwertung populärmedialen Plattformen



Autorin steigt zur Ikone auf



- Verstärkung der Persona über Film
- Fotos auf Filmset verlängern Autorschaft auf Film selbst, wird vom kollektiven zum individuellen Werk
- Der Text verschwindet mehr und mehr
- Er wird zum Appendix der Person, zugleich entfiktionalisiert

Schlusssequenz

Allgemeines

Fazit

- Buchmarkt modernisiert sich im Laufe der 1920er Jahre
- Bestseller brechen in E-Bereich ein
- Gutes Buch gut verkauft – Verbindung Kultur / Kommerz
- Wird mit neuen Marketingmethoden (vor allem Cross-Media-Marketing) beworben (Merchandising fehlt)
- Status Autor/in wird verändert --- aus Autor wird ein Star
- Vermischung verschiedener Bereiche der Öffentlichkeit (Buchmarkt, öffentliches Leben, Filmbranche)
- Wird bedient durch Genie-Diskurs, in dem Autor Alleinstellungsmerkmal erhält (in Konkurrenz zu Ingenieur, der gleichfalls an Genietopos anschließt)
- Geniediskurs Defensivoperation in Modernisierungsprozess und Entwicklung der Massengesellschaft

Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit !
(Thank You, Good Night)

Kontakt: walter.delabar@t-online.de
www.delabar.net