Zeitschrift: Librarium : Zeitschrift der Schweizerischen Bibliophilen-Gesellschaft = revue de la Société Suisse des Bibliophiles

Herausgeber: Schweizerische Bibliophilen-Gesellschaft

Band: 7 (1964)

Heft: 2

Artikel: Inkunabeln und Paperbacks

Autor: Steinberg, S.H.

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-388005

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

ner des französischen Bucheinbands des 19. Jahrhunderts, rügt und dazu bemerkt: «De plus, lorsque le livre est à la fois très petit de format et très épais, il devient si compact que l'on ne peut littéralement plus l'ouvrir. – Eh bien, on le caresse à l'extérieur!» Auch darin läßt der Einband Trautz-Bauzonnetschen Einfluß erkennen, daß er seiner Forderung entspricht, ein guter Einband müsse leicht bombiert sein[6].

Am Ende der Prüfung angelangt, stellt der Referent seine Distanzierung zum Prüfling fest. Dessen Uneinheitlichkeit ist so recht ein Zeichen der Zeit, welcher der Einband entstammt. Genügte es doch selbst den größten französischen Bibliophilen jener Jahrzehnte, daß der Einbandschmuck jüngeren Stils sei als der Buchtext, so daß z. B. eine dentelle Pompadour am Platze auf einem Ritterroman empfunden wurde[7]. Künstlerische Sicherheit war nicht die Stärke. Und wäre der Einband im damaligen Amerika entstanden, so würde man sich um so weniger wundern. Auch Künstler auf andern Gebieten haben nicht ohne Schädigung für die Geschlossenheit ihrer Leistungen ihre Tätigkeit vom europäischen Heimatboden über das Meer verlegt.

Über die weiteren Schicksale des Bändchens ist nicht viel zu sagen. Bei der Versteigerung im Januar 1912 in New York wurde es laut «American Book Prices Current for 1912» für 250 Dollar zugeschlagen. Nach unserer Erkundigung befand es sich zuletzt in der Bibliothek eines Herrn von Simaline in Berlin[8] und gelangte schließlich in öffentlichen Besitz. Ob sich darob Robert Hoe gefreut hätte? Man weiß von ihm, daß er kein Freund der großen öffentlichen Sammlungen war. Anläßlich einer Reise in Europa hatte er in einer an alten und wertvollen Drucken reichen Bibliothek einige davon zu sehen verlangt. Sie waren ihm verstaubt und vernachlässigt gezeigt worden, was er später immer wieder mit Entrüstung erzählte. "This confirms me in the conviction that those who love books should have them in their custody and will take the best care of them. If the great collections of the past had not been sold where would I have found my books[9]?" Die bibliophilen Nachfolger Hoes werden es dem staatlichen Bibliothekar nicht verargen, daß er demgegenüber betont, daß heute auch die öffentlichen Sammlungen ihre Rarissima zu hegen wissen, so daß er ein Buch, das den Fährlichkeiten des freien Lebens entgeht, nicht beklagen kann. Das Cicero-Bändchen von 1522 jedenfalls soll seinen Einlauf in den sichern Port nicht zu bedauern haben.

[6] Beraldi, a.a.O. 2, 203.
[7] Beraldi, a.a.O., 2, 220.
[8] Freundliche Mitt. von Frl. Dr. A. Bruckner.
[9] Cannon, a.a.O., p. 160.

S. H. STEINBERG (LONDON)

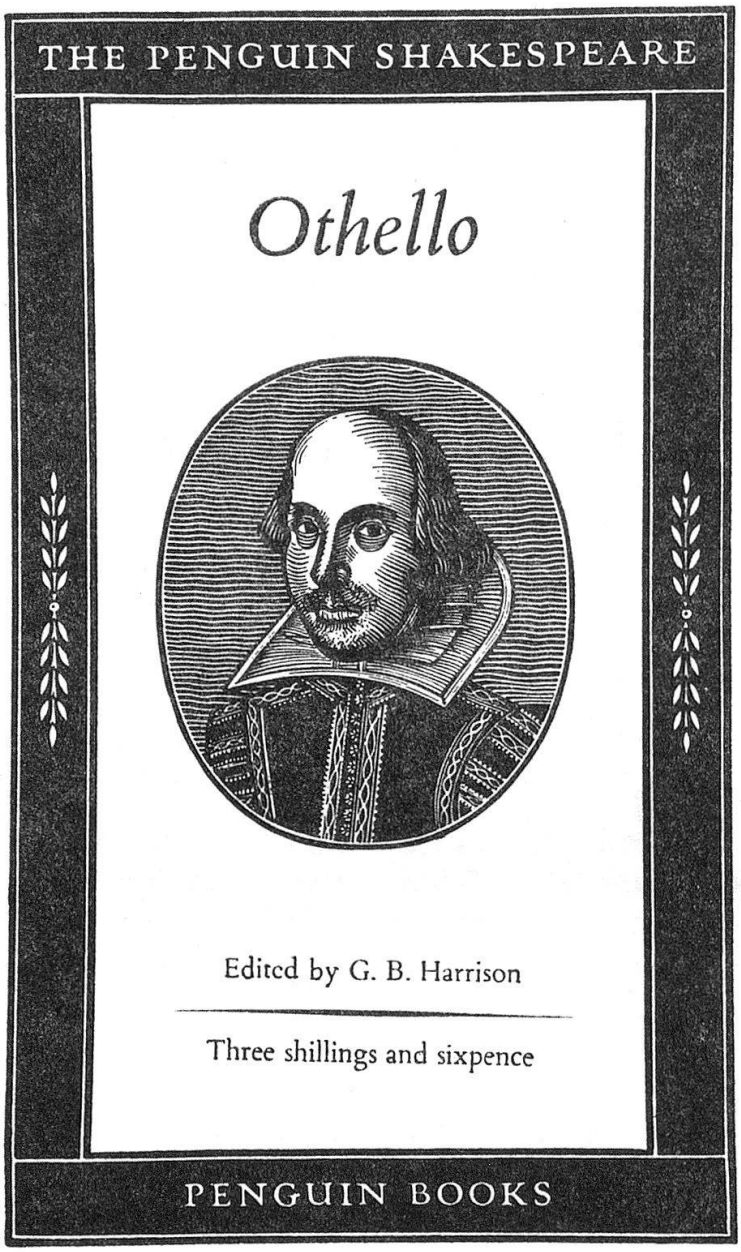
INKUNABELN UND PAPERBACKS

Wie kann man es wagen – so wird wohl jeder Bibliophile entrüstet ausrufen –, Inkunabeln und Paperbacks in einem Atem zu nennen, in einem Titel zusammenzukoppeln? Jene, die kostbarsten Schätze unserer Bibliotheken und einiger beneideter Sammler; diese, das Allgemeingut all derer, die überhaupt lesen gelernt haben? Jene, die nur schwer für Tausende von Franken, diese, die mühelos für ein paar hundert Rappen zu haben sind?

Wie viele Bibliophile des Jahres 1964 werden sich der Tatsache bewußt sein, daß ihre Vorfahren vor fünfhundert Jahren ge-

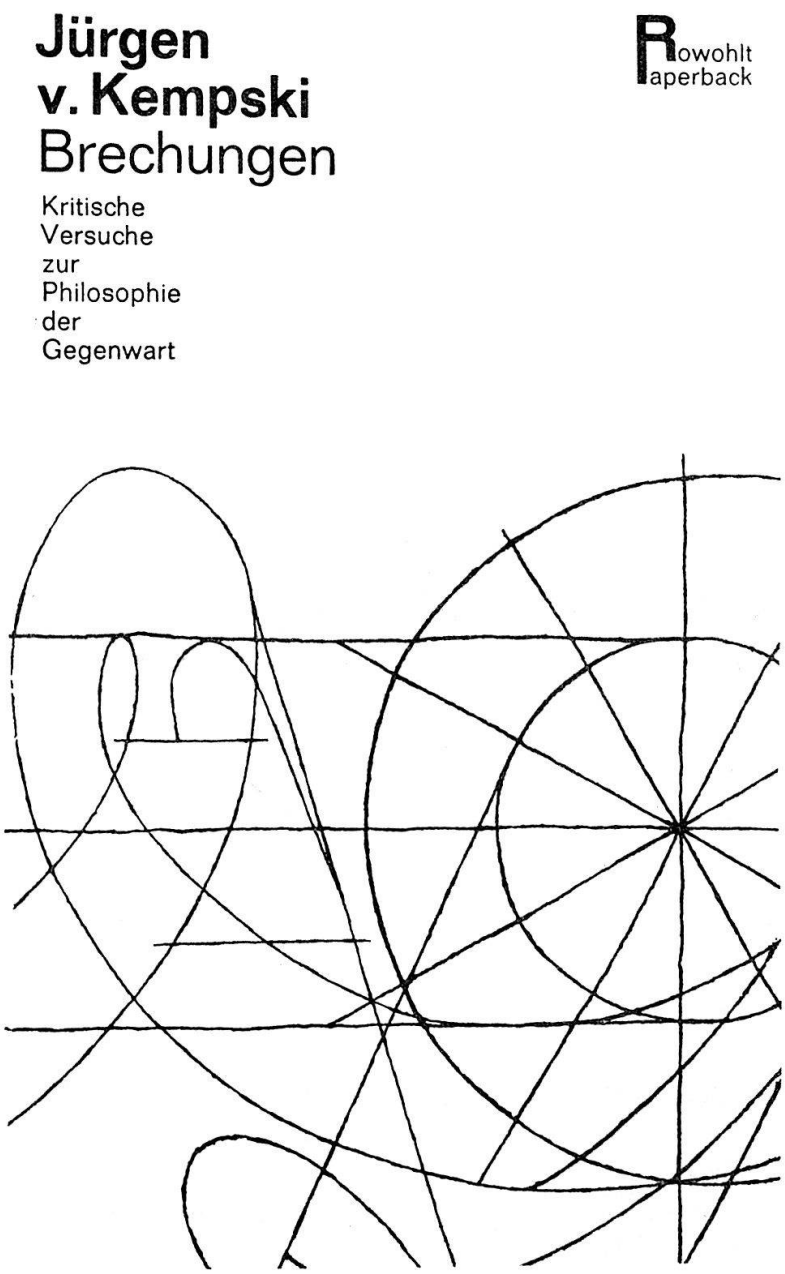
nau so empört waren, wenn man ihre kostbaren Handschriften und das Gelump gedruckter Bücher – eben die Inkunabeln – Seite an Seite gestellt hätte? Denn im 15. Jahrhundert waren die mechanisch in einigen hundert Exemplaren vervielfältigten Bücher ebenso gering geachtet wie heutzutage die zu Hunderttausenden gedruckten Paperbacks –: ein Ärgernis für den wohlhabenden Bücherfreund und eine Gnadengabe für den weniger bemittelten Bücherleser.

Die mißtrauische Zurückhaltung moderner Ästheten gegenüber den Paperbacks hat ihr historisches Gegenstück in der Verachtung, mit der vor Jahrhunderten die Liebhaber edler Handschriften auf die Erzeugnisse der Druckpresse herabsahen. Der spätere Papst Julius II. ließ 1479 ein sieben Jahre früher gedrucktes Buch abschreiben, um es «bibliothekswürdig» zu machen, und sein Zeitgenosse Herzog Federigo von Urbino verbannte alle Druckwerke aus seiner

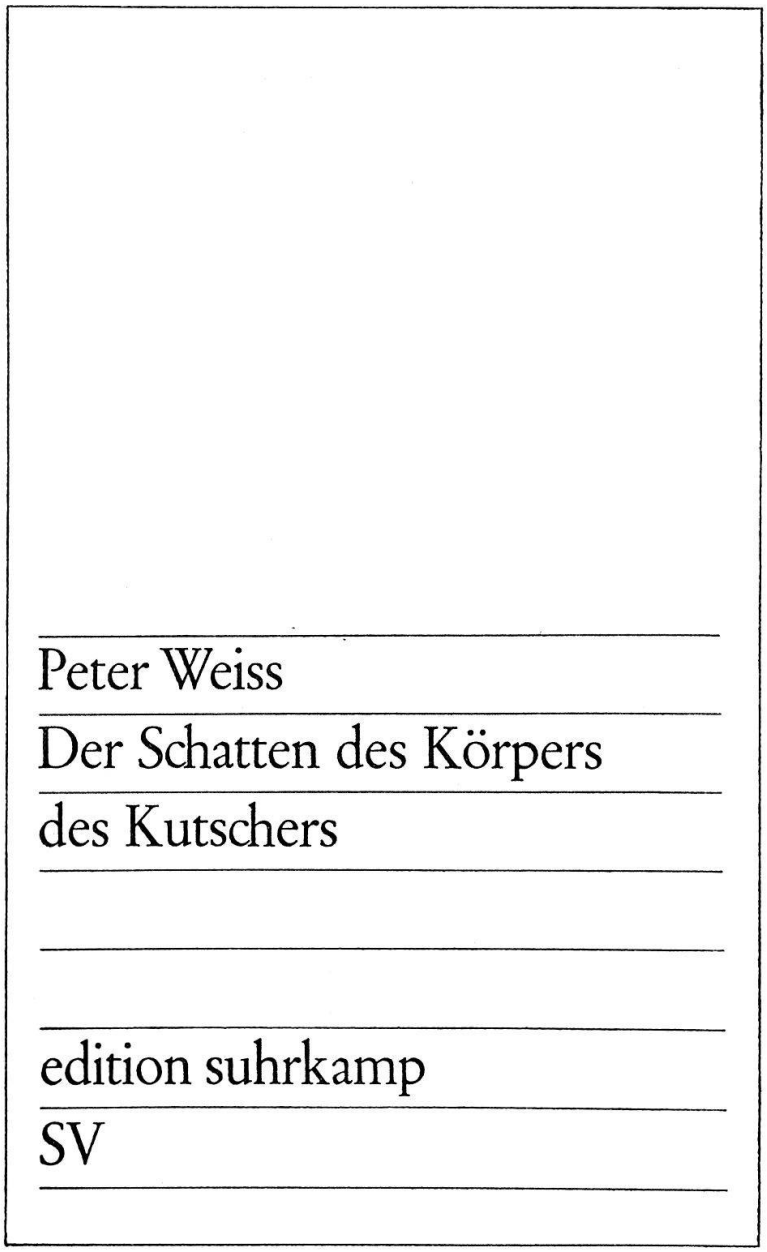


Bücherei, da sie sich dort in der Gesellschaft seiner Kodizes schämen müßten. Noch zu Ende des *ancien régime* betrachtete Kardinal Rohan (der betrogene Betrüger der «affaire du collier») nur handgeschriebene und handillustrierte Meßbücher als seinem Rang angemessen.

Denn, was immer unsere zeitgenössischen Antiquare, Auktionatoren und Sammler sagen und glauben mögen: Gutenberg und die andern Inkunabel-Drucker hatten – und zwar bewußtermaßen – das gleiche Ziel im Auge, das die Verleger der Paperbacks von Anfang an verfolgt haben, nämlich die Eroberung eines neuen, weiteren Kundenkreises von Lesern mit Hilfe neuer, mechanischer Erfindungen und mit der Verlokkung billiger Preise durch erhöhte Auflagen, einfachere Ausstattung und besseren «Kundendienst». Das handgeschriebene Buch war ein Unikum, von dem gedruckten waren sogleich 200 und seit 1500 bei Aldus



Manutius 1000 Exemplare erhältlich; die Paperbacks haben die Durchschnittsauflage von vielleicht 3000 oder 5000 auf 40000 oder 50000 erhöht. Eine Inkunabel konnte in ebensoviel Wochen gesetzt und gedruckt werden, wie ein Kodex Monate zu schreiben beansprucht hatte; die Paperbacks erlauben den Druckanstalten und Bindereien die Installierung zeitsparender Maschinen, die für den normalen Buchbedarf unwirtschaftlich wären. Der Massenverbrauch von Papier und die Vereinheitlichung der Formate für die Druckerpresse haben die Papierkosten zunehmend verbilligt; und da Paperbacks nicht unbedingt zum Aufbewahren, sondern auch zum Wegwerfen bestimmt sind, kann hier die Qualität und damit der Preis des Papiers noch mehr reduziert werden, zumal der «Papier-Einband» noch weitere Ersparnisse gegenüber dem «Hardcover»-Buch ermöglicht. Mit Hilfe ihrer «Buchführer» oder reisenden Buchhändler



erreichten die Frühdrucker ein Publikum, an das kein Handschriftenproduzent herangekommen war – ebenso wie heutzutage die Paperbacks Käuferschichten zugänglich sind, die bisher noch nicht den Weg in den Buchladen gefunden haben. Das neueste Schlagwort der amerikanischen Paperback-Verleger kennzeichnet wenn nicht die tatsächliche Lage, so doch das angestrebte Ziel: "You're never more than 200 yards from a paperback."

Eine weitere beachtenswerte Parallele zwischen Inkunabeln und Paperbacks läßt sich feststellen in der «Verlagspolitik» der Wiegendrucker von einst und der Taschenbuch-Verleger von heute. Beide begannen ihre Produktion mit dem «Nachdruck» wohlbekannter Bücher und Autoren, die also keiner Einführung oder Werbung bedurften, sondern sofort auf Absatz rechnen konnten. Bald spannten und spannen beide ihre Netze so weit wie möglich: von schwe-

ren theologischen, philosophischen, juristischen und medizinischen Werken bis zur leichtesten und seichtesten Unterhaltungsliteratur. Beispiele von Taschenbüchern solcher Kategorien werden jedem Leser dieser Zeilen gegenwärtig sein; aber es kostet einige Überwindung, sich klar zu machen, daß im 15. Jahrhundert neben den Bibeln, Kirchenvätern und griechisch-römischen Klassikern, an die wir zunächst denken, eine Masse von trivialen, unterhaltsamen und erotischen Büchern auf den Markt geworfen wurde, die nur von der Patina der Jahrhunderte einen Glanz von Respektabilität bekommen haben. Die ersten Drucke in spanischer Sprache und die meisten in Genf (vor Calvins Ankunft!) französisch gedruckten Bücher sind Liebesromane, deren Reiz für Hersteller und Käufer nicht darin lag, daß sie einmal als Themen für Doktordissertationen dienen könnten; und die elenden Drucke der deutschen «Volksbücher», jetzt schätzbares Material für germanistische Seminare, sind im Rahmen der Renaissancekultur wirklich nichts weiter als unsere «horror comics» transatlantischer Herkunft.

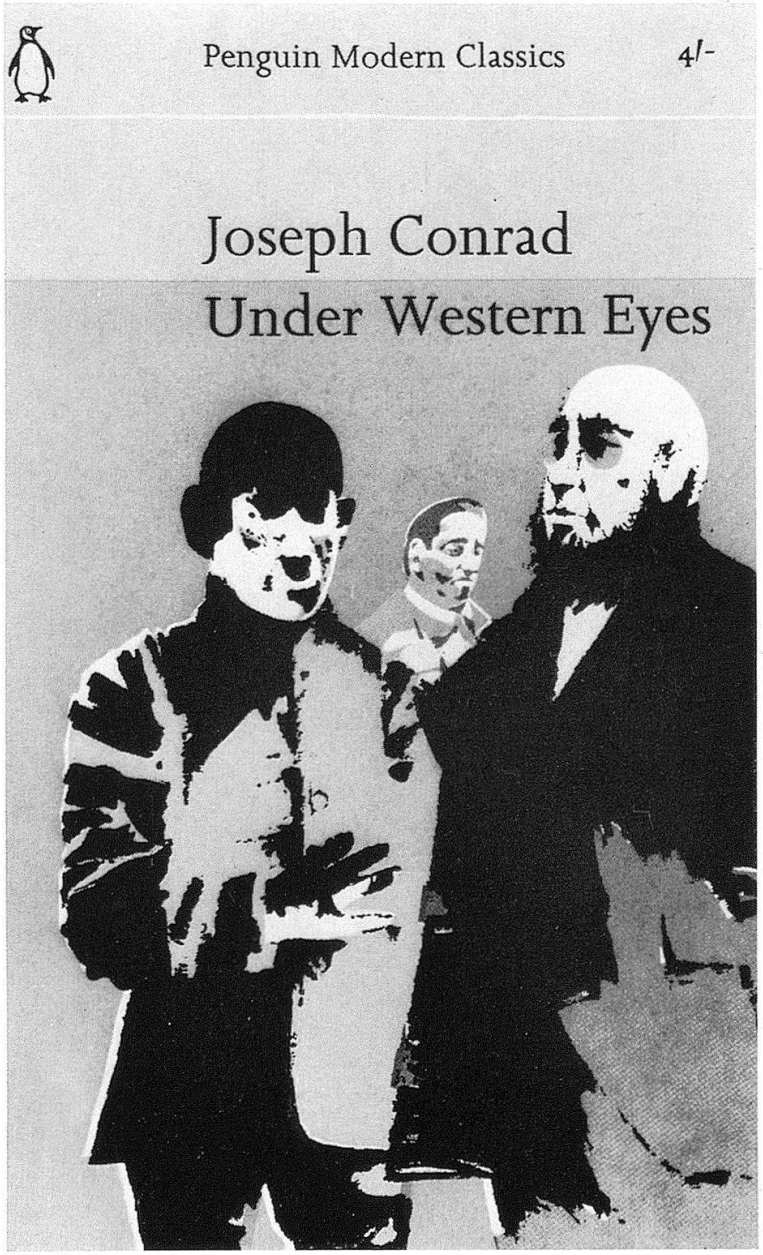
Eine einfache geschäftliche Überlegung bestimmte dann bald die weitere Produktionspolitik der Wiegendrucker wie der Paperback-Verleger: das investierte Kapital verlangte ständige und möglichst gleichmäßige Beschäftigung. Mehr und immer noch mehr Ausgaben der Schriften des heiligen Gregor, der Briefe Ciceros und der Fabeln Äsops taten es einfach nicht: lebende Autoren und aktuelle Zeit- und Streitfragen erschienen nun im Erstdruck – und kommen im Taschenbuchformat heraus. Damals die Entdeckungsreisen der Spanier und Portugiesen, mit Handbüchern über nautische Erfindungen und astronomische Berechnungen; dann die unermeßliche Literatur für und wider die Reformation der Kirche – heute die populären Darstellungen und Diskussionen über Psychoanalyse, Weltraumflüge (mit der dazu gehörigen Science Fiction) und Atomphysik. Jeder geschäftstüchtige Buchhändler, jeder gewitzte Kioskinhaber hatte und hat sie auf Lager.

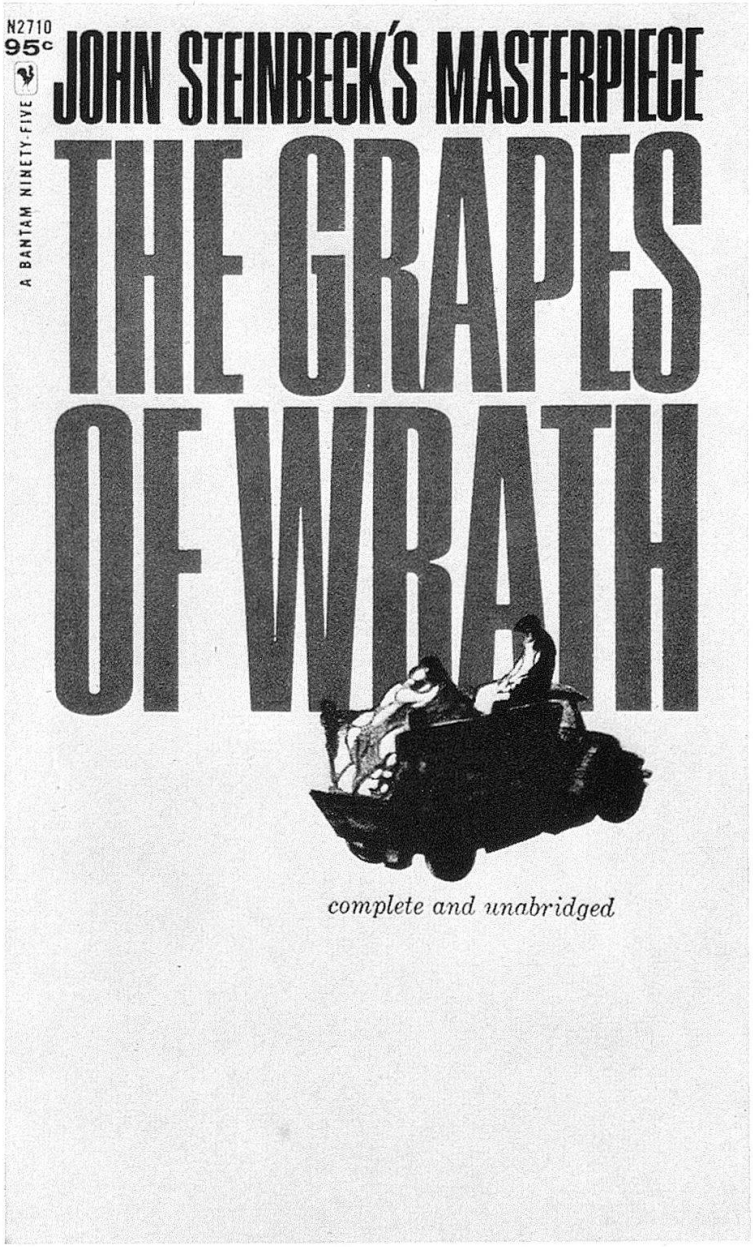
Die Soziologie des bücherlesenden und bücherkaufenden Publikums gibt auch die (oder wenigstens eine) Erklärung für den Zeitpunkt, in dem Inkunabeln und Paperbacks auftreten. In der Mitte des 15. Jahrhunderts hatten die Laien das mittelalterliche Bildungsmonopol der Kirche endgültig gebrochen; das Bürgertum der blühenden Städte, das juristisch geschulte Beamtentum der Höfe, in England die politisch zur Herrschaft aufsteigende «Gentry» – dies waren die Kreise, die den wirtschaftlichen Erfolg des Druckgewerbes ermöglichten. Der – an der Verbreitung der Paperbacks gemessen – geringe Erfolg der ersten Taschenbücher des 19. Jahrhunderts läßt sich aus der Einstellung des Publikums erklären, an das Reihen wie H. G. Bohns «Standard Library» (1846) und «Shilling Series» (1850) oder «Reclams Universal-Bibliothek» (1867) appellierten: es waren im wesentlichen das gebildete Bürgertum und die Jugend der höheren Schulen – Schichten also, die auf gute Ausstattung (mit solidem Einband) größeren Wert als auf Billigkeit legten, aber gleichzeitig auch Hemmungen hatten, selbst ein billiges Buch nach der Lektüre einfach fortzuwerfen. Aufstrebende Männer aus dem Arbeiterstand, für die ein Reclam-Bändchen vielleicht den Zugang zur höheren Bildung eröffnete, waren nicht zahlreich genug, um darauf eine Massenproduktion aufzubauen.

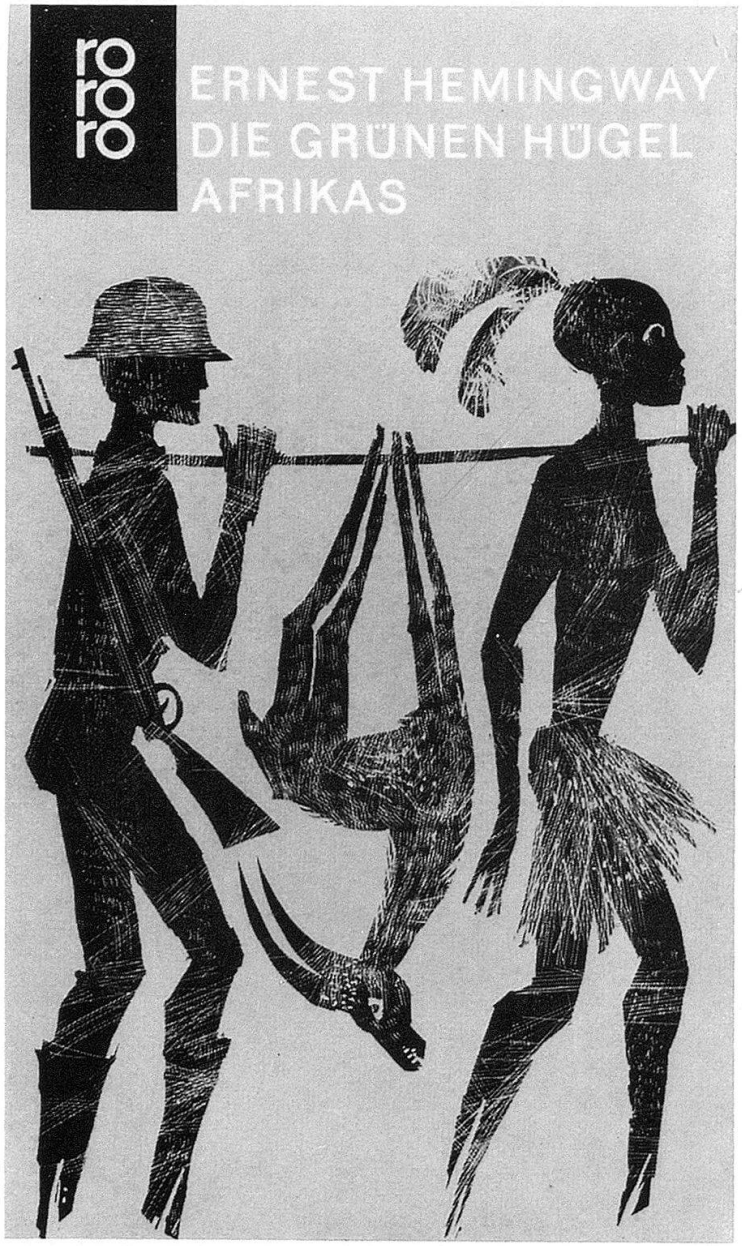
Die eigentliche Geschichte des Taschenbuches beginnt nach dem Ersten Weltkrieg. Die Grundlagen, auf denen die Stabilität

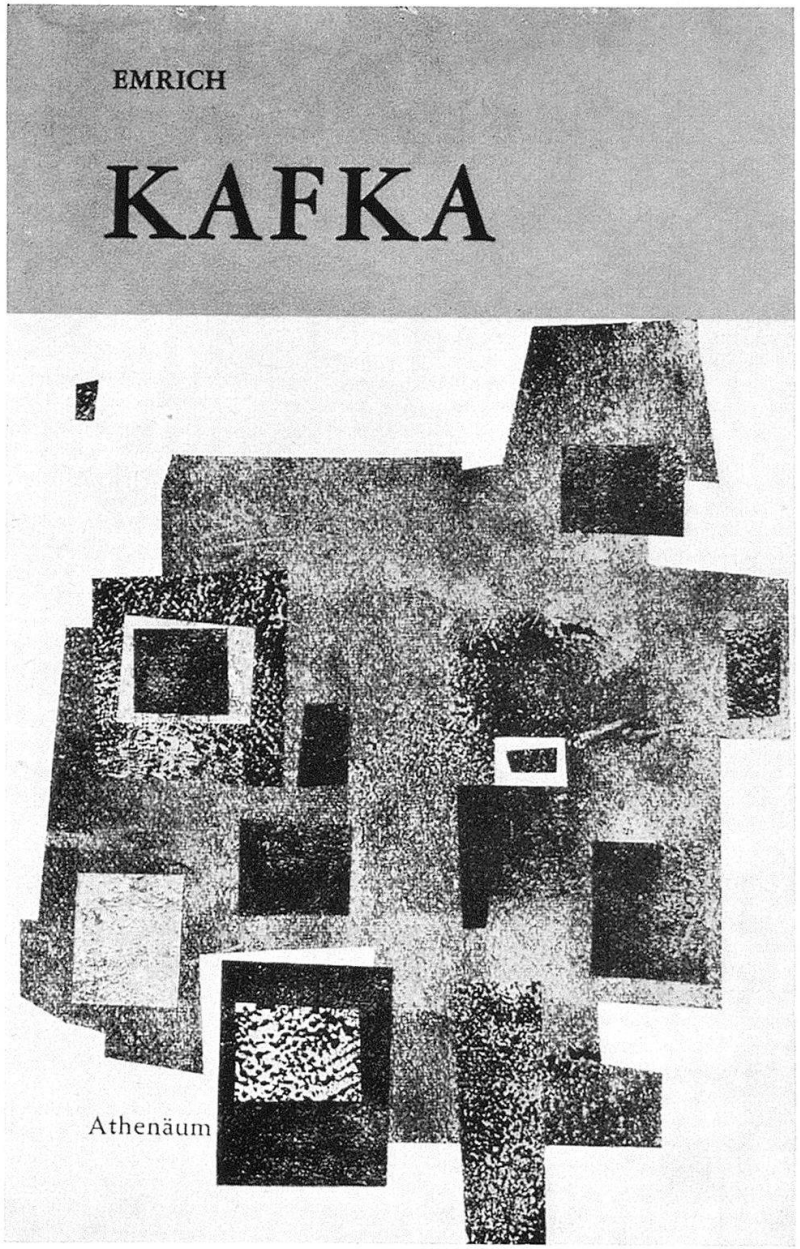
---

«Die Penguin-Verleger nach der Geschäftssitzung», Gemälde von Rodrigo Moynihan, R.A. Von links nach rechts: Dr. E. V. Rieu, Sir Allen Lane, J. E. Morpurgo, R. B. Fishenden, Sir William Emrys Williams, Richard Lane, Noel Carrington, Miss E. E. Frost, A. W. Haslett, A. S. B. Glover, Professor C. A. Mace, Michael Abercrombie, Dr. Nikolaus Pevsner, Dr. Gordon Jacob, Professor A. J. Ayer, Miss M. L. Johnson, Miss Eleanor Graham, Professor Max Mallowan, John Lehmann. Mit freundlicher Erlaubnis des Penguin-Verlags. ▶


Penguin Modern Classics
4/-
Joseph Conrad
Under Western Eyes


N2710
95c
A BANTAM NINETY-FIVE
JOHN STEINBECK'S MASTERPIECE
THE GRAPES OF WRATH
complete and unabridged


ro
ro
ro
ERNEST HEMINGWAY
DIE GRÜNEN HÜGEL
AFRIKAS


EMRICH
KAFKA
Athenäum

Hermann Hesse:
Peter Camenzind

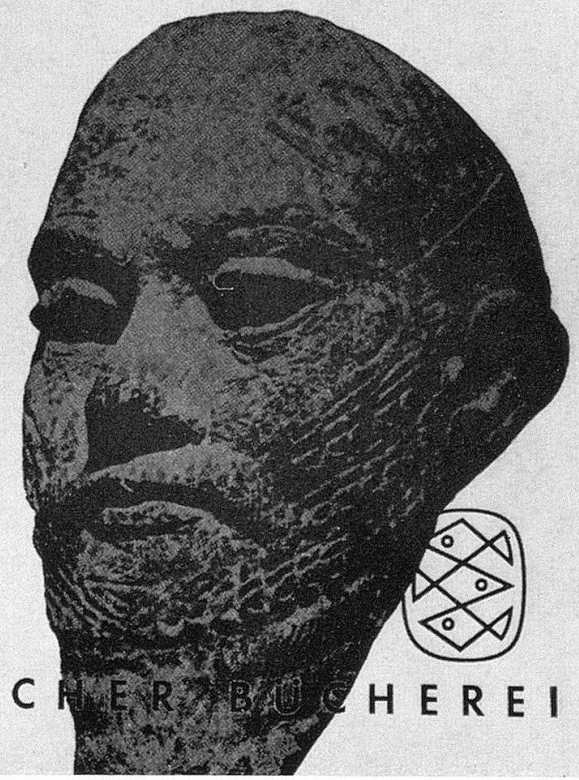
Knaur

Erzählung

BÜCHER DES WISSENS

Franz Altheim

Zarathustra und Alexander



FISCHER BÜCHEREI

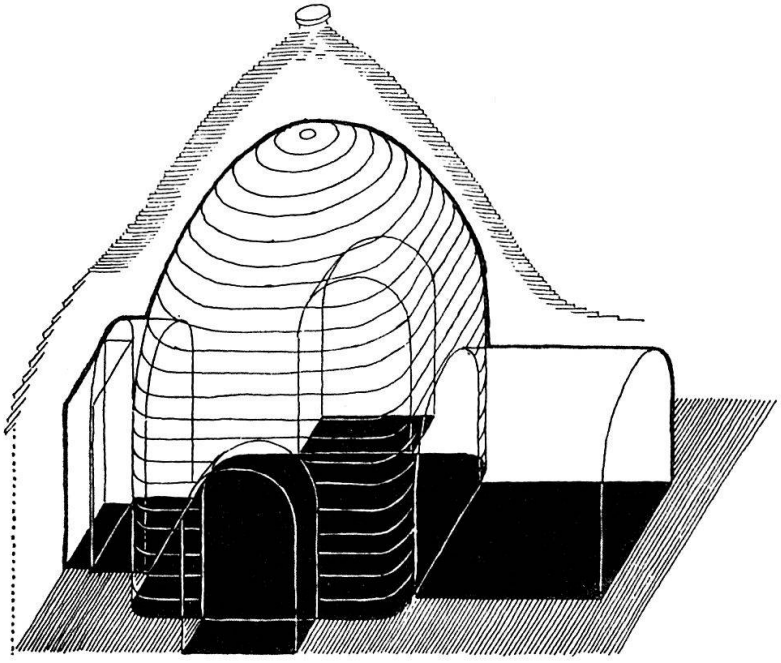
des Mittelstandes beruht hatte, waren weitgehend erschüttert, die bürgerliche Geisteshaltung war fast überall in Frage gestellt. Durch Volkshochschulen und andere Bildungsmöglichkeiten wurde das geistige Niveau des Arbeiterstandes stark gehoben; die in das öffentliche Leben eintretenden Frauen stellten jetzt auch eine aktive Konsumentenschicht dar. Aber die ersten, in den 1920er Jahren in Amerika unternommenen Versuche, billige Taschenbuchreihen einzuführen, scheiterten an verlegerischen Fehlkalkulationen. Man glaubte damals allen Ernstes, daß ein Buch, das ein Zehntel des Originalpreises kostet, automatisch einen zehnfachen Umsatz haben müßte.

Der wirkliche «Durchbruch» erfolgte dann mit der Veröffentlichung der Penguin-Books durch Mr. (später Sir) Allen Lane in England (1935) und der Pocket-Books durch Robert de Graaf in den Vereinigten Staaten (1939). Die Grundsätze, nach denen diese Verleger und ihre Nachfolger und Nachahmer arbeiten, waren ein Jahrhundert früher auf einem Spezialgebiet von dem Mann ausgearbeitet worden, den man gewissermaßen als den Paten der Paperbacks bezeichnen kann: Christian Bernhard Tauchnitz (1816–1895). Seine «Collection of British (später: and American) Authors» (1842) war auf folgenden Prinzipien aufgebaut: 1. Zusammenarbeit mit den Originalverlegern, während andere Verleger billiger Reihen, wie etwa Reclam, sich lange mit der Veröffentlichung ungeschützter Nachdrucke begnügten. Die Zustimmung der Verleger wurde dadurch gewonnen, daß Tauchnitz den Vertrieb selbst einzelner Bände in England ausdrücklich verbot. Diese geographische Beschränkung hat ihr, sozusagen chronologisches, Gegenstück darin, daß Paperbacks in der Regel erst nach einer gewissen Zeitspanne – gewöhnlich zwei Jahren – auf den Markt kommen und damit den Originalausgaben einen ausreichenden Start gewähren. Hinzu kommt, daß sich die Paperbacks an andere Käuferschichten wenden, also den Absatz der Originalausgabe nicht nur nicht beeinträchtigen, sondern eher erhöhen, wenn der Käufer ein ihm lieb gewordenes Buch in besserer Qualität seiner Bücherei einverleiben möchte. 2. Zustimmung der Autoren, die leicht zu erreichen war, da sich ihnen ein neuer Markt und neue Verdienstmöglichkeiten eröffneten – unter dem Schlagwort «großer Umsatz, kleiner Nutzen». In einer Zeit, wo es noch keinen internationalen Urheberschutz gab, ging Tauchnitz mit glänzendem Beispiel voran, indem er aus freien Stücken seine englischen Autoren honorierte. Eine hübsche Anekdote möge hier eingefügt werden. Als sich Tauchnitz bei W. M. Thackeray für sein mangelhaftes Englisch entschuldigte, erwiderte ihm dieser: "A letter accompanied by £ 50 is always in good style." 3. Einheitliche, leicht erkennbare Ausstattung, einheitlicher Preis, einheitliche Werbung – drei miteinander zusammenhängende Grundsätze, als deren Erfinder wohl Aldus Manutius mit seinen Taschenausgaben antiker Autoren (1501) gelten darf. Aldus hat auch den Weg gewiesen, die Nachteile billiger Serienerzeugung durch gute Typographie gewissermaßen auszugleichen.

Francesco Griffo, der Schöpfer der Kursive, leistete Aldus diesen Dienst; die Tauchnitz-Bände waren vortrefflich gedruckt, wenn man den Tiefstand der damaligen Druckkunst berücksichtigt. Giovanni Mardersteig widmete seine Begabung als Buchschöpfer den späteren Tauchnitz-Bänden, und der Penguin-Verlag hatte das große Glück, nacheinander von Mardersteig, Jan Tschichold und Hans Schmoller beraten zu werden, die ihren hohen Standard der Gesamtherstellung der Reihe aufprägten.

Im Lauf der Zeit ist die einheitliche Ausstattung einer gewissen Mannigfaltigkeit gewichen, die aber dem Kenner die gemeinsame Herkunft der Penguin-, Ro-Ro-Ro-, Fischer-Bände usw. kaum verschleiert. Der «Blickfang» in der Buchauslage hat zur Aufgabe der Schlichtheit der ursprünglichen Einbände geführt; die marktschreieri-

schen Farbbilder mancher amerikanischer Serien (die etwa Plato durch Bilder leichtbekleideter griechischer Mädchen und Epheben schmackhaft zu machen suchen) werden erfreulicherweise ein wenig aufgewogen durch die neuen Möglichkeiten, die zum Beispiel Hans Schmoller für zahlreiche Pelican-Umschläge gefunden hat.



Aus Hans Soeder: «Urformen der abendländischen Baukunst» (DuMont Dokumente, Reihe «Kultur und Geschichte»).

Auch der einheitliche Preis hat sich nicht halten lassen. Die Tage, wo ein Penguin-Buch 6 Pence kostete, sind für immer dahin, obwohl sich Sir Allen Lanes Grundgedanke – ein Penguin für den Preis einer Schachtel Zigaretten – durchaus bewährt hat; tatsächlich sind englische Zigaretten jetzt teurer als die meisten Penguin-Bände.

Die einheitliche Werbung hingegen ist geblieben, denn der niedrige Preis eines Taschenbuches macht eine Einzelwerbung wirtschaftlich unmöglich. So würde vielleicht der Penguin-Verlag ein paar tausend oder sogar zehntausend Exemplare von Professor Hattos vorzüglicher Tristan-Ausgabe in Indien oder Japan absetzen können, wenn für dieses dem orientalischen Geschmack sehr zusagende Werk Sonderpropaganda in jenen Ländern gemacht würde; aber der zu erwartende Mehrabsatz würde die Werbekosten niemals einbringen, und der Verlag muß sich daher notwendigerweise auf die Werbung für die ganzen Reihen seiner Penguin-, Pelican-, Puffin-Bücher und so weiter einstellen, selbst wenn er gern dem einen oder andern Band größeren Erfolg wünschen würde. Tatsächlich haben die meisten Taschenbuch-Reihen sich ein solches Ansehen erworben, daß die Einzelbände sich sozusagen gegenseitig propagieren.

Im Widerspruch zu dem alten Satz «Inter arma silent musae» hat der Zweite Weltkrieg die Entwicklung des Taschenbuchs außerordentlich gefördert. Riesige Buchbestände wurden während der Luftangriffe zerstört, andrerseits nahm der Lesehunger des Publikums gewaltig zu. Die Nachkriegszeit brachte die Gründung zahlreicher neuer Taschenbuchverlage. Ihre Zahl in England beträgt jetzt (1964) genau 150. Aber von diesen 150 Firmen sind neun

für 84% der Gesamtproduktion verantwortlich, und der erste Paperback-Verlag, Penguins, beherrscht noch immer ein Viertel des Marktes mit einer Jahreserzeugung von 400 Titeln und einem Jahresumsatz von 22 Millionen Exemplaren.

Verschiedene ausgesprochene Taschenbuchverlage brachten auch gebundene Bücher heraus, während Nicht-Taschenbuchverlage wiederum sich Paperback-Serien aus den eignen Verlagsbeständen zulegten; hier ging der Londoner Verlag Macmillan mit seinen «Paper-Macs» voran. Heute ist es – was für eine Ironie des Taschenbuchschicksals – bereits so weit, daß einige Taschenbücher nachträglich von «traditionellen» Verlegern übernommen und in gebundenen Ausgaben herausgegeben werden.

In Amerika nahm die Entwicklung des Taschenbuches einen besonderen Verlauf. Während des Zweiten Weltkrieges erstickten die von der amerikanischen Regierung subventionierten «Overseas-Editions» fast völlig den regulären Buchmarkt, mit dem Ergebnis, daß in Amerika die «Soft-cover-Verleger» jetzt direkte Rivalen der «Hardcover-Verleger» geworden sind. Heute kann ein amerikanischer Verleger nur noch existieren, wenn er seine Produktion durch den Verkauf subsidiärer Rechte gesichert hat:

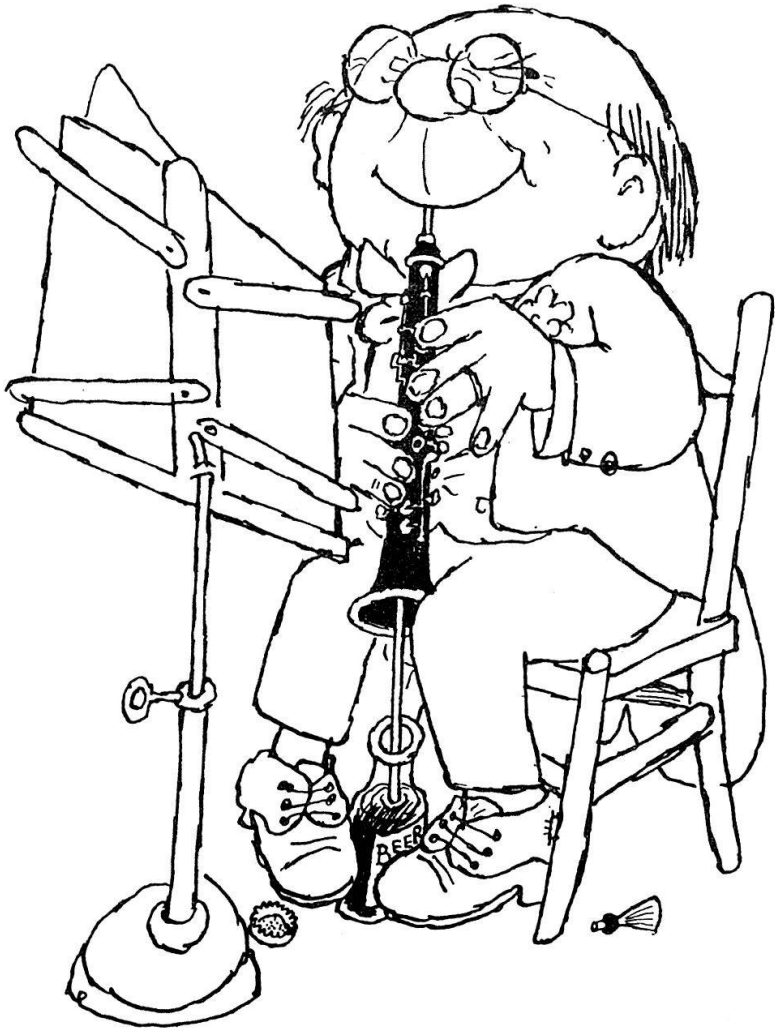


Illustration aus «The Penguin Hoffnung»

Sonderausgaben für Buchklubs, auszugsweise Veröffentlichungen in Digest und vor allem das Nacheinander oder fast Nebeneinander von gebundenen und Taschenbuch-Ausgaben.

Eine Sonderentwicklung der letzten zehn oder fünfzehn Jahre ist die steigende Bedeutung der Paperbacks als wirkliche «Bildungsbücher». In Europa, Großbritannien und in den Vereinigten Staaten ist die Zahl der Universitätsstudenten aus den minderbemittelten Schichten ungeheuer gewachsen – diese sind die prädestinierten Käufer solcher Reihen wie der Urban-Bücher, Rowohlts Enzyklopädie, Piccola Biblioteca Einaudi, Que sais-je? und so weiter, genau wie im 16. Jahrhundert die Studenten dankbar die billigen Inkunabeln erwarben. Die «Paperback-University» arbeitet für den abschätzbaren Markt der Universitäten, aber gleichzeitig auch für den gebildeten Laien, der auf diese Weise Zugang zu den Problemen der zeitgenössischen Wissenschaft gewinnt. Für die Preisgestaltung der wissenschaftlichen Paperbacks ist es bedeutungsvoll, daß die Originalverleger die Druckkosten durch die gebundenen Ausgaben für den Gebrauch von Bibliotheken hereinbringen, so daß Studenten-Ausgaben billig und trotzdem verlegerisch einträglich veröffentlicht werden können. Deren großer Absatz erlaubt wiederum, den Preis der gebundenen Ausgaben verhältnismäßig niedrig zu halten – im Gegensatz zu der unbegreiflichen Preis- und Auflage-Politik der bundesdeutschen wissenschaftlichen Verleger, die auf diese Weise viele wertvolle Werke vom internationalen Markt ferngehalten haben.

Aus Johannes von Hildesheim: «Die Legende von den Heiligen Drei Königen» (Deutscher Taschenbuch-Verlag).

Ein ganz neues Feld für billige Taschenbücher mit Bildungszwecken hat sich in den aufsteigenden Entwicklungsländern Afrikas und Asiens eröffnet. Hier gibt es Millionen potentieller Leser, deren Bildungshunger nur von ihrer Armut übertroffen wird. Die Sonderreihe der «West African Penguins» (1953) hat hier den Weg gewiesen. Die USA-Regierung subventionierte von 1956 bis 1960 die Ausfuhr von Paperbacks mit einem Verkaufspreis von 10–15 Cents. Von

den etwa 30 Millionen in Auftrag gegebenen Bänden waren 25 Prozent für Europa, 20 Prozent für Lateinamerika, 25 Prozent für den Fernen Osten, 15 Prozent für Indien, 10 Prozent für Mittelost und 5 Prozent für Afrika bestimmt – was übrigens einen sehr interessanten Einblick in die völlig verfehlte politische Zielsetzung der Dulles-Ära gibt. Auch die Sowjetunion propagiert mit Hilfe von Taschenbüchern in englischer Sprache ihre Ziele, besonders in Asien und Afrika.

So ist das Taschenbuch eine gewaltige Bildungswaffe, mit allen Gefahren der Bildungspropaganda, für alle Völker der Erde geworden. Bei einer Jahresproduktion von 400 Millionen in Amerika und 80 Millionen in England ist das Taschenbuch das Normalbuch der heutigen Zeit geworden. Es umschließt jetzt das ganze geistige Erbe der Menschheit, und wir haben uns mit dem Taschenbuch abzufinden, wie die leidenschaftlichen Bücherfreunde und Verehrer des handgeschriebenen Buches von 1500 sich mit dem gedruckten Buch abzufinden hatten.

Hans Arp: Holzschnitt 1920. Aus: «Stationen», einem als Paperback gestalteten Verlagsalmanach (1904–1964) von Piper, München.