

FLORIAN GLÜCK

WIE WIRD MAN KLASSIKER?
RAINALD GOETZ IM SUHRKAMP VERLAG

Abstracts:

Mit dem Roman *Irre* wird Rainald Goetz 1983 zum Suhrkamp Autor. Der Beitrag zeichnet die Homogenisierungseffekte seiner Verlagsautorschaft nach und nimmt insbesondere die Paratexte seines Buchwerks in den Blick. Zwischen Szenebewusstsein und Suhrkamp Kultur gelingt es Rainald Goetz, ganz unterschiedliche Aufmerksamkeitsressourcen, Lektürekontexte und Rezeptionsgruppen in seine Werkpolitik einzubinden.

With his novel *Irre*, Rainald Goetz becomes a Suhrkamp author in 1983. This article traces the homogenizing effects of his authorship at the publishing house, focusing in particular on the paratexts of his books. Between scene awareness and Suhrkamp culture, Rainald Goetz succeeds in integrating different attention resources, reading contexts, and reception groups into his work politics.

I. Ankommen in der Suhrkamp Kultur

1986, drei Jahre nach Rainald Goetz' Romandebüt *Irre*, erscheinen in der *edition suhrkamp* der »Stücke«-Band *Krieg* und der Prosaband *Hirn*, eine Bündelung von Zeitungs- und Zeitschriftenbeiträgen, die der Autor zwischen 1983 und 1985 in der *Süddeutschen Zeitung*, der *Spex* und dem *Merkur* veröffentlicht hat. Wie schon bei seinem Debütroman ist die Aufmerksamkeit des Feuilletons groß. Neben einigen gemäßigten Rezensionen sticht allerdings ein Artikel besonders heraus, der des *FAZ*-Kritikers Werner Fuld, der unter dem Titel *Naiv, modisch und brutal* auf Goetz' Interesse am Zeitgeist eingeht und keinen Hehl daraus macht, was er von dessen Zeitschriftentexten und deren Wiederauflage in der *edition suhrkamp* hält:

Das Haltbarkeitsdatum dieser Texte war schon bei ihrem ersten Erscheinen in obskuren Szeneblättchen überschritten. Sie handeln zum Teil von »dem einzigen wirklich weltumspannenden, rasend schnellen, sich rasend schnell immer neu selbst erneuernden Kulturphänomen«, für das Rainald Goetz in aggressiver Naivität die Discomusik hält. Sie wird in Lokalen gespielt, die

»angesagt« sind; um das zu wissen, muß man »hip« sein. Das ist man, wenn man, dem Autor folgend, jedes verdächtige Anzeichen intellektueller Tätigkeit erfolgreich mit mindestens vier Litern Bier pro Abend niedertrinkt. Dies wiederum kostet Zeit; man könnte beim Gang zur Toilette den neuesten Hit verpassen, und das ist ärgerlich »in einem Bereich, wo Verspätung der Tod ist«.

Wer andere Sorgen hat, wird von Goetz unflätig beschimpft. Er hält seine verbale Raserei für geistige Beweglichkeit und die eigene Denkphobie für den Zeitgeist. [...] Er merkt auch nicht, daß es seinem Credo als Konjunkturritter widerspricht, wenn er nun die alten Tiraden neu auflegt. Was er vor Jahren wütend hinter jeder jeweils neuesten Welle herrief, liest sich heute als das Krakeelen eines notorischen Eckenstehers, dem gerade die Kneipentür vor der Nase zugeschlagen wurde.

[...] [B]ereits die Publikation dieser ebenso überflüssigen wie ärgerlichen Texte (von den »Stücken« zu schweigen) zeigt, daß es für die ehemals anspruchsvolle edition suhrkamp offenbar kein Niveau mehr gibt, das zu unterbieten sie nicht bereit ist.¹

Fulds Kritik, eine Attacke auf Goetz ebenso wie auf den Zeitgeist, liest sich wie die zeitgenössische Façon einer Tradition, die seit der Erfindung von Zeitungen und Zeitschriften intellektuelle Polemiken, Invektiven und Schimpfkanonaden frei Haus liefert – denn für das Verhältnis zwischen Autoren und Kritikern gilt spätestens seit dem 18. Jahrhundert: »Wer schreibt, muß mit Gegenschrift rechnen.«² Die Folgen dieser »Etablierung von Negativität im literarischen Diskurs«³ lassen sich seither in der kritischen Fernkommunikation zwischen Goetz und seinen Rezensenten beobachten.⁴ Allerdings ist mit Blick auf Fulds Gegenschrift noch etwas Weiteres bemerkenswert. Denn die Attacke veranlasste Goetz nicht nur zu einer Kritik der Kritik, das heißt zu einer litera-

1 Werner Fuld, Naiv, modisch und brutal, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 20.9.1986.

2 Steffen Martus, Werkpolitik. Zur Literaturgeschichte kritischer Kommunikation vom 17. bis ins 20. Jahrhundert. Mit Studien zu Klopstock, Tieck, Goethe und George, Berlin und New York 2007, S. 101.

3 Ebd.

4 Diese dürfte schließlich nicht unerheblich zu jenem »Kritikermasochismus« beigetragen haben, den die Literaturkritik ihrem Verhältnis zu Goetz mitunter selbst unterstellt: »Man denkt ja immer, Schriftsteller wollten von Kritikern geliebt werden. Im Fall Rainald Goetz ist das umgekehrt. Da wollen die Kritiker von Rainald Goetz geliebt werden, ganz so, als wäre dessen Wertschätzung der Ritterschlag, jede Geste der Zuwendung eine Art Rainald-Goetz-Superkritikerpreis.« Julia Encke, Die Einladung, in: FAS, 5.8.2012.

turbetrieblichen Entgegnung. Sie brachte ihn auch dazu, etwas zu tun, das für beleidigte Schriftsteller durchaus ungewöhnlich ist, und zwar: seine Bewunderung für den Kritiker zu bekunden. So heißt es einige Zeit später in seinem Bericht *Drei Tage. Text, Bier, Ecstasy* (1989) für die *Spex*:

Mein Lieblingshammer waren die cirka 12 Zeilen zu gut 500 Seiten Krieg [Titel des Werkzyklus, in dem die Bände *Krieg* und *Hirn* 1986 erscheinen, F. G.] seinerzeit in der Frankfurter Allgemeinen vom Benjaministen Werner Fuld, und während ich von diesem gut placierten Magenschwinger ungedeckt getroffen angeschlagen in den Seilen hing, sagte ich mir dauernd, genau, genau so würde ich es auch machen als Kritiker. Und weil man jeden richtigen Gedanken, denkt man ihn gerade nicht, nach drei Minuten schon vergessen hat, läßt man sich immer wieder gern, gerade wenn es weh tut, sauber die Lektion erteilen von den Lockerheinis dieser Welt.⁵

Was Goetz einige Jahre später auch als »Leuchtfeuer der Freude und des Auf-lachens, die in jeder krassen Beschimpfung konkreter Personen, im Kunst-raum der Literatur also, zünden«,⁶ beschreiben wird, trifft im Ringkampf mit dem Kritiker zunächst den Autor selbst, der sich entgegen aller literaturbetrieblichen Wahrscheinlichkeit jedoch nicht nur »angeschlagen« zeigt, sondern auch seine Anerkennung für den Kritiker ausdrückt.

Nun lässt sich anhand der literarischen Fernkommunikation zwischen dem Invektivkünstler Fuld und dem Autor Goetz aber nicht nur die Kultur einer negativen literarischen Kommunikation im 20. Jahrhundert exemplarisch beobachten. Fulds Kritik zeigt auch, wie sich die öffentliche Wahrnehmung von Goetz' Autorschaft auf der Schwelle vom Zeitschriften- zum Verlagsautor verschiebt. Nicht umsonst gelten die Attacken des Kritikers zunächst den »obskuren Szeneblättchen«, in denen Goetz seine ersten literarischen Gehversuche unternimmt und die mit dem Band *Hirn* erstmals gebündelt in der *edition suhrkamp* vorliegen. Deren »Haltbarkeitsdatum« sei schließlich schon »bei ihrem ersten Erscheinen« überschritten gewesen, wie es bei Fuld heißt, weshalb die Wiederveröffentlichung der Texte umso ärgerlicher sei, beschädigten sie doch eine »ehemals« illustre Verlagsreihe derart, dass es »offenbar kein Niveau mehr gibt, das zu unterbieten sie nicht bereit ist.« Nicht weniger als die Reputation des Suhrkamp Verlags zerstören Goetz' Texte also für den traditionsbe-

5 Rainald Goetz, *Drei Tage. Text, Bier, Ecstasy*, in: *Spex* 3 (1989), S. 106–109, hier S. 107.

6 Rainald Goetz, *Klage*, Frankfurt a. M. 2008, S. 65.

wussten Kritiker. Und nicht weniger als die Kultiviertheit der »Suhrkamp Kultur«⁷ steht damit auf dem Spiel.

Analytisch gewendet trifft der literaturkritische »Magenschwinger« damit zugleich ins Herz der Goetz'schen Verlagsautorschaft. Denn Fulds Attacke adressiert nicht zufällig eben jenen Punkt, an dem die medial begrenzte Haltbarkeit von Goetz' Texten in eine potenziell kanonische Haltbarkeit, oder anders gesagt: ins »Pantheon der Suhrkamp Kultur« übergeht, dem ein »Zug ins Monumentale« innewohnt.⁸ Für Kritiker, die ihre Affinität zur Kulturbewahrung so offen ausstellen wie Fuld, sind mit der Pantheonisierung obskurer Texte also erhebliche Probleme verbunden: Wenn Goetz »die alten Tiraden neu auflegt«, so verliert er nicht nur das »Credo als Konjunkturritter«, sondern droht auch zum *Klassiker* zu werden; er wird in den Rang der Suhrkamp Kultur berufen und aufgefordert, zu ihrem »dauernde[n] Verdienst«⁹ beizutragen. Dass Fuld in diesem Zusammenhang der Ausdruck »hip« besonders übel aufstößt – denn »das ist man, wenn man [...] jedes verdächtige Anzeichen intellektueller Tätigkeit erfolgreich mit mindestens vier Litern Bier pro Abend niedertrinkt« –, scheint dabei zugleich symptomatisch. Selbst in Anführungszeichen gesetzt, zitiert er mit dem Begriff unter der Hand einen Text herbei, den Goetz selbst in den Band *Hirn* aufgenommen hat und der – unter dem bezeichnenden Titel *Was ist ein Klassiker* – wiederum einen Besuch des jungen Autors auf dem Marbacher Schillerhügel schildert: »Ich aber habe nach Marbach fahren müssen, weil ich einfach nicht weiß, ob Friedrich Schiller ein Klassiker ist oder ein Arsch.«¹⁰ Dass ein Klassiker etwas ist, das »Mut macht, einem neue Kraft gibt, neue Stärke, neues Neu und neue Wut für die nächste neueste Attacke«, sollte dem Autor dabei ebenso zu denken geben wie die Einsicht, dass Klassiker nicht nur in Form von Büchern, sondern auch in Gestalt von »Tanzlokalen« in Erscheinung treten, »weshalb ich, der ich so hip bin, daß ich nicht hip sein brauche, dauernd genau da hin gehe und da das Bier trinke. Also ist das Tanzlokal ein

7 Wie George Steiner die Bedeutung des Verlags hervorhob: Adorno: love and cognition, in: Times Literary Supplement, 9.3.1973. Im Folgenden zitiert nach der deutschen Teilübersetzung in Suhrkamp-Verlagsgeschichte 1950–1987, hg. vom Suhrkamp Verlag, Frankfurt a. M. 1987, S. 55.

8 Philipp Felsch, *Der lange Sommer der Theorie*, München 2015, S. 160 f.

9 Steiner, Adorno: love and cognition; Claudia Michalski merkt an, dass die *edition suhrkamp* »aufgrund der ihr zugeschriebenen Bedeutung und Relevanz besonders geeignet [ist], einen differenzierten Blick auf die Suhrkamp-Kultur zu werfen.« Claudia Michalski, *Die edition suhrkamp. Reihe und Regenbogen*, in: IASL 43 (2018), H. 1, S. 181–197, hier S. 183.

10 Rainald Goetz, *Hirn*, Frankfurt a. M. 1986, S. 23. Im Folgenden zitiert: H.

klarer klassischer Klassiker wie Goethe.« (H, S. 24 f.) Wer sich mit dem literarischen Kanon auf derart schamlose Weise an den Tresen begibt, muss freilich (spätestens) nach dem dritten Bier mit dem Unmut intellektueller Türsteher rechnen. Folgt Goetz (vermutlich schon leicht angetrunken), ein Klassiker sei »im besten Fall [...] logisch das, was auch Pop im besten Fall ist: nämlich ein Hit«, so kann man sich die Aversion des Kritikers Fuld nur vorstellen – dieser assoziiert »Hits« schließlich mit einem »Gang zur Toilette«.

Als feuilletonistischer Türhüter, der über den heiligen Bezirk der Literatur wacht, attackiert Fuld damit aber nicht nur den Autor. Indem er Goetz aus der »ehemals« ehrwürdigen Tradition der Suhrkamp Kultur ausschließt, schließt er den Suhrkamp Verlag im Gegenzug in seine Kritik ein. Nicht nur antizipiert er also die für Goetz zentrale Sozialisation im Medium Zeitschrift, sondern auch die Konsequenzen und Synergieeffekte, die seine Aufnahme in den Suhrkamp Verlag zeitigt. Schließlich vollzieht sich die Wiederveröffentlichung von Goetz' »alten Tiraden« erst im Zuge einer Konfektionierung seines fragmentarischen Zeitschriftenwerks im Medium Buch, oder genauer gesagt: in der Reihe *edition suhrkamp*. Nimmt Fuld *diesen* Übergang zum Ausgangspunkt seiner Kritik, erkennt er ausdrücklich die Bedeutung der Überführung von Goetz' Zeitschriftenartikeln ins Verlagswerk an und erfasst – ob bewusst oder unbewusst – zugleich Goetz' Stellung als »destruktiver Typ« und »Hassliterat«, dessen Profilierung durch den Band *Hirn* weiter verstärkt wird.¹¹ Nicht umsonst bildet den Auftakt des Bandes der Klagenfurter Text *Subito*, mit dem sich der Autor ins Gedächtnis des modernen Literaturbetriebs einschreibt. Und nicht zufällig rücken vor dem Hintergrund der wiederveröffentlichten Texte die frühen Artikel des Jungautors Rainald Maria Goetz, der Ende der 1970er Jahre zunächst mit (Kinderbuch-)Rezensionen, Essays und Reportagen in Erscheinung getreten war, in den Hintergrund. Hatten Goetz' erste Gehversuche noch eine »Flucht nach Innen« angetreten,¹² ist in *Hirn* (und der kritischen Lektüre von *Hirn*) der stille Solitär, solipsistische Leser und sanfte Mittelnamentträger längst ins Unbewusste seiner Autorschaft abgerückt.

11 Die Charakterisierung als Hassliterat ist in den Rezensionen zu *Hirn* omnipräsent und kehrt noch Jahre später in Kritiken und Interviews zur Beschreibung des frühen Werks wieder. Vgl. etwa das Interview zwischen Volker Hage, Wolfgang Höbel und Rainald Goetz, Ein Hau ins Lächerliche, in: *Der Spiegel* 50 (1999), S. 250–253, hier S. 251.

12 Vgl. Thomas Wegmann, Stigma und Skandal oder ›The making of Rainald Goetz, in: *Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart*, hg. von Markus Joch, York-Gothart Mix und Norbert Christian Wolf gem. mit Nina Birkner, Tübingen 2009, S. 205–219, hier S. 206.

Andreas Bernard hat die editorische Räumlust dieses destruktiven Charakters einmal so beschrieben, »dass es im Werk des Autors nichts Zerstreutes oder Marginales geben möge.«¹³ Versteht man Goetz' frühe Zeitschriftenautorschaft als Rückseite seiner werkpolitischen Kohärenzbestrebungen, so lässt sich die Etablierung seiner Verlagsautorschaft zugleich an der Art und Weise ablesen, wie seine zerstreuten Texte in den Suhrkamp Verlag überführt werden. Dafür steht einerseits die Textauswahl, die er mit dem Band *Hirn* vornimmt und die das Profil des Autors als *angry young man* stärkt. Und dafür steht andererseits die Gestalt seiner in den Verlagsband aufgenommenen Texte selbst, die nicht nur ihr Publikationsumfeld, sondern auch typographische Merkmale und Eigenschaften im Übergang von der ursprünglichen Textfassung zur Verlagsfassung verändern, wie beispielsweise Goetz' erster *Spex*-Artikel *Gewinner und Verlierer* (1984) zeigt, der im Zeitschriftenformat seinen Reiz nicht zuletzt durch die Anordnung einer Bilderfolge gewinnt, die das zerstückelte, verzerrte Antlitz des Autors in den Vordergrund rückt (vgl. Abb. 1 und 2).

Demgegenüber erscheint derselbe Text nach Überführung in die *edition suhrkamp* in einer temperierten, bilderlosen Schriftlandschaft. Mit der Aufnahme in die Buchreihe verliert der Text also auch ein ikonisches Element, das nicht nur die gestalterische Experimentierfreude der Zeitschrift *Spex* veranschaulicht, sondern auch das *Image* des Zeitschriftenautors Goetz reflektiert. Im Layout der *edition suhrkamp* wird der bilderreiche Schriftsatz zum gemäßigten Doppelgänger seiner selbst, insofern das für ihn ursprünglich konstitutive typographische Dispositiv der Zeitschrift *Spex* – in der Größe 25 × 35 cm – von einem verlagsseitig formatierten Reihensatz – in der Größe 11 × 18 cm – abgelöst wird.

Der Gewinn eines verlagspolitischen Werkaufbaus kommt für den Autor also nicht ohne den Preis einer gewissen Normierung. Mit der Stabilisierung und Vereinheitlichung von Goetz' Autorschaft und der Überführung seiner Zeitungs- und Zeitschriftenartikel in die Textsammlung *Hirn* geht eine Standardisierung der *Anföhligkeit* seines Werks einher, die sich ebenso im Layout der *edition suhrkamp* wie im (ikonischen) Beschneiden der ursprünglichen Textfassungen zeigt. Was in der *Spex* auf Zeitungsseitengröße noch zurecht den Ausdruck »Der Text ist meine Party«¹⁴ für sich reklamieren konnte (nicht zu vergessen, dass die *Spex* ihr Layout in kurzen Abständen wechselte und Goetz'

13 Andreas Bernard, Die Welt der Seele, in: Süddeutsche Zeitung, 10./11.10.2009.

14 So das prominent platzierte Motto in Goetz' Text *ANGST*, in: *Spex* 1 (1990), S. 34–37, hier S. 34.

Motto damit auch symptomatisch für die ästhetische Sprunghaftigkeit der Zeitschrift stand), überschreibt in der *edition suhrkamp* ein vergleichsweise harmonisches Textbild, das mit Philipp Felsch als Effekt einer »Apotheose des gedruckten Wortes«¹⁵ beschrieben werden könnte. Vor diesem Hintergrund erscheint auch der »Dank« (H, S. 197), den der Autor seinem Band *Hirn* (1986) – und später seiner Textsammlung *Kronos* (1993) – beifügt, geradezu symptomatisch, liest er sich doch als Echo auf eben jene Publikationskontexte, in denen seine Texte ursprünglich veröffentlicht wurden. Indem sich der Autor auf den letzten Seiten seiner Bände bei den Zeitungen und Zeitschriften bedankt, die ihm ermöglichten, die Texte erstmals zu publizieren, reflektiert er einerseits die heterogene Ordnung seiner Autorschaft und andererseits deren nachträgliche Homogenisierung im Verlagswerk. Entgegen der vom Autor gewählten Beschreibung seines ersten Sammelbandes als »Schrift Zugabe« (H, S. 2), erfüllt die Bündelung der Zeitschriftenartikel damit allerdings weit mehr als nur eine supplementäre Funktion. Die Vereinheitlichung jener »überflüssigen wie ärgerlichen Texte«, wie es bei Fuld heißt, ermöglicht schließlich die Suggestion einer stilistischen und historischen Autor-Einheit, die wesentlich zur Stabilisierung von Goetz' Verlagsautorschaft und zur Profilierung als destruktivem Charakter beiträgt.

Mit dem Suhrkamp Verlag, der nicht Goetz' erste, aber vermutlich beste Adresse auf dem Weg zur (zeitweise) »größten Autorität« unter den »Gegenwarts-Autoren« war,¹⁶ wird die Wirkung seiner Autorschaft also ebenso reichweiten-technisch verstärkt wie verlagsseitig zugerichtet. Mit dem »Dank«, der seinen Band *Hirn* abschließt, antizipiert der Autor die horizontale Verbreitung seiner frühen Texte und deren vertikale Bündelung, Normierung und Konfektionierung in der *edition suhrkamp*. Bis heute wirbt der Suhrkamp Verlag mit der Einbeziehung der *Backlist* seiner Autoren unter der Prämisse, dem Verlag gehe es nicht »um das einzelne Buch [...], sondern um die literarische oder wissenschaftliche Gesamtphysiognomie seiner Autorinnen und Autoren.«¹⁷ Eben diesen Vorgang scheint Goetz' Band *Hirn* exemplarisch zu veranschaulichen, wenn er die frühen Texte des Autors von einer kontingenten und zerstreuten Wahlverwandtschaft in die Kohärenz einer selektiven Werkordnung überführt. Und damit zeigt er zugleich, wie Goetz' »Gesamtphysiognomie« als Autor bereits kurz

15 Felsch, *Der lange Sommer der Theorie*, S. 160.

16 Wie etwa der Literaturwissenschaftler und »Fan« Nikolaus Wegmann noch 2010 bemerkte: *Wie kommt die Theorie zum Leser? Der Suhrkamp Verlag und der Ruhm der Systemtheorie*, in: *Soziale Systeme* 16 (2010), H. 2, S. 463–470, hier S. 468.

17 Aus der Selbstauskunft des Suhrkamp Verlags, https://www.suhrkamp.de/suhrkamp_verlag_14.html (1.2.2022).

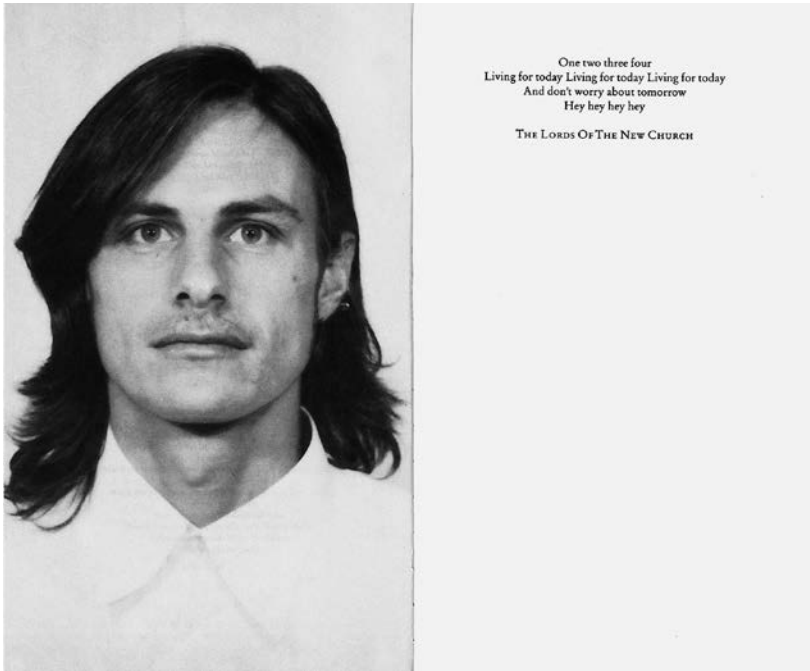


Abbildung 3: »Living for today / And don't worry about tomorrow«. Goetz' Band »Hirn« in der »edition subrkamp« (1986), © Subrkamp Verlag

nach seiner Aufnahme in den Verlag mit Blick auf retrospektive Arbeiten – und die prospektive Gestalt – seiner Autorschaft vermessen wird.

Wenn mit der Tradierung als Suhrkamp-Autor also immer auch gewisse Monumentalisierungstendenzen verbunden sind, wie Philipp Felsch die Bedeutung der Suhrkamp Kultur pointierte und wie sie – *ex negativo* – auch Werner Fuld antizipierte, so scheint bereits die Gestalt des Bandes *Hirn* erste Hinweise auf jene Werkmonumentalität zu liefern: Eingehüllt in einen pechschwarzen Umschlag suggeriert der Band bereits in seiner äußeren Erscheinung die Würde von Totentafeln; beim Aufschlagen erwartet interessierte Leserinnen und Leser sodann ein Porträt des Autors, das ihn nicht mehr in zerstückelten Fragmenten, sondern – als handle es sich um ein Passbild, mit dem sich der Autor einer Leserschaft vorstellt – feinsäuberlich kadriert zeigt; in faltbarer Distanz zu diesem Porträt findet sich schließlich ein Zitat, das wirkt, als habe es der Autor in den Hallraum eines Pantheons hineingerufen: »One two three four / Living for to-

day Living for today Living for today / And don't worry about tomorrow / Hey hey hey hey«. (H, S. 7) Wo, wenn nicht in einem Pantheon, müsste sich ein Autor, der das Echo des Heute so gerne hört wie Goetz, weniger um Morgen sorgen (vgl. Abb. 3)?

Unter werkpolitischen Gesichtspunkten lässt sich Goetz' (fraglose) Frage »Was ist ein Klassiker« damit zugleich in eine praxeologische Folgefrage überführen: Wie wird man Klassiker? Nicht nur was ein Klassiker ist, sondern wie man einer wird, scheint sich schließlich anhand der Einbeziehung seiner *Backlist*, der verlagstechnischen Zurichtung seiner Werke, der geflissentlichen Auswahl seiner Texte und dem *Image* seiner Autorschaft zur Herstellung einer Verlagsphysiognomie zu zeigen. Und weniger die Frage nach der gelungenen (oder misslungenen) Nutzung intellektueller Regungen (die man mit Fuld entweder asketisch befolgt oder aber »niedertrinkt«), sondern die Frage nach dem Widerhall einer Institution in der Gestalt einer Autorschaft scheint dabei die Klassikerwerdung zu befördern. Wie Goetz in die »Bastion der ›Klassiker‹«¹⁸ Suhrkamp einzieht, deutet sein Band *Hirn* hier bereits an. Wie er sich als solcher profilieren wird, zeigen hingegen die wandelbaren Erscheinungsformen seiner Verlagsautorschaft und besonders anschaulich die Ausgaben seines Debütromans *Irre*, die gleich mehrfach – von der Erstausgabe (1983) über die Taschenbuchausgabe (1986) bis hin zur Aufnahme in die *Bibliothek Suhrkamp* (2008) – ihre äußere Gestalt verändern und die verlegerische Normierungskraft verinnerlichen werden: Während auf dem Buchumschlag der Originalausgabe von *Irre* 1983 noch ein Bild des *irren* Autors abgedruckt ist, scheint sich das Erscheinungsbild des Romans im Laufe der Zeit zunehmend der Reihenästhetik des Suhrkamp Verlags anzupassen (vgl. Abb. 4 bis 7). Wie gezähmt erscheint *Irre* schließlich als Klassiker-Ausgabe in der *Bibliothek Suhrkamp* (2008), deren farbige Linie ihn seither mit anderen Suhrkamp-Klassikern verbindet.

II. Pragmatik einer Autorschaft

Dass die »Linearität der Typographie« im Buchzeitalter als »entscheidende Agentin der Standardisierung, Uniformierung und ›Homogenisierung der Einzelmenschen‹«¹⁹ wahrgenommen werden kann, hat Lothar Müller mit Blick auf

18 Tobias Amslinger, »Leben mit einer Dünndruckausgabe?« Max Frischs ›Gesammelte Werke in zeitlicher Folge‹ bei Suhrkamp, in: IASL 43 (2018), H. 1, S. 108–126, hier S. 108.

19 Lothar Müller, *Weisse Magie. Die Epoche des Papiers*, München 2012, S. 89.

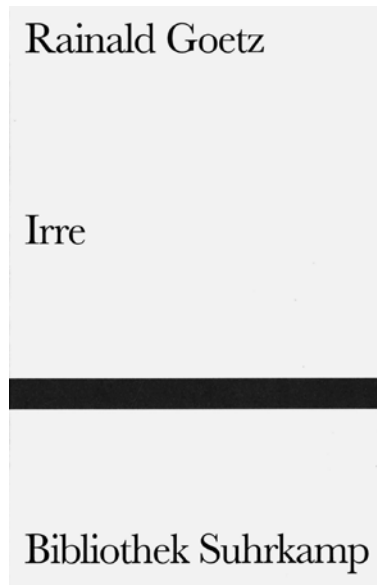
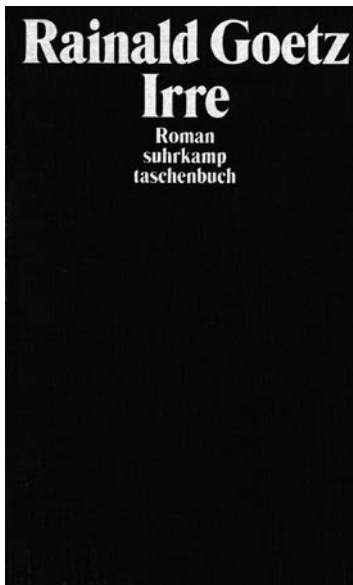
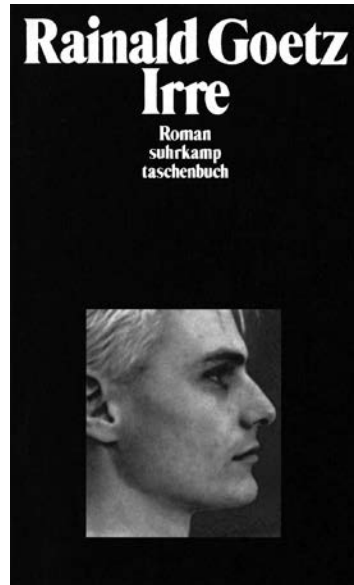
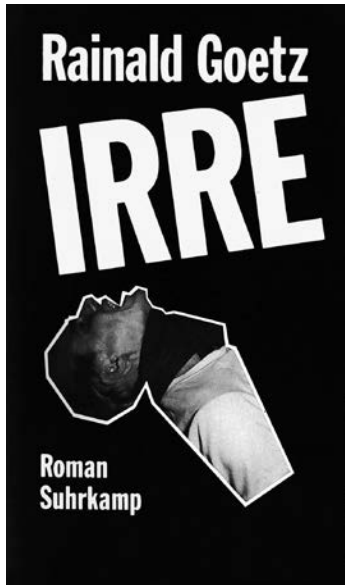


Abbildung 4 bis 7: Goetz' Debütroman »Irre« in der Erstausgabe (1983), im »suhrkamp taschenbuch« (1. Aufl., 1986 und 16. Aufl., 2015) und in der »Bibliothek Suhrkamp« (2008), © Suhrkamp Verlag

Marshall McLuhans »typographischen Menschen« gezeigt. Dabei bietet das medientheoretische »Zauberwort«²⁰ der Linearität – kleiner skaliert – zugleich ein Beschreibungsmodell für die verlagstechnische Zurichtung, die Rainald Goetz durch die Aufnahme in den Suhrkamp Verlag erfährt. Denn bereits unter editionspraktischen Gesichtspunkten zieht der junge Autor einen roten Faden durch sein Werk, indem er – wie anhand seines Bandes *Hirn* gesehen – *bestimmte* Ereignisse seiner auktorialen Biographie reediert und die eigene Werk-erzählung damit linearisiert. Sieht man sich das Format seiner Werke an, so fällt zudem auf, dass das Modell der Linearität ein Leitkonzept für die Reihen des Suhrkamp Verlags selbst bildet, die für Goetz' Werkverwaltung keine unbedeutende Rolle spielen. So zeigt nicht nur Goetz' Klassiker-Ausgabe in der *Bibliothek Suhrkamp*, wie die Gestalt seines Debütromans *Irre* schrittweise die Linien- und Reihenoptik des Suhrkamp Verlags internalisiert. Auch die *edition suhrkamp*, in der Goetz' Textsammlungen *Hirn* (1986), *Festung* (1993) und *Celebration* (1999) erscheinen, hat das Kompositionsmittel der Linie konzeptionell verinnerlicht: »Die ›edition suhrkamp‹ leistet sich Luxus und Leidenschaft einer Linie.«²¹ Für die bis heute wie ein Regenbogen aus den Regalen der Bundesrepublik leuchtende Reihe bildete die Zusammenführung von »Linienkomposition und Farbigkeit«²² schließlich ein zentrales Kriterium dafür, dass »Einzelbände durch die jeweils eigene Farbe als Einzelne« wahrgenommen werden konnten, zugleich aber »durch die Einordnung in den Regenbogen als Teil des Ganzen, also der Reihe« erkennbar wurden.²³ Die geglückte Marketingstrategie, die in der Verknüpfung einer Linie mit bonbonbunten Farben bestand, verstand sich also – mit McLuhan gesprochen – als eine Art »Homogenisierung der Einzelmenschen«, insofern die verlegten Autoren uniformiert, aber auch als Einzelmenschen durch verschiedene Farben individuell adressierbar wurden.

Was in der Betrachtung von Goetz' Werk bislang weniger berücksichtigt wurde, ist der Umstand, dass sich das *Making of* seiner Autorschaft nicht nur im imaginären Raum von Klagenfurt, sondern auch und gerade in jenem Spannungsfeld von Normierung und Individualisierung, Konfektionierung und De-

20 Müller, *Weisse Magie*, S. 89.

21 Wie ein Ankündigungstext die Buchreihe bewarb, die Siegfried Unseld später mit einem »Lichtband« vergleichen wird, »dessen Farbvaleurs bei Blauviolett beginnen, übergehen zu Violett, Rot, Orange, Gelblichrot, Gelb, Grüngelb, Grün, Blau, um wieder bei Blauviolett zu enden.« Vgl. *Kleine Geschichte der edition suhrkamp*, hg. von Raimund Fellinger, Frankfurt a. M. 2003, S. 29 und Siegfried Unseld, *Der Marienbader Korb. Über die Buchgestaltung im Suhrkamp Verlag*, Hamburg 1976, S. 44.

22 Unseld, *Der Marienbader Korb*, S. 45.

23 Wie Michalski hervorhebt: *Die edition suhrkamp. Reihe und Regenbogen*, S. 188.

mokratisierung, oder anders gesagt: »Linienkomposition und Farbigkeit« vollzieht, das das Selbstverständnis des Suhrkamp Verlags seit den 1950er Jahren prägt. Bezeichnend für dieses Spannungsverhältnis ist bereits die erste ästhetische Auseinandersetzung zwischen Goetz und seinem Verlag, die sich anlässlich der Gestaltung seines Debütromans *Irre* ereignet: »Ein sympathischer Punk [...]. Weiß alles, was er will bis ins Detail«, notierte etwa Siegfried Unseld nach einer Begegnung mit dem Autor im Februar 1983: »Hauptprogramm, Buch für sich, kein Fleckhaus/Suhrkamp-Umschlag, sondern ein Umschlag, der die Szene erreicht.«²⁴ Bereits früh interveniert der »sympathische Punk« Goetz gegen die gestalterische Diktion seines Verlags, die im Verbund »Fleckhaus/Suhrkamp« einen ästhetischen Standard bilden sollte. Nicht umsonst wird er den Umschlag seines ersten Romans schließlich *selbst* entwerfen.²⁵ Und nicht von ungefähr suggeriert der wenige Jahre später erscheinende Sammelband *Hirn* (1986) mit pechschwarzem Einband nicht nur die Würde von Totentafeln, sondern erweckt auch den Eindruck, als wolle er sich dem demokratischen, regenbogenfarbenen Lichtband der *edition suhrkamp* bewusst entziehen. Ähnlich verhält es sich auch mit seinem Werkzyklus *Festung* (1993) und dem Band *Celebration* (1999), deren äußere Gestalt und typographische Leuchtkraft weniger an die für die *edition* charakteristischen Regenbogenfarben, als an jene Neonlichter erinnert, die Goetz' literarische Doppelgänger in den Bars und Clubs der 1990er Jahre aufsuchen.

Anna Rick hat bemerkt, dass Goetz im Laufe seiner Verlagsautorschaft »der von Willy Fleckhaus und Rolf Staudt konzipierten Regenbogenpalette [...] Farben vom Typ »tief leuchtend und wirklich ultraschön« hinzufügt.«²⁶ Manche Kritiker haben dies sogar zum Anlass genommen, statt von einer »Edition Suhrkamp« von einer »Edition Goetz« zu sprechen.²⁷ Interessiert man sich für die

24 Siegfried Unseld, [Reisebericht 25.–27. Februar 1983, München], in: DLA, SUA: Suhrkamp/01 Verlagsleitung Unseld, Siegfried (Chronik 1983).

25 Dies legt eine weitere Notiz Unselds aus dem Juni 1983 nahe: »Wie schon in Zürich bei Franz Böni beschwerten sich die Autoren Rainald Goetz und Einar Schleef über die Umschläge. Dabei hat Rainald Goetz seinen Umschlag selbst entworfen.« Siegfried Unseld, [Notiz vom 3. Juni 1983], in: DLA, SUA: Suhrkamp/01 Verlagsleitung Unseld, Siegfried (Chronik 1983).

26 Anna Rick, Sudeln und Bloggen. Georg Christoph Lichtenbergs *Sudelbücher*/Rainald Goetz' *Abfall für alle*/Wolfgang Herrndorfs *Arbeit und Struktur*, in: Von der Idee zum Medium. Resonanzfelder zwischen Aufklärung und Gegenwart, hg. von Felix Lenz und Christine Schramm, Paderborn 2019, S. 417–440, hier S. 428.

27 Ulf Poschardt, Der Filmemacher, der Künstler und der Schriftsteller. Abseits der Identitätsfalle: Godard, Warhol und Goetz, in: Kunstforum International 139 (1997/98), S. 146–161, hier S. 160.

Hintergründe dieses Prädikats, lässt sich in der Formulierung »tief leuchtend und wirklich ultraschön« ein erster Hinweis erkennen. Denn die Zuschreibung entspringt nicht etwa der Feder eines Journalisten oder eines Literaturwissenschaftlers, sondern Goetz selbst, der damit – entgegen der Suggestion der Literaturwissenschaftlerin Rick – ursprünglich allerdings nicht die eigenen Bücher, sondern eine großstädtische Umgebung – und genauer: die blauen Schilder des S-Bahnhofs Friedrichstraße in Berlin – beschrieb.²⁸ Ricks Referenz ist darum aber nicht weniger aufschlussreich. Denn wenn die Wissenschaftlerin in Goetz' Beschreibung einer Bahnhofsumgebung treffende Attribute für die Farbwahl seiner Bücher erkennt, so kann dies nicht zuletzt als Indiz für Goetz' Buchgestaltung *im Verhältnis* zu den Produktions- und Rezeptionräumen verstanden werden, in denen seine Verlagsautorschaft verkehrstauglich wird. Zuweilen wirken die Designcodes, Farben und Layouts, die seinen Verlagswerken ein- und aufgeschrieben sind, als seien sie eben jener Lebensumwelt entnommen, in der sich der Autor vorzugsweise bewegt: der Großstadt. Wie bereits in seinem Klagenfurter Text *Subito*, in dem die »Ruflust« (H, S. 14) einer großstädtischen Reklame den Erzähler in Bann zieht, scheint das »Blau der Schilder« (Afa, S. 166) eines S-Bahnhofs in Berlin zur Inspiration für seine Buchgestaltung geworden zu sein. Symptomatisch dafür steht Goetz' seit 2007 entstehender Werkzyklus *Schlucht*, dessen Bände tatsächlich so wirken, als seien sie in eben jenes Friedrichstraßenblau getaucht, das der Autor rund ein Jahrzehnt zuvor in seinem Tagebuch *Abfall für alle* beschreibt. Passend zum Blau der Schilder erhält das Rezensionsexemplar seines Romans *Johann Holtrop* (2012), bislang letzter veröffentlichter Teil des Zyklus, einen »lauteren Umschlag«,²⁹ als wolle er die Ruflust einer Reklametafel imitieren. Und Goetz' 2009 veröffentlichter Band *loslabern* scheint gar die Verkehrsoptik des S-Bahnhofs selbst inkorporiert zu haben, imitiert er doch nicht nur die Farbe der Bahnhofsschilder, sondern eignet sich auch deren Schriftoptik an (vgl. Abb. 8).

28 So heißt es in seinem Tagebuch-Roman *Abfall für alle* am 3. April 1998 über die Erneuerung des Bahnhofs Friedrichstraße: »Der Bahnhof selber nimmt langsam Gestalt an. Das Blau der Schilder und die Schrifttype: tief leuchtend und wirklich ultraschön. Man ist von der Bahn und der Post einen so selbstbewußten Terror mit EXTRA aggressiv nur scheußlichen Farben und Designs inzwischen derart gewohnt, dass einem dieser ganze neue S-Bahn-Style wie eine absolute Sensation der Freundlichkeit, fast schon britisch vorkommt.« Rainald Goetz, *Abfall für alle*, Frankfurt a.M. 1999, S. 166. Im Folgenden zitiert: Afa.

29 Rainald Goetz präsentiert »Johann Holtrop« (im Suhrkamp Verlag), 2012, <https://www.youtube.com/watch?v=gS96txHrUXc> (1.2.2022).



Abbildung 8: Goetz' Band »loslabern« (2009) am Bahnhof Friedrichstraße,
© Suhrkamp Verlag / Foto: Florian Glück

Nicht immer treffen solche Entscheidungen allerdings auf Gegenliebe:

Aber das System funktioniert nicht. Ein Buch ist kein U-Bahn-Wagen, und Sprache ist keine Spraydose. [...] Der inhaltslose Farbschock mag so lustig sein wie grüngefärbte Haare, aber er begreift nie mehr als sich selber; greift nicht über das Bemalte hinaus. Signalfarben signalisieren gar nichts.

Schlechtestenfalls treffen laute Buchumschläge auf taube Ohren, wie im Fall des Rezensenten Fritz J. Raddatz, der schon Goetz' Werkzyklus *Festung* (1993) für seinen »inhaltslose[n] Farbschock« schmähte und dem Autor ein »ästhetisches System« unterstellte, dessen Effekt »Reklame-Gebell von Warholscher

Banalität«³⁰ sei. Wenn für Rezensenten Signalfarben *gar nichts* signalisieren, so signalisieren sie jedoch nichtsdestotrotz einen werkpolitisch bedeutsamen Umstand – dass Bücher nämlich auf einem Buchmarkt zirkulieren und dieser Umstand umso schwerer wiegt, je großflächiger die Entrüstung über deren Inhaltslosigkeit ausfällt. Allein die Tatsache, dass Raddatz Goetz schließlich eine halbe Zeitungsseite widmete, gibt Aufschluss über die Relevanz, die der Literaturbetrieb dem Werk des jungen Autors zusprach. Und wenn Raddatz den fünfbandigen Werkzyklus *Festung* dabei zugleich mit einem »Graffiti-Fünferpack« verglich, so gibt dies nicht zuletzt Hinweise auf den sozialen und ästhetischen Verkehrsraum, der durch Goetz' Werk hindurchfließt, es affiziert und ergreift, sei es in Form von Reklameschildern oder blau leuchtenden Bahnhofsanzeigen. Im Lärm der Großstadt sammelt ein pedantischer Buchgestalter wie Goetz schließlich nicht nur Material für den Inhalt seiner Bücher, auch die Lösungen zur Werkgestaltung scheinen für ihn auf der Straße zu liegen.

Ob es Zufall war, dass der Aufenthalt des Autors am S-Bahnhof Friedrichstraße in seinem Tagebuch *Abfall für alle* wenig später die Erwähnung einer »unendlichen Geschichte« nach sich zog, »die erzählt vom großen sinnlosen Abenteuer der Wiedererlangung des verdammten Führerscheins« (Afa, S. 216), lässt sich hier freilich nicht abschließend klären. Dass »dieser ganze neue S-Bahn-Style« auf ihn aber nicht nur wie »eine absolute Sensation der Freundlichkeit« (Afa, S. 166) wirkte, sondern ihm tatsächlich auch als ästhetische Materialvorlage diente – und der Werkzyklus *Schlucht* somit den Geist und die Gestalt öffentlicher Bahnhofsanzeigen verinnerlicht hat –, scheint weniger fraglich. Am Beispiel seines Bandes *loslabern* lässt sich dies sogar ganz plastisch veranschaulichen, verbünden sich hier doch Bahnhofsanzeige und Buchornament in der Gestalt eines Werks, dessen Titel sich förmlich als *Endstation* ausweist und dessen Coverdesign den Autor und Verlag zugleich als Zwischenstationen *auf dem Weg zum Werk* kennzeichnet (vgl. Abb. 8). In seinem Tagebuch hatte Goetz die Verkehrsförmigkeit seiner Autorschaft im Medium Buch entsprechend antizipiert: »Endstation, alles aussteigen. Da ist alles da, worum es geht. Der Weg ins Werk führt übers Werk, durchs Werk, der Weg zum Autor in die Bücher.« (Afa, S. 839)

30 Wobei er seine Kritik mit dem (ironischen) Bekenntnis schloss, dass der »Hauptfehler dieser Kritik« freilich »sein Geburtsdatum« sei. Fritz J. Raddatz, z. Zt. wird allseits sehr viel Bier getrunken, in: *Die Zeit*, 12.11.1993. In seinen Tagebüchern erklärt Raddatz, Goetz' »collagiertes »Material« habe den »vergänglichen Appeal von Plateauschuhen. Plateau statt Niveau.« Ders., *Tagebücher 1982–2001*, Reinbek bei Hamburg 2010, S. 766. Schließlich spricht er dem Autor sogar ab, »Schriftsteller« zu sein. Vgl. ders., *Tagebücher 2002–2012*, Reinbek bei Hamburg 2014, S. 689.

Gérard Genette hat die Schwellenzone zwischen Autor, Verlag und Öffentlichkeit als Transaktionszone beschrieben, die durch Paratexte wie Buchumschläge, verlegerische Peritexte und Titeleipragmatik bewirtschaftet wird:

Diese Anhängsel, die ja immer einen auktorialen oder vom Autor mehr oder weniger legitimierten Kommentar enthalten, bilden zwischen Text und Nicht-Text nicht bloß eine Zone des Übergangs, sondern der *Transaktion*: den geeigneten Schauplatz für eine Pragmatik und eine Strategie, ein Einwirken auf die Öffentlichkeit im gut oder schlecht verstandenen oder geleisteten Dienst einer besseren Rezeption des Textes und einer relevanteren Lektüre – relevant, versteht sich, in den Augen des Autors und seiner Verbündeten.³¹

Vor dem Hintergrund der leuchtenden Buchumschläge, die Goetz den Vorwurf »Warholscher Banalität« (Raddatz) oder aber das Lob »wunderschöner« Einbände (Moritz von Uslar)³² eingebracht haben, zeigen seine Bücher, dass – um in den Augen des Autors und seiner Verbündeten den Eindruck einer »relevanteren Lektüre« zu erzeugen – der pragmatische Schauplatz der Schrift zuweilen in einen Durchgangsbahnhof verwandelt wird, um potenzielle Rezipienten in die Werkpolitik einzubinden, das heißt entweder ein- oder aussteigen zu lassen. Dabei setzt die Verkehrstauglichkeit des Autors freilich auch die Infrastruktur eines Verlags voraus, der eine breite öffentliche Wahrnehmung überhaupt erst ermöglicht, denn »Verlagsautoren tragen durch ihre diversen Tätigkeiten für den Verlag nicht nur zur Profilierung ihres ›Dichterruhms‹ bei, sondern profilieren den Verlag, der [...] Ermöglichungsbedingung für die breite Wahrnehmung als literarischer Autor [ist].«³³

Die gestalterischen Freifahrten, die der Suhrkamp Verlag dem Buchgestalter Goetz seit Beginn seiner Verlagsautorschaft gewährt, lassen vor diesem Hintergrund auf weitreichende Aushandlungs- und Aufhebungsprozesse schließen, die gleichermaßen vom Profil der Institution Suhrkamp wie dem Geltungsdrang

31 Gérard Genette, Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches, aus dem Franz. von Dieter Hornig, Frankfurt a. M. und New York 1992, S. 10. Herv. im Orig.

32 So heißt es in einem Porträt Uslars für die Zeitschrift *Tempo* über den Band *Kronos* und den Werkzyklus *Festung*: »Ein wunderschönes Buch, so mit Papiereinband, blau-gelb, gerade erschienen in einem Pappkarton mit vier anderen Bänden, alle wunderschön und blau-gelb.« Moritz von Uslar, Ha! Ha! Superdoof? Eine seltsame Begegnung der dritten Art mit dem Wortakrobaten Rainald Goetz, in: *Tempo* 8 (1993), H. 11, S. 98–102, hier S. 99.

33 Tobias Amslinger, Verlagsautorschaft. Enzensberger und Suhrkamp, Göttingen 2018, S. 314.

des Gegenwartsautors Goetz zeugen. Bereits sein selbstentworfenener Umschlag für die Originalausgabe von *Irrre*, seine Buchumschläge in der *edition suhrkamp* und die Farbwahl seiner späteren *suhrkamp taschenbuch*-Ausgaben zeigen, wie der Autor seine Homogenisierung im Suhrkamp Verlag gestalterisch begleitet, reflektiert, modifiziert und mitunter sogar sabotiert. Denn mitunter erinnert das Äußere seiner Werke weniger an die Strahlkraft eines Regenbogens, als an die Leuchtkraft von »Neonsonnen«,³⁴ durch die das regenbogene Farbband der *edition suhrkamp* regelrecht *elektrifiziert* wird.³⁵ Auch deshalb können Goetz' Bücher weniger als »Suhrkamp-« denn als »Goetzwerke« wahrgenommen werden.³⁶ Gerade der Umstand, dass seine Werke einen Interferenzbereich implementieren, in dem die Reihenästhetik des Suhrkamp Verlags zugleich aufgenommen *und* modifiziert wird, weist auf eine produktive Spannung zu seinem Stammverlag hin, der dem Autor ein öffentliches Einwirken, das heißt eine Möglichkeit zur Abgrenzung überhaupt erst ermöglicht. Durch die geschickte Nutzung der gestalterischen Vorgaben und ökonomischen Infrastruktur seines Verlags kommt Goetz, anders gesagt, bei einer Leserschaft an – und der Suhrkamp Verlag dürfte es ihm danken, schließlich tragen seine Werke nicht unerheblich dazu bei, dass auch der Verlag ästhetisch und ökonomisch verkehrstauglich bleibt.

Nun vollzieht sich die paratextuelle Pragmatik aber nicht nur durch optisch ansprechende Buchumschläge, die zur Folge haben, dass Literaturkritiker und Literaturwissenschaftler mit Attributen wie »tief leuchtend und wirklich ultraschön« hantieren. Sie vollzieht sich auch durch pragmatische Hinweise auf den Ordnungsseiten von Goetz' Werken, die in der für Buchlektüren charakte-

34 Wenn für den Werkgestalter Goetz die Lösungen auf der Straße liegen, so veranschaulicht der Erzähler seines Debütromans *Irrre* die passende Fortbewegungsweise: »[...] ein paar schnelle Handgriffe noch, um Ordnung zu schaffen auf dem Schreibtisch, und schon war er draußen, drunten, im U-Bahn-Schacht, Teil der Feierabendfeier, ein Gewoge Auf und Ab, alle heiter, wochenendlich hochgestimmt, heimwärts, meine Lieben, trägt mich die herrschaftliche Kutsche, blau und silbrig glänzend unter Neonsonnen.« Rainald Goetz, *Irrre*, Frankfurt a. M. 1983, S. 170. Im Folgenden zitiert: I.

35 2003 wurden einige von Goetz u. a. in der *edition suhrkamp* ursprünglich veröffentlichten Bände im *suhrkamp taschenbuch* in leuchtenden Neonfarben wieder aufgelegt. Laut Goetz' Lektor Hans-Ulrich Müller-Schwefe (Gespräch am 16.4.2019) kam es dazu auf Wunsch des Verlags, der eine Vereinheitlichung von Goetz' Werk und damit eine indirekte Goetz-Werkausgabe erreichen wollte. Die *Elektrifizierung* der Regenbogenfarben im *suhrkamp taschenbuch* lässt sich vor diesem Hintergrund also auch als ökonomisch-ästhetischer Zusammenhang begreifen, insofern dem Autor Goetz eine Neuauflage nahegelegt wurde, die er wiederum zum Anlass nahm, die Farbordnung der *edition* (außerhalb der formellen Vorgaben der Reihe) zu modifizieren.

36 Ulf Poschardt, Dieses Buch ist kein Event, in: *Die Welt*, 3.8.2012.

ristischen »umweltlichen Begegnung des Zuhandenen« oftmals unbemerkt bleiben.³⁷ Besonders deutlich zeigt dies die Vereinigung zweier Textsorten, für die Rainald Goetz spätestens seit seiner Textsammlung *Hirn* (1986) eine gewisse Vorliebe entwickelt zu haben scheint: der Kombination von Inhaltsverzeichnis und Impressum auf einer Buchseite. Beinahe in allen Buchausgaben des Autors treten Inhaltsverzeichnis und Impressum auf einer Seite auf, was selbst aus Sicht seiner Verbündeten im Verlag äußerst unüblich ist,³⁸ wird damit doch die Gliederung der poetischen Basistexte in direkten Bezug zu deren »Ideen-Realisierungs-Bedingungen« (Afa, S. 127) gesetzt, die für gewöhnlich abgetrennt auf einer eigenen Ordnungsseite erscheinen. Was üblicherweise also – und wenn überhaupt – als marginales Beiwerk wahrgenommen wird, nämlich die verlegerischen Angaben wie die Auflagenbezeichnung, die Reihe, in der der jeweilige Band erscheint, die Namen der Rechteinhaber und Hinweise zur Druckherstellung, wertet der Schriftverwalter Goetz insofern auf, als er sie an die Ankündigung des »Inhalts« seiner Bücher zurückbindet, womit ihr »Werkstatt«-Charakter ganz buchstäblich hervortritt: »Mit diesem umsichtigen Wecken der Verweisung auf das jeweilige Dazu kommt dieses selbst und mit ihm der Werkzusammenhang, die ganze ›Werkstatt‹, und zwar als das, worin sich das Besorgen immer schon aufhält, in die Sicht.«³⁹ Und das heißt auch – ohne Martin Heidegger –, dass der vermeintlich vernachlässigbare Verbund zwischen (gesetzlich vorgeschriebenen) Herstellungsangaben und der Ankündigung der poetischen Basistexte die Beziehung zwischen dem Verlagsautor Goetz und seinem Stammverlag Suhrkamp gewissermaßen monadisch reflektiert: Durch die Zusammenführung des »Hineingedruckten« (lateinisch *impressum*) mit dem hineingedruckten »Inhalt« suggerieren Goetz' Bände, dass sie sich ihrerseits als »Beiwerk« der Produktions- und Realisierungsstätten verstehen, in denen sie hervorgebracht wurden – und umgekehrt. Die Pragmatik der Ordnungsseiten illustriert einen Schauplatz, auf dem die Konjunktion zwischen Autor und Verlag (im Genette'schen Sinne) zur Schwellenzone einer *Verlagsautorschaft* wird und auf dem das, was für gewöhnlich als relevant gilt (nämlich die poetischen Basis-

37 Das Heidegger'sche Konzept des Zu- und Vorhandenen ist hier insofern anschlussfähig, als die leicht zu übersehenen Paratexte zum einen (unproblematisch) »zuhanden« wirken und in einer *alltäglichen* Lektüre weniger »aufdringlich« als nebensächlich erscheinen und zum anderen im Medium (Taschen-)Buch auf besondere Weise *zur Hand* gehen: Sie stützen die Lektüre und verweisen (bspw. durch Reihenbezeichnungen) auf die Rezeptionseigenschaften und die Handlichkeit des Mediums selbst. Zu Heideggers Begriffsverwendung, die hier nur angedeutet werden soll, vgl. ders., *Sein und Zeit* [1927], Tübingen 2006, S. 72–76 und S. 111.

38 Gespräch mit Hans-Ulrich Müller-Schwefe am 16. April 2019.

39 Heidegger, *Sein und Zeit* [1927], S. 74 f.

texte), in einen immer schon latenten Bezug zur vermeintlich irrelevanten »Tatsache [tritt], daß ein Buch verlegt, eventuell neuaufgelegt und in mehreren mehr oder weniger unterschiedlichen Aufmachungen der Öffentlichkeit vorgelegt wird.«⁴⁰

Ein weiteres Beispiel für die pragmatische Funktion von Goetz' Paratexten sind seine selbstverfassten Klappentexte, die den Hybriden aus Inhaltsverzeichnis und Impressum oftmals vorangestellt sind und in ihrer bündigen Form poetologische, biographische und werkgenetische Angaben versammeln. So gibt etwa der Klappentext des Bandes *Celebration* (1999) Hinweise darauf, wie der Autor nicht nur die Produktion, sondern auch die Lektüre seiner Werke verstanden wissen will:

Wir dachten ja plötzlich, wie machen jetzt alles zusammen. Auch das Schreiben.

Feiern, trinken, reden sowieso. [...] Jede Ablenkung war mir willkommen. Immer auf der Suche nach Formen des Schreibens, näher dran am Leben, als die Schrift von sich aus, freiwillig, automatisch sein möchte. Auch auf der Suche nach einem Buch, das man eigentlich nicht mehr lesen muß. Das einfach so rum liegt, in dem man bißchen blättert, das einen angenehm anweht, fertig.⁴¹

Der Hinweis, dass Goetz nicht nur in Praxisgemeinschaften arbeitet, sondern sich auch vorstellt, wie seine Bücher gelesen werden, ist in seinem inzwischen rund zwanzig Bände umfassenden Œuvre kein Einzelfall. Immer wieder artikuliert der Autor darin den Wunsch, sich mit seinen Büchern doch bitte nicht »abzuquälen«. Hinsichtlich seiner Materialsammlung *1989* (1993), einer Art splinterhaften Abschrift von Fernsehmeldungen, heißt es etwa:

Ich kann immer gar nicht verstehen, wie jemand auf die Idee kommt, ein so angelegtes Buch DURCH zu lesen. Sich damit abzuquälen. Ich dachte, das wäre völlig klar, wie das da geht, wie das gemacht und gedacht ist: aufschlagen irgendwo, eine dieser Wort-Bild-Doppelseiten sehen, an irgendeinem Wort hängen bleiben, um das herum bißchen rumkucken und rumlesen, bißchen blättern, zuschlagen, fertig. Dann liegt das wieder irgendwo rum, und man weiß, wenn man da reinblättert, kann man gute Laune davon kriegen. (Afa, S. 464)

40 Genette, Paratexte, S. 22.

41 Rainald Goetz, *Celebration*, Frankfurt a. M. 1999, Klappentext.

Und schon der Klappentext seines Romans *Irre* (1983) deutet an, welches Rezeptionsverhalten sich der Autor für sein erstes Romanwerk wünscht. Angesichts einer Leserschaft, die mit Zögern und Neugierde auf das Debüt des jungen Suhrkamp-Autors reagiert haben dürfte, inszeniert der Klappentext der Hardcover-Erstaugabe einen diplomatischen Dialog:

Das Zögern: Aber hat der denn keine gescheite Handlung, der Roman, wenn der schon so dick ist?

Der Klappentext: Eben!, einen solchernen Ziegelstein, habe ich mir gedacht, brauche ich nicht noch schwerer zu machen. Blättern Sie halt einmal kurz hinein! IRRE ist ein gut benützbare, überaus vielstimmiges Buch. [...] Rumps, schon haut das sauber rein.

Das schwindende Zögern: So?, aha, das hört sich zwar ein bißchen laut an, aber –

Der ermutigte Klappentext: Was heißt da: aber! Und wollen Sie wissen, was Herr Goetz dem Verlag auf Anfrage mitteilte? Das nämlich: »Das beste an der Neuen Deutschen Literatur ist logisch das, daß sie eh keiner liest, weil deshalb kann man alles in sie hineinverstecken, sogar die Wahrheit«. Na?

Der zum Kauf entschlossene Entschluß: Supergeil!, Wahrheit, das kaufe ich mir. Heute kaufe ich mir mal ein Gutes Buch, morgen wieder den »Wachturm« oder »Erwachtet!«. Weil bei den Zeugen Jehovas kostet die Wahrheit bloß 30 Pfennige. (I, Klappentext)

Heute ein Gutes Buch, morgen den Wachturm – in der Glaubensgemeinschaft der Konsumfreudigen richtet sich das Kaufbedürfnis weniger nach dem Prädikat höchster transzendentaler Ordnung, der Wahrheit, sondern vielmehr nach der schlichten Affirmation eines Warenangebots, das mit unverschämten Preisen aufwartet: Die Wahrheit für »bloß 30 Pfennige«. Dabei liest sich die von Goetz' Klappentext ausgestellte »positive Beziehung« zur »wahrnehmbaren Seite« der Welt zugleich wie eine Vorlage für das, was Diedrich Diederichsen später als Teildefinition des »Pop« vorschlagen wird.⁴² Und sein Klappentext macht noch mehr: Mit der »Neuen Deutschen Literatur«, die »eh keiner liest«, antizipiert er nämlich nicht nur eine literarische Bewegung, die sich an einer *Neuen Deutschen Welle* in Sachen Musik und Mode orientiert, er adressiert – ob bewusst oder unbewusst – auch eine germanistische Teildisziplin, die inter-

42 Vgl. Diedrich Diederichsen, Pop – deskriptiv, normativ, emphatisch, in: Pop Technik Poesie. Die nächste Generation, hg. von Marcel Hartges, Martin Lüdke und Delf Schmidt, Reinbek bei Hamburg 1996, S. 36–44, hier S. 39.

essanterweise zur selben Zeit, da Goetz der »Neuen Deutschen Literatur« ihre Nicht-Lektüre attestiert, ihre Aufmerksamkeit auf die *Rahmenbedingungen* von Texten zu verschieben beginnt.

So merkt Friedrich Kittler bereits 1979 an: »Nicht die Texte sondern ihre Pragmatik, nicht die Bücher sondern ihre Gebrauchsanweisungen stellen die Fallen.«⁴³ Als kleine pragmatische Formen lassen sich Goetz' Klappentexte entsprechend auch als Gebrauchsanweisungen begreifen, die zum einen die Zeichen der Zeit reflektieren und durch die der Autor zum anderen eine Art »Regierungskunst des Lesens« etabliert, die »das Leseverhalten in einen Zusammenhang mit anderen sozialen, kulturellen und politischen Fragen«⁴⁴ wie Konsum, Werbeästhetik und den (monetären) Gegenwert von Wahrheit bringt. Gerade die komplexe Werkkommunikation stellt damit bisweilen aber auch *Fallen*, in die nicht nur Goetz' Kritiker (in der Missachtung seiner Werkpragmatik), sondern unter Umständen auch der Autor selbst hineinfallen *kann*, nämlich dann, wenn die Rezensenten seiner Bücher andere Parameter und Maßstäbe in der Buchbesprechung ansetzen als der Autor sich gewünscht hatte.

Um die Regierungskunst glaubhaft ins Werk zu setzen, bedarf es deshalb nicht nur emphatischer Appelle, sondern auch nachträglicher Stellungnahmen und Werkkommentare, mit denen der Autor die Deutungshoheit über das Lektüerverhalten zurückerlangt. Durchaus bemerkenswert ist dabei nun, dass Goetz seine Werkkommunikation in der Regel zwar lautstark betreibt, den eigenen pragmatischen Anspruch mitunter aber auch unter Vorbehalte stellt. So können Leserinnen und Leser seiner Klappentexte immer wieder Relativierungen in der Annahme vernehmen, dass die kleinen Ziegelsteine,⁴⁵ die der Autor seit *Irre* ins Werk setzt, ihr Versprechen auf eine vollkommen unbeschwerte Lektüre tatsächlich einlösen. Gibt Goetz etwa in seinem Band *Celebration* an, das Buch müsse idealiter »eigentlich nicht mehr« gelesen werden, so schließt jenes »eigentlich« auch den Umstand ein, dass das »Ende einer Last«⁴⁶ wün-

43 Friedrich A. Kittler, *Vergessen*, in: *Texthermeneutik. Aktualität, Geschichte, Kritik*, hg. von Ulrich Nassen, Paderborn u. a. 1979, S. 195–221, hier S. 210.

44 Harun Maye, Art. *Blättern*, in: *Historisches Wörterbuch des Mediengebrauchs*, hg. von Heiko Christians, Matthias Bickenbach und Nikolaus Wegmann, Köln, Weimar und Wien 2014, S. 135–148, hier S. 144.

45 Den Begriff des ›Ziegelsteins‹ für Bücher gebraucht Goetz zum ersten Mal im Klappentext seines Debütromans *Irre* und greift ihn später, etwa in Bezug auf *Abfall für alle*, wieder auf. Vgl. Rainald Goetz und Lutz Hagestedt, *Der Hauptkick kam durchs Internet*, in: Rainald Goetz, *Jahrzehnt der schönen Frauen*, Berlin 2001, S. 142–159, hier S. 154.

46 Hier in Anlehnung an den Typographen Günter Karl Bose, *Das Ende einer Last. Die Befreiung von den Büchern*, Göttingen 2013.

schenswert, *eigentlich* aber nicht erreichbar ist: Bereits der Appell zur Nicht-Lektüre muss schließlich gelesen werden. Und wenn sich der Autor bereits in seinem Roman *Irre* ein Lesen ohne jene Schwere wünscht, die einem »solcheren Ziegelstein« anhaftet, so weist das Oxymoron eines schwerelosen Ziegelsteins zugleich darauf hin, dass Büchern ein gewisser Materialwiderstand eingeschrieben ist, über den zwar pragmatisch hinweggetäuscht, der aber letztlich nicht allein durch prosaische Klappentexte aufgehoben werden kann.

III. *Street Credibility*

Im historischen Kontext der 1980er und 1990er Jahre liegt Goetz damit freilich im Trend. Denn sein Aufruf zu einer schwerelosen Lektüre weist zugleich in Richtung einer Rezeptionshaltung, die im Zusammenhang mit den 1980er Jahren ein Lektüremedium hervorgebracht hat, das dem ›Guten Buch‹ so nahesteht wie eine frische Tasse Kaffee. Der popkulturelle Geist der Zeit, den auch der junge Autor Goetz atmet, hat sich schließlich den Begriff des *Coffee Table Books* ausgedacht, um eben jenes kulturelle Setting zu antizipieren, in dem weniger gelesen als geblättert wird und in dem potenzielle Rezipientinnen und Rezipienten von Büchern weniger abgestoßen als angenehm angeweht werden. Entsprechend kurzlebig gibt sich die Lektüreeanforderung aus, mit der der Klappentext des Bandes *Celebration* für sich wirbt. Und entsprechend impulsiv erscheint schon der Aufruf des »zum Kauf entschlossene[n] Entschluß[es]« im Klappentext von Goetz' Debütroman *Irre*.

Wenn damit also auch eine gewisse Rezeptionsweise in die Klappentexte von Goetz' Büchern hinüberweht, deren Geschichte vermutlich so alt ist wie das Lesen selbst – schon Paul Valéry wusste: »Der Mensch sieht und liest nicht mehr«⁴⁷ –, so geben sie nicht zuletzt Hinweise auf ihre mediale und produktionsästhetische Konstitution. Vor dem Hintergrund der präzisen pragmatischen Einsätze, die der Autor seinen Klappentexten beifügt, scheint seine Werkkommunikation einen Zusammenhang zu eben jenem Medium herzustellen, in das sie (mehrheitlich) hineingedruckt sind und das selbst immer wieder mit dem Label *Coffee Table Book* etikettiert wurde: das Taschenbuch.⁴⁸ Besonders ein-

47 Paul Valéry, *Cahiers/Hefte*, Bd. 6, hg. von Hartmut Köhler und Jürgen Schmidt-Radefeldt, Frankfurt a. M. 1993, S. 335 f.

48 Thomas Meinecke beschreibt etwa Merve-Taschenbücher als »*Coffee Table Books* der frühen achtziger Jahre«. Thomas Meinecke, *Die göttliche Linke*. Jean Baudrillards Simulations-Theorie, in: *Die Zeit*, 6. 3. 1987. Herv. im Orig.

drücklich zeigt dies der pragmatische Übergang der Lektürehinweise von Goetz' Büchern vom Ziegelstein zum ephemeren Buchkörper, der »einfach so rum liegt« und »in dem man bißchen blättert«. Während sich das Romandebüt des Autors noch als Hardcover-Band von monolithischer Gestalt vorstellte, heißt es im Klappentext seines Taschenbuchbandes *Celebration* nur noch: »Ein Buch, das man eigentlich nicht mehr lesen muss.« Und eben dieser Übergang der Klappentextpragmatik vom Hardcover-Band zum Taschenbuch, für dessen Verbreitung die *edition subrkamp* innerhalb der deutschsprachigen Publikationslandschaft selbst immer wieder als »revolutionäres Novum«⁴⁹ betrachtet wurde, gibt Aufschluss über die medienspezifischen Implikationen von Goetz' Verlagsautorschaft. Wie keine andere Buchform (vor ihr) ermöglicht schließlich das Taschenbuch, die »Schwere, [...] die Büchern anhaftet«,⁵⁰ mit jenem Versprechen zu verknüpfen, das in Goetz' Autorschaft wiederkehrt: das einer unbeschwerten Lektüre. Geben sich Goetz' Bücher seit *Irre* als »gut benützbar« aus, so machen sie nicht zuletzt auf ihr Selbstverständnis als Gebrauchsbuch aufmerksam und spielen auf einen Rezeptionsrahmen an, in dem die Lektüre weniger geplant als impulsiv, weniger von Innerlichkeit und der Suche nach Tiefsinn geprägt als dem Ruf der Äußerlichkeit (und dem flüchtigen Geruch von frischem Kaffee) folgend erfolgt (vgl. Abb. 9).

Der Historiker Ben Mercer hat angesichts der »paperback revolution«, die in der *edition subrkamp* ein deutschsprachiges Pendant fand, bemerkt: »The novelty and power of the paperback lay not so much in its cost, distribution or print run, but in this blurring of the divide between high and low culture, the consequent desacralization of the book, the destabilization of the canon.«⁵¹ Nicht nur die Frage nach dem Preis eines »Guten Buches« (etwa im Vergleich zu einer Schachtel Zigaretten, wie sie schon George Orwell aufgeworfen hat⁵²) und nicht nur die Handlichkeit und »pocketability« des Taschenbuchs im Verhältnis zum Gehalt der Lektüre führten laut Mercer also dazu, dass das Medium eine »revolution« auf dem Buchmarkt auslöste. Neben den publizistischen Charak-

49 So der Literaturkritiker Wolfgang Werth. Zit. nach Unseld, *Der Marienbader Korb*, S. 44.

50 Bose, *Das Ende einer Last*, S. 53.

51 Ben Mercer, *The Paperback Revolution: Mass-circulation Books and the Cultural Origins of 1968 in Western Europe*, in: *Journal of the History of Ideas* 72 (2011), H. 4, S. 613–636, hier S. 635. Einen direkten Bezug zwischen »paperback revolution« und *edition subrkamp* stellt bspw. Amslinger her in: »Leben mit einer Dünndruckausgabe?«, S. 108.

52 Vgl. Carlos Spoerhase, *Rauchen oder Lesen? Zur Erforschung der Geschichte des Taschenbuchs*, in: *Archiv für Geschichte des Buchwesens* 72 (2017), S. 239–243.

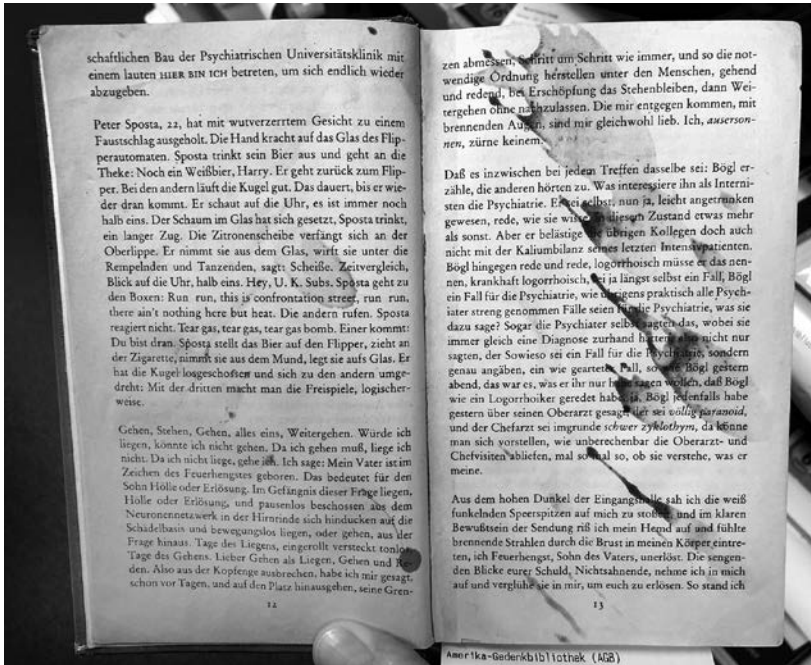


Abbildung 9: »Coffee Table Book«, oder: *Impulsives Lesen*.
Exemplar der Taschenbuch-Erstaussage von »Irre« (1986)
in der Berliner »Amerika-Gedenkbibliothek«,
© Suhrkamp Verlag / Foto: Florian Glück

teristika des Taschenbuchs führt der Historiker auch »this blurring of the divide between high and low culture« an, das zur »democratization of knowledge« und veränderten »regimes of reading« beigetragen habe. Für jene, die Demokratisierungsversprechen als Marketingversprechen umzudeuten verstehen, ließ die Taschenbuchinnovation damit zugleich ein neues Verkaufskonzept möglich werden. Denn wie schon Goetz' Debütroman zeigt, lassen sich die bedrohlichen Eigenschaften eines Gebrauchsbuches ebenso gut zum entschlossenen Konsumaufruf umwenden. Bereits der Ausruf des Klappentextes von *Irre* erinnert in seiner Launenhaftigkeit an jene »reader-consumer«, denen von Taschenbuchkritikern immer wieder Beliebigkeit und Sprunghaftigkeit attestiert wurde: »He or she buys or does not buy, chooses or refuses to choose, prefers one type of book today and another tomorrow, is seduced on one occasion by a reduced

price, on another by the graphic presentation of the book, on still another by a passing interest or by publicity blitz.«⁵³ Analog dazu erneut Goetz' Klappentext:

Blättern Sie halt einmal kurz hinein! IRRE ist ein gut benützbare, überaus vielstimmiges Buch. [...] Rumps, schon haut das sauber rein. [...] Supergeill, Wahrheit, das kauf ich mir. Heute kauf ich mir mal ein Gutes Buch, morgen wieder den ›Wachturm‹ oder ›Erwacht!‹. Weil bei den Zeugen Jehovas kostet die Wahrheit bloß 30 Pfennige. (I, Klappentext)

Welche Funktion ein solches Werkverständnis für ein Verlagsprogramm hat, »das einen Großteil seines Umsatzes mit kanonisierten Bestsellern«⁵⁴ erwirtschaftet, ist dabei freilich eine andere Frage. Während George Steiner den Ruhm der Suhrkamp Kultur zu Beginn der 1970er Jahre noch mit dem »dauernde[n] Verdienst« einer philosophisch-literarischen Tradition und der »intellektuell führende[n] Schicht Deutschlands«⁵⁵ begründete, reflektiert Goetz' Aufnahme in den Suhrkamp Verlag Anfang der 1980er Jahre eine Art »Demokratisierungsbewußtsein«,⁵⁶ das durch neuartige Formen des Lesens ebenso geprägt ist wie durch veränderte Werkpraktiken und mediale Trägerformen. Mit Blick auf die Suhrkamp Kultur könnte man daraus zunächst den Schluss ziehen, dass Goetz die demokratische Öffnung der Suhrkamp Kultur selbst repräsentiert. Doch darf nicht vergessen werden, dass Goetz keineswegs nur eine Destabilisierung des Kanons oder eine Einebnung von E- und U-Kultur beförderte. Wenn es seit seinem Band *Hirn* (1986) für die Suhrkamp Kultur – in den Worten Werner Fulds – auch »kein Niveau mehr gibt, das zu unterbieten sie nicht bereit ist«,⁵⁷ so lässt sich anhand seiner Verlagsautorschaft zugleich – wie hier argumentiert werden soll – das Entstehen einer *neuen Form* von Autorität beobachten. Mit der Unterbietung des intellektuellen Suhrkamp-Niveaus, für die Fuld den Autor Goetz verantwortlich macht, verdeutlichen seine Werke schließlich nicht nur ein (eitles) Demokratisierungsversprechen – durch die Zirkulation, Distribution und Rezeption im Medium Taschenbuch bezeugen sie auch die Hervorbringung einer ästhetisch-ökonomischen Struktur, in deren Rahmen Goetz selbst zur Repräsentations- und Autoritätsfigur der 1980er Jahre heranwachsen kann. Anders gesagt: Will man

53 Hier Armando Petrucci. Zit. nach Mercer, *The Paperback Revolution*, S. 620.

54 Wegmann, *Stigma und Skandal* oder ›The making of Rainald Goetz, S. 217.

55 Vgl. Steiner, *Adorno: love and cognition*, S. 55.

56 Vgl. Unseld, *Marienbader Korb*, S. 40.

57 Fuld, *Naiv, modisch, brutal*.

das Bestreben der *edition suhrkamp* darin verstehen, eine Demokratisierung »between high and low culture« zu stimulieren, so scheint diese sich durchaus auf das Prinzip Autorität zu verstehen – nur operiert diese Autorität eben mit anderen Mitteln: den Mitteln der *street credibility*.

Und es ist kein Zufall, dass eine Lesergeneration, die *Spex* kennt und »weiß was Techno ist«, dieser Autorität ihren Namen gab.⁵⁸ Deshalb kann davon ausgegangen werden, dass Goetz' *street credibility* die klassische Autorität seines Stammverlags keineswegs nur sabotiert. Denn auch seine Bücher haben, *oberflächlich* gesprochen, einen Buchdeckel, der, wenn er mit Hegel schon nicht *aufgehoben*,⁵⁹ so doch angesehen wird – und der die Kanonizität jener Kulturinstitution ins Werk setzt, die mit ihrer Tradition intellektuelle Pfunde hat, mit denen sie letztlich nicht nur gegen, sondern auch mit Goetz wuchern kann.⁶⁰ Zudem lässt sich Goetz' Autorität nicht nur auf die Ästhetisierung von Buchkörpern reduzieren, die in der Tradition der Suhrkamp Kultur ohnehin nie mit ihren ästhetischen Reizen sparten. Als bemerkenswerte Regierungsleistung von Goetz' Autorschaft kann vielmehr der Umstand aufgefasst werden, dass er seit seinem ersten Verlagsband die uneigentliche Aufforderung zur Nicht-Lektüre mit dem Kauf eines »Gute[n] Buch[es]« (I, Klappentext) in Bezug zu setzen versteht⁶¹ und damit ganz unterschiedliche Lesergruppen in seine Werkpolitik einbindet: Indem er die Eigentlichkeit des »Guten Buches« mit dem Rezeptionsmodus eines *Coffee Table Books* verknüpft – und indem er die Uneigentlichkeit unbeschwerter Buchseiten, die im Fall »der Neuen Deutschen Literatur [...] eh keiner liest«, mit der Eigentlichkeit eines Ziegelsteins assoziiert –, konstruiert

58 Entsprechend hebt Nikolaus Wegmann hervor, Goetz' Autorität sei weniger die eines »offiziellen Literaturkritikers oder Gelehrten, schon gar nicht die eines moralisch oder politisch Engagierten.« Vielmehr zeichne den Autor aus, dass er »street credibility« besitze. Wegmann, *Wie kommt die Theorie zum Leser?*, S. 468.

59 Bereits Siegfried Unseld verwies mit Hegel auf das dialektische Verhältnis des »aufheben[s]« zwischen der »Erwartung des *ersten Publikums*« und dem »wahrhaft Neue[n], diese[m] Durchbrechen des Erwarteten«, das mit dem Aufschlagen von Büchern – und bereits der »Buchform«, dem »Äußere[n] eines Buches«, dem »Umschlag«, dem »Klappentext als Signal« – verbunden sei. Unseld, *Marienbader Korb*, S. 67. Herv. im Orig.

60 Vgl. Wegmann, *Wie kommt die Theorie zum Leser?*, S. 468 f.

61 Das »Gute Buch« verstanden als Chiffre für »Bücher, die es lohnen, daß man sie liest. Bücher, die ihren Lesern etwas geben – und dieses »etwas« meint hier insbesondere jene Form des Belesen-Seins, die man mit einiger Unschärfe, aber doch so, daß man verstanden wird, als »Literarische Bildung« bezeichnet.« Nikolaus Wegmann, »Gute Bücher«. Zum technischen Medium »Literarischer Bildung«, in: *Wege zur Kultur. Perspektiven für einen integrativen Deutschunterricht*, hg. von Ralph Köhnen, Frankfurt a. M. u. a. 1998, S. 369–383, hier S. 369.

und etabliert er eine Mitte seines Werks, in der sich eine »Szene«⁶² mit einer traditionellen Suhrkamp-Stammleserschaft treffen kann.

Eben jene (dialogische) Einbeziehung einer Leserschaft, die vorzugsweise in »obskuren Szeneblättchen« blättert, und einer intellektuellen Leserschaft, die Wert darauf legt, mit »Ziegelsteinen« zu hantieren, nimmt Goetz bereits mit seinem ersten Roman *Irre* vor. Indem er dort an ein »Zögern« appelliert, das sich ebenso im Vertrauen auf ein »Gutes Buch« wie auf Seiten einer stellenlektüreerprobten Zeitschriftenkultur eingestellt haben dürfte, formuliert er eine Kaufverabredung mit zwei disparaten (aber freilich nicht trennscharf geschiedenen) Lesergruppen, deren Vereinbarkeit in der Materialität des Buchkörpers, in den autobiographischen Entstehungszusammenhängen seines Romans (zwischen akademischer Bildung und Subkultur) und letztlich in der Physiognomie der Autorfigur Goetz selbst widerhält. Dabei ist nicht unerheblich, dass sich die dialogische Einbindung unterschiedlicher Rezipientinnen und Rezipienten in Goetz' Folgewerken – und bereits in der Taschenbuchausgabe seines Debütromans – zugunsten einer monologischen Textpragmatik verschiebt. Wo in der Erstausgabe von *Irre* noch ein dialogisches und rhetorisches Vermitteln (im Medium der Ironie) steht – der Klappentext vermittelt sich durch ein Gespräch, in das er selbst involviert ist –, steht in den späteren Ausgaben desselben Werks nur noch ein Zitat des Ich-Erzählers, das mit den Worten schließt: »Ich hatte gelesen? Hatte ich je ein Buch geöffnet und etwas anderes gehört als dieses Dröhnen, unerträgliches Dröhnen in den Ohren, lauter mit jedem Satz?«⁶³ Die Ruflust der Hardcover-Erstausgabe (»Rumps, schon haut das sauber rein«) kehrt in der Taschenbuchausgabe also als »Dröhnen« wieder; zugleich vollzieht sich die Identifikation mit eben diesem Dröhnen nun aber durch ein Ich, dessen auktorialer Doppelgänger inzwischen eine Bekanntheit erlangt haben dürfte, die ihm (nachdem sein Debütroman mehrfach aufgelegt wurde) das Appellieren an ein »Zögern« erspart.

Zwischen dem »intellektuellen, gebildeten und elitären Image«⁶⁴ des Suhrkamp Verlags, der jungen, studentischen Zielgruppe der *edition suhrkamp* und einer stellenlektüreerprobten Zeitschriftenkultur scheinen sich demnach die Produktivkräfte der Goetz'schen Verlagsautorschaft aufzuspannen. Möchte man aus der pragmatischen Konfiguration seiner Werkpolitik letztlich ein Erfolgsrezept ableiten, so könnte man ihm eine durchaus geschickte Gratwanderung

62 Unseld, [Reisebericht 25.–27. Februar 1983, München].

63 Hier zitiert aus Rainald Goetz, *Irre*, 16. Aufl., Berlin 2015, Klappentext.

64 Catherine Marten, Bernhards Baukasten. Schrift und sequentielle Poetik in Thomas Bernhards Prosa, Berlin und Boston 2018, S. 236.

zwischen heterogenen Werkumgangsformen, Lektürekontexten und Rezeptionsgruppen attestieren, die eine Einbindung ganz unterschiedlicher öffentlicher Aufmerksamkeitsressourcen befördert. Im Hinblick auf Goetz' Klassikerwerdung vollzieht sich die Autorität des Autors damit nicht zuletzt als Synthese zwischen dem *Image* und Label eines straßentauglichen Verkehrssymbols und der Gravität, den Tugenden und der Reputation der Institution Suhrkamp. Keinesfalls handelt es sich also nur um eine Differenzierung oder Demokratisierung der Suhrkamp Kultur, wenn Goetz – in den Worten Unselds – als »sympathischer Punk«⁶⁵ die Verlagstradition infrage stellt. So sehr er eine werkpolitische *blurriness* »between high and low culture«⁶⁶ stimuliert, so sehr begründet er auch eine Autorität, die ihre Anleihen und Trägerformate im Suhrkamp Verlag findet. Durch die Zusammenführung szenetauglicher pragmatischer Appelle (*street*) und der Infrastruktur seines Verlags (*credibility*) tritt der Verlagsautor Goetz also selbst als synthetische Gestalt (*street credibility*) in Erscheinung. Nicht nur seine Neonsonnen, die die bildungsbürgerlichen Regale der Bundesrepublik bis heute zieren, sind dafür ein Beleg. Welche werkpolitischen Resonanzräume Goetz inzwischen erschlossen hat, lässt sich seit 2018 auch an der staatlichen Ehrung seines Werks ablesen. Dessen Leuchtkraft wurde schließlich zum Anlass, im Berliner Schloss Bellevue die literarische »Zeitzeugenarbeit« des Autors Goetz und damit die Fähigkeit eines Ravers zu würdigen, sich »um sein Land verdient gemacht«⁶⁷ zu haben.

65 Unseld, [Reisebericht 25.–27. Februar 1983, München].

66 Mercer, *The Paperback Revolution*, S. 635.

67 Wie die Begründung des Bundespräsidenten zur Vergabe des Verdienstkreuzes 1. Klasse an Rainald Goetz im Jahr 2018 lautete, <https://www.bundespraesident.de/SharedDocs/Berichte/DE/Frank-Walter-Steinmeier/2018/10/181002-Verdienstorden-TdDE.html> (1.2.2022).