



UNIVERSITÄTS-
BIBLIOTHEK
PADERBORN

Universitätsbibliothek Paderborn

Der Roman

**Keiter, Heinrich
Kellen, Tony**

Essen, Ruhr, 1912

III. Der Erfolg der Romane.

urn:nbn:de:hbz:466:1-33498

III.

Der Erfolg der Romane.

In den seltensten Fällen läßt sich der Erfolg eines Romans voraussehen. Es gibt Romane, die ganz unerwartet eine Auflage von 100 000 Exemplaren und mehr erreicht haben, während andere, von denen der Verfasser sich goldene Berge versprochen hatte, kaum einen Buchverleger fanden und völlig unbeachtet blieben.

Einen interessanten Vergleich zwischen deutscher und englischer Schriftstellerei zieht der bekannte Kritiker Professor Dr. A. E. Schönbach in einem Artikel „Des Schriftstellers Lebensfahrt“¹⁾, indem er den Beobachtungen des Engländers Lorimer²⁾ seine eigenen gegenüberstellt. Was den Roman als buchhändlerischen Zugartikel angeht, herrschen in Deutschland und England ähnliche Verhältnisse. „Nichts entscheidet die Übernahme eines Werkes durch einen tüchtigen Verleger als dessen Wert, das heißt, die Verwertbarkeit auf dem Büchermarkte. Welche Qualitäten ein Roman besitzen muß, um den Buchhändler, der sein Geld dabei riskiert, zur Annahme des Manuskriptes zu bestimmen, darüber bietet Lorimer etliche sehr gute Bemerkungen. Gewiß muß ein Roman, sagt er, originell sein, aber doch nicht zu originell. Es gibt Leute, meint er mit einem echt englischen Vergleich, die so sehr an konservierte Milch gewohnt sind, daß sie frische Milch von der Kuh weg gar nicht mehr vertragen, weil ihnen der Geschmack der Borsäure fehlt. Alles wirkliche Originelle, dürfen wir hinzufügen, bereitet der Aufnahme Schwierig-

¹⁾ Hochland, 4. Jahrgang. 1907. 5. Heft. S. 593—601.

²⁾ Adam Lorimer: The authors progress. Edinburgh and London, William Blackwood and Sons, 1906.

keiten; man muß sich damit erst abfinden, es den Organen assimilieren; das überraschende dabei wird zuerst als unangenehm empfunden; es fordert Anstrengungen. Das erklärt sowohl den Widerstand, den alle großen Neuerer in der Kunstentwicklung finden, als auch den Erfolg, der Werken beschieden ist, welche gerade die dem Gaumen des Publikums genehme Mischung von Altem und Neuem aufweisen. Ein Roman, will er die Massen der Leser gewinnen, muß der Hauptsache nach in den herkömmlichen Geleisen verlaufen; er soll freilich auch an hübschen Punkten vorüberführen, die noch nicht bekannt sind, und darf gelegentlich eine interessante Wendung plötzlich nehmen, allein nicht zu oft; denn dadurch würde die angenehme kleine Spannung gestört, mit welcher das kaufende große Publikum dem Laufe der Erzählung folgt. Starke Gemütsbewegungen sind unbequem, und das Widerstreben, das z. B. dem bedeutenden Buche „Jesse und Maria“ entgegengebracht wurde, versteht sich gewiß daraus, daß die Verfasserin auf diese Bedürfnisse der großen Lesermasse keinerlei Rücksicht nahm. Forimer behauptet sogar, ein gewisser Durchschnittserfolg werde einem Roman dadurch gesichert, wenn ein originelles Werk, das dem Publikum gefällt, darin nachgebildet sei; er empfiehlt daher dem Anfänger, seine Erzählung dem Verleger des Autors anzubieten, den er eben nachgeahmt habe. Da werde es sich sofort weisen, ob die Prozentsätze von Überlieferung und Originalität bei der neuen Arbeit sich in dem richtigen Verhältnis befinden, das guten Absatz vorhersagen läßt.“

Diesem letzten Ratschlag vermögen wir allerdings weniger beizustimmen, da jeder Autor sich bemühen soll, etwas Selbständiges zu schaffen. Es werden ohnehin viel zu viel Romane geschrieben, und da wäre es töricht, die Schriftsteller auch noch zu Nachahmungen zu ermuntern. Höchstens soll sich die Nachahmung auf die Form, auf die Art der Darstellung erstrecken. Hierbei kann man natürlich guten Vorbildern folgen.

Ein großer Erfolg eines Romanes ist heutzutage auch schon deshalb selten, weil bei der massenhaften literarischen Produktion nur selten ein Werk die allgemeine Aufmerksamkeit auf sich zu lenken vermag.

Man hat in neuester Zeit die Beobachtung machen können, daß einzelne Schriftsteller und Verleger durch eine wüste Reklame ihre Romane dem Publikum geradezu aufzudrängen versuchten. Dies ist auch in wenigen Fällen gelungen. Der Verfasser hat sein Buch gratis an alle möglichen Personen geschickt, die einigermaßen bekannt sind. Die also Beehrten glaubten ihm dafür danken zu müssen, da sie nicht annahmen, daß das wohlwollende Urteil, das sie aus Höflichkeit spendeten, weiter bekannt würde. Autor und Verleger nutzten aber diese Antwortschreiben als eine plumpe Reklame aus. In hunderten von Anzeigen erschienen Anzeigen, in denen es hieß, den Roman So und So müsse jeder lesen. So fielen Tausende von Neugierigen herein. Aber wer spricht noch jetzt von einem solchen Roman? Er ist vergessen und versunken in dem großen Bücher-Ozean, und wer die dicken Bände aus seiner Bibliothek los sein will, erhält beim Antiquator höchstens ein paar Groschen dafür, wenn dieser sie überhaupt annimmt.

Das ist das unausbleibliche Schicksal eines künstlich herbeigeführten Erfolges.

