media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

MEDIENwissenschaft
Rezensionen | Reviews

Hanna Maria Rompf

Ronald Röttel: Verpackungen der Literatur: Typografische und materielle Oberflächen literarischer Texte seit 1960

2025

https://doi.org/10.25969/mediarep/24091

Veröffentlichungsversion / published version
Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Rompf, Hanna Maria: Ronald Röttel: Verpackungen der Literatur: Typografische und materielle Oberflächen literarischer Texte seit 1960. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 42 (2025), Nr. 3, S. 386–389. DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/24091.

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:
https://creativecommons.org/licenses/by/3.0

Terms of use:
This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0 License. For more information see:
https://creativecommons.org/licenses/by/3.0

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

Neuerscheinungen: Besprechungen und Hinweise

Im Blickpunkt

Ronald Röttel: Verpackungen der Literatur: Typografische und materielle Oberflächen literarischer Texte seit 1960

Bielefeld: transcript 2024 (Literatur – Medien – Ästhetik, Bd.8), 312 S., ISBN 9783837671391, EUR 52,-

(Zugl. Dissertation an der Universität zu Köln, 2022)

Wie bei kaum einem anderen kulturellen Artefakt wird im Fall des Buches die Tatsache, dass es sich auch um ein Produkt handelt, mit einem gewissen Unbehagen betrachtet. Vor allem die ‚Verpackungen' der Literatur scheinen dabei das Überhandnehmen von ökonomischen über künstlerische Interessen zu bezeugen und waren daher wiederholt Anlass für kulturpessimistische Klagen – von Theodor W. Adorno über Hans Magnus Enzensberger und Max Frisch bis zu Gérard Genette. Gerade diesen Oberflächen, wo der Hiatus von Kunst und Kommerz besonders sichtbar austariert wird, widmet sich Ronald Röttel in seiner Monografie *Verpackungen der Literatur: Typografische und materielle Oberflächen literarischer Texte seit 1960* und legt hierfür seinen Fokus auf Layout und Typografie im Zusammenhang mit dem Phänomen des Pop. Röttel geht es dabei nicht darum, „Dichtung und Warenzeichen" (vgl. Wegmann, Thomas: *Dichtung und Warenzeichen: Reklame im literarischen Feld 1850–2000*. Göttingen: Wallstein, 2011) als kontradiktorische Pole zu verstehen, die notgedrungen miteinander in Einklang gebracht werden müssten. Vielmehr zeigt seine medienhistorische Untersuchung typografische Oberflächen als einen Schauplatz diskursiver Aushandlung und künstlerischer Innovation.

Es läge nahe, für eine solche Studie die Popliterat:innen der 2000er Jahre in den Blick zu nehmen, bezogen diese doch werbende Oberflächen gezielt in medienübergreifende Autorschaftsinszenierungen ein (man denke etwa an den Prospekt von Peek & Cloppenburg mit Christian Kracht und Benjamin von Stuckrad-Barre 1999).

Diese werden zwar gestreift, jedoch wählt Röttel die 1960er und 1980er Jahre als zeitliche Schwerpunkte und gliedernden Rahmen seiner Untersuchung. Während dieser Phasen erfuhr die ‚Verpackung von Literatur' eine doppelte Aufwertung: In Konkurrenz zu anderen Medien und durch den Einfluss von Popmusik und Pop Art gewann sie zum einen für die Literaturproduktion an Bedeutung. Zum anderen und parallel dazu wurde das Verhältnis von inhaltlicher Tiefe und typografischer Oberfläche intensiv diskutiert, sowohl von verlegerischer und wissenschaftlicher als auch von auktorialer Seite (neben den eingangs erwähnten u.a. Ralf-Rainer Rygulla, Rolf Dieter Brinkmann, Rainald Goetz oder Diedrich Diederichsen). Röttel zeichnet theoretisch und analytisch fundiert nach, wie sich beide Diskurslinien entwickelten und mitunter auch kreuzten. So sprach beispielsweise Roland Barthes im Kontext der Typografie von einer Erweiterung des klassischen Autorschaftskonzeptes zum „Textperformator" (S.49), dessen Handlungsspielraum sich auf die Materialität von Texten ausdehne – entgegen seiner berühmten Schrift „Der Tod des Autors" (In: Jannidis, Fotis/Lauer, Gerhard/Martínez, Matías/Winko, Simone [Hg.]: *Texte zur Theorie der Autorschaft*. Stuttgart: Reclam, 2000, S.185-193). Diese wurde 1967 interessanterweise zuerst in englischer Übersetzung im hochexperimentellen *Aspen*-Magazin publiziert. Die Texte von Adorno erschienen wie auch die Veröffentlichungen von Barthes in der Taschenbuchreihe edition Suhrkamp und gingen damit selbst in jener ‚Kulturindustrie' auf, die Adorno kritisierte.

In seinen Analysen konzentriert sich Röttel auf jene Zeitschriften-Formate, Verlage und Autor:innen, die die Hierarchien von typografischer Oberfläche und inhaltlicher Tiefe, von Kunst und Kommerz, von Werk und Beiwerk besonders produktiv ausloteten. Dazu gehören unter anderem Buchreihen wie edition Suhrkamp oder rororo, weiterhin Verlage wie März oder KiWi, Punk-Fanzines sowie Popmusik- beziehungsweise ‚Zeitgeist'-Zeitschriften (allen voran *Spex*, *Elaste*, *Tempo*) und deren Adaptionen in Buchform. Indirekt zeigt sich dabei, dass Genette mit seiner demonstrativen Missachtung verlegerischer Paratexte – die er in seiner wegweisenden Studie *Paratexte: Das Buch vom Beiwerk des Buches* (Frankfurt am Main: Campus, 1989) damit begründete, dass Autor:innen „vor den aufwertenden Hyperbeln, die das Geschäft verlangt, offiziell die Augen" (*Paratexte*, S.331) verschlössen – einem Irrtum unterlag. Denn anhand zahlreicher Beispiele weist Röttel nach, wie virulent die Frage der Oberflächenästhetik für die Literat:innen der Pop-Szene war, wie sie diese ironisch reflektierten und mitunter als Teil ihres (Gesamt-)Werks begriffen. Durch Röttels medienhistorischen Blick auf Layout und Typografie erfahren die ‚Verpakkungen der Literatur' eine Aufwer-

tung vom zweckgerichteten Beiwerk zu einem eigenständigen Medium, das selbst Bedeutung erzeugt.

Rolf Dieter Brinkmann etwa maß diesen sowohl beim Schreibakt als auch werkpolitisch eine so hohe Bedeutung bei, dass eine Neuerung des Bucheinbandes bei März ihn zu einem Verlagswechsel veranlasste. Denn bei KiWi genoss er die Freiheit, die Umschläge seiner Bücher selbst gestalten zu können. Wie das Beispiel Brinkmann andeutet, erfolgte die multimediale Erweiterung von Autorschaft auf die Hüllen von Literatur zudem oftmals in engem Austausch mit Verleger:innen, Herausgeber:innen und Grafiker:innen. Es ist ein Gewinn von Röttels Studie, dass er den üblichen auktorialen Fokus aufbricht und diese Akteure angemessen würdigt (zu nennen sind hier neben Fleckhaus v.a. Jörg Schröders Arbeiten für Kiepenheuer & Witsch und Melzer). Dabei bildeten beispielsweise Willy Fleckhaus' Layouts für die Zeitschrift *Twen* und für Suhrkamp, die psychedelischen Hippie-Typografien der 1960er Jahre oder absichtlich dilettantische Gestaltungspraktiken von Punkzines in den späten 1970er Jahren wichtige Bezugspunkte für die Pop-Ästhetik von Zeitschriften der 1980er Jahre. Für die bekannten Namen dieses Genres (Rainald Goetz, Thomas Meinecke, Christian Kracht) bildeten Publikationsorgane wie *Spex*, *Tempo*, *Elaste* und *Wiener* den Startpunkt ihrer sich anschließenden Karrieren als Buchautoren, mitsamt der dazugehörigen Layout-Ästhetik. Beide Perioden befruchteten wiederum die spätere Pop-Phase um Kracht und Stuckrad-Barre, wie im letzten Kapitel gezeigt wird. Popliteratur erweist sich somit als Netz von paratextuellen Verweisen und ist ein eindrückliches Beispiel dafür, wie Pop- beziehungsweise Fankultur nicht nur über verschiedene mediale Formate hinweg verbreitet wird, sondern sich über ihre Medienaffinität zuallererst konstruiert und definiert. Autor:innen sind in diesem Sinne weder als Produzent:innen von rein textimmanenter Bedeutung zu verstehen, noch als bloße Projektionsfiguren eines personalisierten Literaturbetriebs. Sie sind – der Begriff des ‚Textperformators' legt es nahe – vielmehr Akteure in einem medialen Dispositiv, das ästhetische, verlegerische, gestalterische und ökonomische Parameter verbindet. In dieser Hinsicht ist Röttels Studie eine substanzielle Ergänzung zum Feld der Autorschaftstheorie, indem aufgezeigt wird, dass Autorschaftskonzepte nicht ohne die medialen und betrieblichen Praktiken ihrer Zeit zu denken sind.

Die Untersuchung von Medienpraktiken im vordigitalen Zeitalter bietet darüber hinaus interessante Anknüpfungspunkte für die medienwissenschaftliche Analyse gegenwärtiger Phänomene: Wie verhält sich die Beziehung von Kunst und Kommerz etwa im Hinblick auf Cover-Reveals bei Instagram, Buchpräsentationen bei BookTok oder die aufwändig designten Farbschnitte aktueller Young-Adult-

Bücher? Dass solche Ästhetiken keineswegs neu sind, zeigt ein Blick auf die von Fleckhaus entworfene edition suhrkamp: Nebeneinandergestellt bilden die Buchrücken das Farbspektrum des Regenbogens ab. Die Reihe sprengte damit bereits in den 1960er Jahren die Grenze zwischen literarischer sowie bildender Kunst und Konsumästhetik – lange bevor ‚Regenbogenregale' in heimischen Wohnzimmern zum viralen Trend in den sozialen Medien wurden.

Das alles erzählt Röttel anekdotenhaft und unterhaltsam. Er gewährt damit Blicke durch das Schlüsselloch in den Raum der verlegerisch-auktorialen Diskussionen, ohne die nötige analytische Tiefenschärfe zu vernachlässigen. Röttels Studie bietet ertragreiches Material für literatursoziologische Untesuchungen, etwa im Anschluss an Pierre Bourdieus Überlegungen zum literarischen Feld (vgl. *Die Regeln der Kunst: Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2001). Interessant ist sie auch für medienwissenschaftliche Fragestellungen – etwa aus der Designforschung oder der Mediengeschichte. Die interdisziplinäre Methodik, die eine umfangreiche Materialanalyse mit theoretischer Tiefenschärfe und auflockernden Anekdoten verbindet, eröffnet außerdem interessante Ansatzpunkte für die medienwissenschaftliche Lehre – geeignetes Anschauungsmaterial findet sich hier allemal! Insgesamt zeigt Röttel, dass typografische Oberflächen nicht nur Hüllen, sondern auch integraler Bestandteil von Kunst sein können, der Ort nämlich, „an dem Kunst wirksam ist, da sie dort die Wahrnehmung verändern kann" (S.266).

Hanna Maria Rompf (Limerick)