

Die Subskription

Von Dr. Wilhelm Olbrich

Das Wort »Subskription« stammt von dem lateinischen Verbum *subscribere* und bedeutet zunächst »unterschreiben«, im besonderen Sinn »seinen Namen auf eine Einzeichnungsliste setzen«. Auf dem Umweg über das französische »souscription« kam das Hauptwort nach Deutschland und hat sich hier bis heute in doppelter Verwendung erhalten: 1. im Geldwesen als Verfahren für die Unterbringung von Anleihen; 2. im Buchhandel.

Hier gehört es zu jenen nicht ganz seltenen, international gebräuchlichen Fachwörtern, deren sich auch der deutsche Buchhandel mit Selbstverständlichkeit noch bedient, weil sie aus der Verbundenheit mit gewissen, von anderen Ländern übernommenen Handelsgebräuchen historisch erwachsen sind. Das kann man auf anderen Gebieten, etwa dem Bank- oder Militärwesen, ebenso beobachten.

Auch der Begriff der Subskription ist nicht in Deutschland entstanden. Seine Anfänge führen in das Frankreich des 18. Jahrhunderts zurück. Sie liegen im einzelnen nicht klar zutage, wie ja überhaupt die Anfänge der buchhändlerischen Gebräuche noch allenthalben der Erforschung bedürfen. Es läßt sich deshalb zunächst noch nicht feststellen, welches Buch als das erste Subskriptionswerk bezeichnet werden kann. Aber es genügt, sich die Buchproduktion jenes Jahrhunderts vor Augen zu führen, um die Gründe dieser neuen verlegerischen Maßnahme zu verstehen. In welcher anderen Zeit ist sonst eine solche Fülle kostbarer und teurer Werke ausgegeben worden? Es ist das Jahrhundert des bibliophilen Buches. Nie wieder hat die »Extraausstattung« eine so große Rolle im Buchwesen gespielt. Damals erschienen die großen Werke über die Festlichkeiten der Höfe, und alles, was mit Kunst oder Literatur, mit Geschichte oder mit Reisen zu tun hatte, unterstand in Form und Ausstattung dem von Frankreich ausgehenden Gesetz einer ästhetischen Überfeinerung. Es war die Blütezeit des Kupferstichs. Und die ganze Produktion dieser Zeit wandte sich nicht an die Masse des Volkes, sondern, besonders mit ihren hervorragenden Erzeugnissen, an den zahlenmäßig geringen, nach Stand und Vermögen dafür um so einflußreicheren Kreis der Bevorzugten: den Hof, den Adel, die Gelehrten und das vermögende Bürgertum.

Verlegerisch betrachtet war es eine Zeit des größten geschäftlichen Risikos, wie man es heute vielleicht ähnlich mit den Massenauslagen der unwahrscheinlich billigen Bücher vor sich gehen sieht. Was müssen jene Werke an Herstellungskosten verschlungen haben, bei denen Druck, Papier und Einband ebenso erstklassig waren wie die Illustration! Und es handelte sich doch meist um Bücher, die, in kleiner Auflage hergestellt, nur für einen kleinen Kreis von Kaufkräftigen und Interessierten bestimmt waren, was schon durch die hohen Preise bedingt war.

Man kann es gut verstehen, daß die Verleger damals nach einem Weg suchten, um dieses große geschäftliche Risiko auf ein erträgliches Maß herunterzuschrauben. Was lag näher, als daß man versuchte, schon vor der Übernahme eines solchen Werkes die Möglichkeit und den Umfang seiner Absatzfähigkeit zu bestimmen? Man erließ also eine Anzeige der geplanten Edition und beschrieb das neue Werk nach seinem ungefähren Inhalt, der Ausstattung, dem Preis in verlockender, standesgemäßer Form. Der Verleger bearbeitete den Interessentenkreis direkt. Er bat, die Bestellung sofort aufzugeben, damit die Namen der Besteller rechtzeitig und vollständig in die Liste der Subskribenten am Anfang des Buches aufgenommen werden konnten. Auch wurde möglichst der Entwurf einer solchen Subskribentenliste schon der Werbung beigefügt, und es war selbstverständlich, daß für diesen Zweck die klangvollsten Namen schon vorher persönlich geworben werden mußten.

Und so finden wir denn in den meisten großen Werken des 18. Jahrhunderts die Liste der Subskribenten gleich nach dem Titelblatt. Beginnend mit *Sa Majesté* und *Son Altesse* ergibt sich hier ein buchhandelsgeschichtlich sehr lehrreiches Bild der damaligen Käufer-schichten. Es ist auch dabei nicht zu verkennen, daß der Sortimenter als Subskribent vorerst noch eine geringe Rolle spielt.

Für den Verleger ergaben sich aus dieser Subskription sofort drei Vorteile:

1. Er hatte entsprechend der gesellschaftlichen Gebundenheit jener Zeit in der Subskribentenliste ein hervorragendes, billiges Propagandamittel;
2. Er konnte durch die Vorbestellungen die Auflagenhöhe im voraus sehr genau festlegen;
3. Er hatte bei erfolgreicher Subskription die Herstellungskosten schon vor Beginn des Druckes ganz oder teilweise gedeckt, auf alle Fälle aber das Risiko vermindert.

Ausgehend von diesen teuren, bibliophilen Werken wurde dann im Verlauf der folgenden Zeit die Subskription bei allen größeren Veröffentlichungen, vor allem auch beim wissenschaftlichen Verlag, immer üblicher. Es war ganz selbstverständlich, daß z. B. die *Monumenta Germaniae Historica*, als 1826 der erste Band erschien, auf Subskription ausgegeben wurden. Die Subskribenten lassen den starken Anteil der Länderregierungen am Zustandekommen dieses größten Quellenwerkes der deutschen Geschichte in erfreulicher Weise erkennen.

In der Folgezeit ändert sich dann die Art der Subskription, bis sie zu jener Form führt, in der wir sie heute im deutschen Buchhandel kennen.

Der Buchhandel unserer Zeit verfolgt mit der Subskription nicht mehr die Absicht, das Zustandekommen des Werkes dadurch überhaupt zu ermöglichen. Dies kam vielleicht in einzelnen Fällen bis vor kurzem noch vor. Ich erinnere z. B. an gewisse, dem Börsenverein nicht angegeschlossene »Auch-Verleger«, die mit Umgehung des Sortimentes dem Publikum direkt bekanntmachten, daß sie die Absicht hätten, z. B. die Ausgabe eines spanischen Klassikers billig herauszubringen, wenn sich genügend Subskribenten dafür finden würden. Diese risikolose Art des Verlegens auf Kosten des Sortimentes und des organisierten Verlags wird in Zukunft nicht mehr möglich sein. Man wird vielmehr als ein Kennzeichen der Subskription zu beachten haben, daß sie dem Verleger gleichzeitig die Verpflichtung auferlegt, das angekündigte Werk tatsächlich herauszubringen, auch wenn die Subskription nicht das gewünschte Ergebnis, sondern nur einen mäßigen Teilerfolg gebracht hat.

Ebenso wenig kann unter den heutigen Verhältnissen die Bestimmung der Auflagenhöhe der Hauptzweck der Subskription sein. Denn da der Verleger — wie oben erwähnt — bei Ausschreibung der Subskription bereits entschlossen ist, das Werk zu bringen, so wird er sich über die Absatzmöglichkeiten im großen ganzen auch schon von Anfang an klar sein. Dies ist um so nötiger, als er ja auch bei Eröffnung der Subskription bereits den Preis des Werkes annähernd genau festlegen muß, was doch wiederum nur unter Zugrundelegung einer ganz bestimmten Auflagenhöhe erfolgen kann. Es ist ja auch gar nicht der Zweck einer Subskription, den Preis eines Werkes so zu verbilligen, daß dadurch etwa eine ganz neue Käuferschicht erschlossen werden soll, eine Schicht von so großem Ausmaß, daß sie die Auflage zu einer unerwarteten, nach der Art des Buches nicht vorauszu sehenden Höhe emportreiben würde.

Dagegen verbleibt als wichtigster Grund der Subskription auch heute noch der Punkt 3: Die Minderung des finanziellen Risikos.

Zu diesem Zweck hat nun allerdings die Subskription heute etwas andere Formen angenommen. Maßgebend war dafür:

1. Der Wegfall der Subskribentenliste im Titelbogen;
2. Die Entwicklung des Sortimentes zum wichtigsten Subskribenten.

Bevor man aber daraus Folgerungen zieht, muß man sich zunächst einmal klar darüber werden, für welche Art von Werken die Subskription überhaupt angebracht und zuständig ist. Gesehen unter dem erwähnten Gesichtspunkt der Minderung des finanziellen