

Waffenrocks, kann von Hand zu Hand gereicht werden und soll sich so als bescheidener und treuer Begleiter auch an heißen Kampftagen geben. Von diesen unabdingbaren Forderungen aus ist das Kleinbuch für den Feldpostversand entwickelt worden.

#### *Roman oder Kurzgeschichte?*

Die Frage, ob dem Lesebedürfnis des Soldaten das *Büchlein* oder das *Buch* gerecht wird, die Kurzgeschichte und Novelle oder der Roman, ist eine besondere Untersuchung wert. In diesem Zusammenhang mag es sein Bewenden haben mit der Feststellung, daß dies wohl im wesentlichen eine Frage des Temperaments und der Stunde ist. Die etappenweise Lektüre umfangreicher Romane zwischen den Einsätzen oder in der Ruhestellung wird dem einen mehr liegen als dem anderen; sie von vornherein leugnen, hieße an der Wirklichkeit vorübergehen. Dazu ein Beispiel: Der Schaffstein Verlag hatte einen Auszug aus Ina Seidels großem Romanwerk „Das Wunschkind“ als Feldpostbüchlein herausgebracht. Er empfing daraufhin eine Reihe von Zuschriften, in denen sich der Wunsch kundtat, das ganze an Umfang nicht geringe Buch kennenzulernen. Nein, die Seitenzahl ist nicht ausschlaggebend, sondern allein der persönliche Wunsch, das Bedürfnis der Stunde und der Charakter des einzelnen Werkes. Ist es unter den heimatlichen Bedingungen anders? Wer hätte wohl auch nur in der Geruhsamkeit friedlicher Jahre einen Roman von 200 oder 300 Seiten in einem Schwung bewältigt?

Vergessen wir dabei auch nicht, daß die Millionen Bücher, die aus den Büchersammlungen der Heimat an die Front hinausrollten und die draußen mit kräftigem Lesehunger entgegengenommen wurden, zum wesentlichen Teil umfangreiche Romane sind. Doch ihre Verwaltung und Beförderung ist eine Gemeinschaftsaufgabe, sie belastet das Gepäck des einzelnen nicht.

Der G. Grote Verlag hat den Versuch unternommen, mit einem umfangreichen unterhaltsamen Werk im Feldpostversand gemacht; er spaltete den Roman — es handelt sich um die „Seemannsbraut“ von Hans Braun-Bessin — in drei Teile auf, deren jeder ein Büchlein unter 100 g ergibt. Der Charakter des Buches kommt dabei einer Aufteilung so sehr entgegen, daß sich die einzelnen Teile auch als ein abgeschlossenes Ganzes ansehen lassen.

Die Gesichtspunkte, unter denen das Kleinbuch seine besondere Förderung erfahren hat, liegen in den angeführten rein technischen Notwendigkeiten der Herstellung, des Versandes und der Unterbringung im Gepäck des Soldaten.

#### *100 Gramm — nicht schwerer*

Daß dem Zwang der Gewichtsgrenze von 100 g meist der gewichtige Einband geopfert werden muß und einer einfachen *Kartonierung* oder gar *Broschierung* Platz macht, liegt auf der Hand. Denn jedes Gramm, das in der Ausstattung gespart wird, kann der Seitenzahl zugutekommen. Nicht immer wäre das notwendig, denn wenn eine Erzählung von Bruno Brehm 76 Seiten lang ist, so würde gegebenenfalls der Spielraum zwischen dem Gewicht dieser Seiten und der 100-Gramm-Grenze immer noch groß genug sein, um einen festen Pappeinband zu erlauben. Doch hier macht sich das Gesetz der Serie geltend; der einzelne Verlag wird immer bestrebt sein, seiner Reihe von Kleinbuch-Feldpostausgaben ein einheitliches Gepräge zu geben. Hinzu tritt, daß durch den einfachen Karton-Umschlag zu der Materialersparnis eine Ermäßigung des Preises tritt. Besonders glücklich ist der Gedanke, den kartonierten Umschlag mit einer Klappe zu versehen, die mit einem einfachen Klebestreifen versehen, das Büchlein im Nu in eine Art Feldpostbrief verzaubert, auf dem sogar die Anschriften-Linien vorgedruckt sind — wie es beispielsweise der Paul Neff Verlag, der G. Grote Verlag und der Adam Kraft-Verlag halten.

Es ist festzustellen, daß die Wege, die von den einzelnen Verlagen in der *Ausstattung* eingeschlagen wurden, unterschiedlich sind. Zu einem Teil bekennen sie sich zu dem Grundsatz, daß das Büchlein, das an die Front geht, nicht nur inhaltlich wirken und dem Lesehunger des Soldaten entgegenkommen solle; vielmehr hätte es die Aufgabe, dem Soldaten in der kulturlosen

Umwelt des Frontdaseins ein Stück Kultur in die Hand zu legen. So bemüht sich beispielsweise der Suhrkamp-Verlag (vorm. S. Fischer) um eine gediegene Ausstattung seiner Kleinbücher, die auch einem heimatlichen Bücherbrett alle Ehre machen würden; und auch der Sponholtz-Verlag, der Wiking-Verlag und der Deutsche Volksverlag betonen nachdrücklich, daß es ihnen bei der Aufmachung darauf ankäme, dem Kleinbuch ein besonders gefälliges Äußeres, ja, den Charakter eines schönen Buches zu geben.

Dies heißt nicht, daß die übrigen Verlage die Ausstattung vernachlässigten. Der Grundsatz des guten Geschmacks ist in jedem einzelnen Falle gewahrt. Doch auch in seinen Grenzen gibt es Möglichkeiten der Variation, von der schlichten Beschriftung des einfarbigen Umschlags bis zur künstlerischen Bebilderung. Im wesentlichen ist dies naturgemäß auch eine Frage der Kalkulation innerhalb der Preisgrenze, die der Verlag dem Büchlein gesetzt hat.

#### *Das Dreigroschenheft*

Einen originellen Weg beschreitet der *Voggenreiter-Verlag*. Er geht von der Feststellung aus, daß sich der sogenannte Dreigroschenroman, jene gottlob verschwundene Form der Kolportage, in Wirkung und Erfolg nicht zuletzt auf sein reißerisches Äußeres stütze, das grell sich anbietende Titelbild, das Blickfang und Lockung zum Kauf war. Sein Äußeres sitzt noch heute so im Auge fest, daß es von seinem Anreiz wenig eingebüßt hat. So stattet der Voggenreiter-Verlag seine Feldposttaschenhefte die vornehmlich in die Welt hinausweisende, koloniale und abenteuerliche Themen aufgreifen, auf diese Weise aus, mildert und kultiviert allerdings das allzu Reißerische. Nicht, als ob sich die gute Literatur hinter dieser Maske verbergen müßte, um überhaupt den Zugang zum Leserherzen zu finden. Doch hören wir, was ein Frontbuchhändler vor einiger Zeit in der Zeitschrift „Die Weltliteratur“ zu diesem Thema schrieb: „Wir haben einige klassische Novellen in einer Aufmachung, die sehr an die 30-Pfennig-Schmöker (jede Woche ein Roman) erinnert. Will nun jemand, der gar nichts kennt, solch einen Schmöker, dann verkaufen wir ihm oft eine dieser Novellen, und siehe da, er kommt bald wieder und kauft sich ein neues Heft. Hätte ich versucht, ihn aufzuklären, so wäre er mißtrauisch geworden, so aber hat er Geschmack an guter Literatur bekommen. Und das ist es, was wir erreichen wollten.“

Die es angeht, werden uns diese beiläufige Entlarvung des kleinen Tricks verzeihen, wie sie sicherlich denen verzeihen haben, die sie mit jenem heimtückischen Lassowurf für die gute Literatur einfingen — denn allemal sind sie ja die Gewinnenden.

Damit stehen wir mitten in der wesentlichsten Frage: der nach der Wahl von Autor und Stoff für diese Feldpost-Kleinbuchreihen. Dieser Frage sind die Verlage mit jenem Verantwortungsgefühl nähergetreten, das gerade diese Aufgabe, die Forderungen dieser Zeit wie auch die Achtung vor den Werten des deutschen Schrifttums erfordern. So hat der C. Bertelsmann-Verlag in Gütersloh seine heute mehr als 200 Titel umfassende Feldpostreihen in enger Zusammenarbeit mit seinen im Felde stehenden Mitarbeitern, zahlreichen befreundeten Buchhändlern und vor allem den Autoren im feldgrauen Rock auf- und ausgebaut, und zwar vom ersten Tage des Krieges an.

#### *Was liest der Soldat?*

Die Erfahrung hat erwiesen, daß die leichte Unterhaltung wie auch die gehobene Literatur zu gleichen Teilen in ihre Rechte eingesetzt werden müssen. Das Wort vom „Faust“ und dem „Zarathustra“, die zum Marschgepäck des Soldaten gehörten, kennzeichnen nur die Polarität des Soldaten-Hungers nach Geist. Der schweren Kost gesellt sich das nahrhafte Mahl und der leichte Appetitbissen zu. Daß das Filter einer verantwortungsbewußten Planung von vornherein alle literarischen Sinkstoffe ausschaltet, ist eine Tatsache, die sich bei einem kurzen Überblick über das in Feldpostausgaben erfaßte Schrifttum zeigt. Erfreulich ist die Feststellung, die der Verlag Philipp Reclam jun. trifft: „Je länger der Krieg dauert, desto stärker spürbar ist die