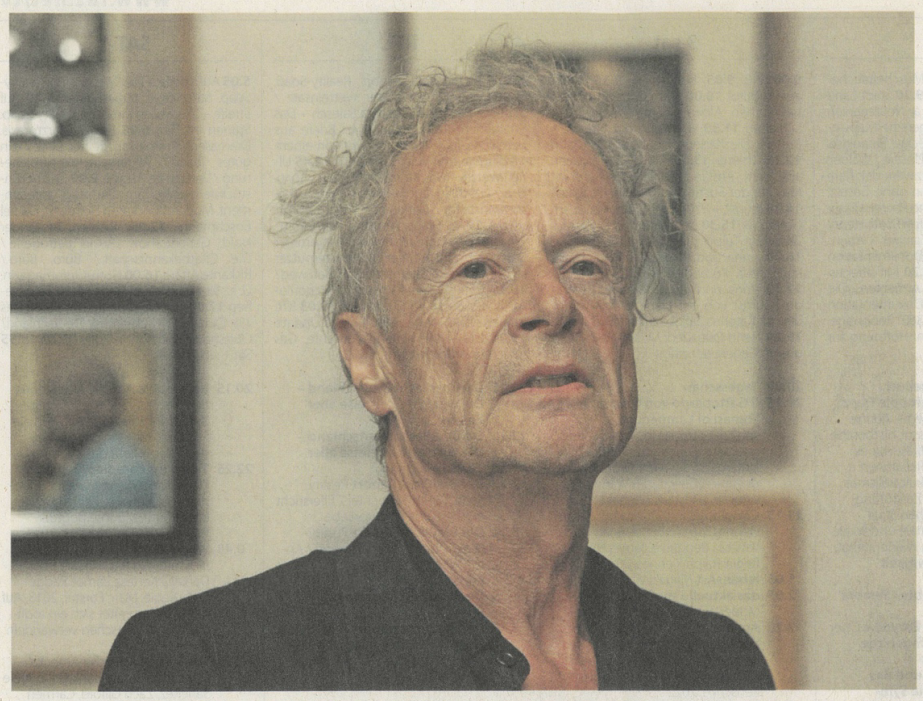

Wirkung von Texten bemisst sich nicht an der Zahl ihrer Leser, sondern an der ihrer Gegner: Axel Matthes Foto Heinrich Heine

Vom Mut, unangenehm zu sein

Richtungsloses, aber ernstes Lesen: Wie Axel Matthes den Verlag Matthes & Seitz aufgebaut und verloren hat. Ein Besuch zum neunzigsten Geburtstag

Von Philipp Theisohn

Diese Reise beginnt irgendwann Anfang der Neunzigerjahre, weit weg, beim allerhöchsten Turm: „müßige jugend / von allem besessen / vor lauter feinsinn / verlor ich mein leben" – vier Zeilen, die irgendwo in der pfälzischen Prärie in schwächlicher Fotokopie über dem Bett eines Adoleszenten hängen. Nicht allein stehen die Verse. Zum Emblem verwandelt sie eine Schwarz-Weiß-Fotografie: ein Mensch, der in der Kuppel einer aus einem See aufragenden Pfahlbaukonstruktion kauert. Es ist jene Fügung von Bild und Text, die den Jugendlichen für diesen Dichter und seine „Chanson de la plus haute tour" einnimmt, die in der Übersetzung von Hans Therre und Rainer G. Schmidt 1980 im Münchner Verlag Matthes & Seitz erschienen war.

Verwachsen war mir Rimbaud seither mit jener leicht verwilderten Buchästhetik, einem furiosen Umgang mit der literarischen Tradition, bei dem die philologische Genauigkeit eher von nachrangiger Bedeutung schien. Wichtiger war den Übersetzern das Einfinden in den Exorzismus, das Fortsetzen von Rimbauds Arbeit mit anderen Mitteln. „Ich muss meine Anderen systematisch und magisch aus mir RAUS schreiben", hatte Therre in seinem Nachwort dem „Trunkenen Schiff" hinterhergerufen. Das imponierte. Dass man über Rimbaud, ihn ins Deutsche treibend, in die „allerletzten und allerersten driften des weltalls" vordringen könne, dass man dazu nur „die augen der wörter, buchstaben und silben als fernrohre" nutzen müsse: Das war genau so gemeint. Verstehen ließen sich diese Sätze aber nur, wenn man wusste, in welchem Denkraum sie gefallen waren.

◆ ◆ ◆

Jahrzehnte später sitze ich einem Mann mit strengen, asketischen Zügen gegenüber, dem Rimbauds „Besessenheit von allem" Programm geworden war. Verlagsprogramm, um genau zu sein. Die Frage, wie Axel Matthes, der am 18. Mai neunzig Jahre alt wird, einst in diese Welt des wilden Denkens und der sehenden Bücher gestürzt war, hatte mich nach Schondorf am Ammersee geführt. Und dort, in jener Bibliothek, die Matthes des Sommers seine Wohnung nennt, sollte ich Antwort auf meine Frage erhalten.

Begonnen habe die Obsession, dieses Büchermachen, spät in seinem Leben, im Jahr 1966, mit dem Antritt einer Lektoratsstelle beim Münchner Herbig Verlag. Inhaltlich belanglos, in anderer Hinsicht jedoch bedeutungsvoll: Matthes ist dort für die Gestaltung der Buchcover verantwortlich. Er beginnt die Literatur in Bildern zu denken – und „Bilder zu entdecken, zu denen nur noch das Buch fehlte". Als er sich nur ein Jahr später in Berlin an der Gründung des Verlags Rogner & Bernhard beteiligt, bleibt ihm diese Überzeugung: Die Bücher nehmen ihren Ursprung im Imaginären. Bevor es den Text und seine Bedeutung gab, war das Auge.

Die Befreiung des Auges vom Logos gehört freilich zu den Basisoperationen eines Denkens, dessen Ursprung sich Axel Matthes zu dieser Zeit schon längst genähert hatte: der Philosophie George Batailles, der für ihn zur Schlüsselfigur seiner Verlagspolitik werden wird. An die Generalrechte für die deutsche Übersetzung seiner Werke kommt er recht problemlos, weil der Philosoph des „verfemten Teils" im Nachkriegsdeutschland suspekt erscheint. Während Jürgen Habermas noch vor dessen „Traum einer ästhetisierten, dichterischen, von allen moralischen Elementen gereinigten Politik" warnt, entdeckt Axel Matthes in Bataille den Vordenker seiner eigenen Existenz. „Verausgabung", dieser für Batailles Denken so zentrale, aller Ökonomie entgegenstehende Begriff, wird zur Chiffre seines verlegerischen Schaffens werden.

1976 muss er als Letzter der drei Gründer das wirtschaftlich schwer angeschlagene Unternehmen Rogner & Bernhard verlassen; mit ihm gemeinsam geht der Hersteller Claus Seitz – und so ist auch der Name des neuen, in München ansässigen Verlags schnell gefunden. Das Verlagssignet, ein Höhlenzeichen aus dem prähistorischen Afrika, entnimmt er dem surrealistischen Künstlermagazin „Minotaure". Die programmatische Linie bleibt indessen ungebrochen: Zu Bataille und Baudrillard gesellen sich der Ethnologe Michel Leiris, Antonin Artaud, Pierre Klossowski, Apollinaire. Es ist eine andere Tradition französischen Denkens, die bei Matthes & Seitz in den Druck gelangt. Ihren Ahnherrn findet sie in de Sade, dessen „Justine und Juliette" in der von Stefan Zweifel und Michael Pfister besorgten zehnbändigen Übersetzung schon bald zum Flaggschiff des Verlags avanciert. Eine verdienstvolle Arbeit, die gleichwohl wenig Verdienst abwirft. Bezahlen kann Matthes seine Übersetzer eigentlich schon nach dem zweiten Band nicht mehr. Diese setzen ihre Arbeit dennoch unverdrossen fort, erkennen sie in Axel Matthes doch just die Inkarnation jener libidinösen Ökonomie, die sie selbst umtreibt. „Es war uns vollkommen klar, dass er mit diesen Büchern kein Geld verdienen wird", erinnert sich Zweifel: „Aber umso mehr fügte er sich zu den Gestalten, wegen denen wir uns überhaupt mit unserem Projekt an Matthes & Seitz gewandt hatten. Axel Matthes war ja in jedem erdenklichen Sinne ein ‚Selbstverschwender', einer, der für seine Ideen im Zweifel auch das eigene Leben, zumindest seine wirtschaftliche Existenz aufs Spiel setzt."

Der 2002 erscheinende zehnte Band von „Justine und Juliette" wird dann tatsächlich zum Sargnagel des Verlags. Behaftet ist Matthes & Seitz zu diesem Zeitpunkt bereits mit dem Verdacht, ein Faible für protofaschistisches Denken zu pflegen. In den Blick gerät insbesondere Hans-Jürgen Syberbergs „Vom Unglück und Glück der Kunst in Deutschland nach dem letzten Kriege" (1990). Die unzweifelhaft antisemitischen Passagen, die sich dort finden und berechtigte Zweifel daran aufkommen lassen, dass es sich hier nur um ein Problem von „Stellen" handele, beschädigen den Ruf des Verlags nachhaltig. Nach anfänglicher Vorwärtsverteidigung nimmt Matthes das Buch bald wieder aus dem Programm.

Warum und wie es denn überhaupt erst dort hineingekommen sei? „Erschrocken" habe er Syberbergs Typoskript mit Blick auf die zu erwartenden Reaktionen lektoriert, sagt Matthes. Und vielleicht gehört es zur Wahrheit dieses Verlegerlebens, dass wohl weniger die im Typoskript sich dokumentierende Geisteshaltung als vielmehr der antizipierte öffentliche Schrecken den Ausschlag für die Publikation gegeben hat. Die Wirkung von Texten bemisst sich nicht an der Zahl ihrer Leser, sondern an der ihrer Gegner.

Und die wächst gewaltig. In Hamburg und Zürich boykottieren Buchhandlungen ungesehen das gesamte Verlagssortiment; 1992 spricht Diedrich Diederichsen in einem Interview mit dem Wiener Magazin „Falter" offen von „Matthes-&-Seitz-Faschisten". Axel Matthes treffen die Unterstellungen keineswegs nur finanziell. Er glaubt sich böswillig missverstanden: Er verfolge keine politische Agenda und wolle auch keineswegs „der Entskandalisierer skandalisierter Autoren" sein. Ein Blick ins damalige Verlagsprogramm legt das auch nicht unbedingt nahe. Literarische Entdeckungen wie Fleur Jaeggy und Roberto Calasso stehen da neben mit Gewinn zu lesenden Ästhetikern wie Beat Wyss und László F. Földényi oder der zehnbändigen Ausgabe der Werke Rahel Varnhagens. Was ergibt das in der Summe, abzüglich Bergfleth und Syberberg, Günther Maschke und Alfred Bäumler? Rechnen lässt sich's nicht.

Lange ist das alles her. Der Verlag, sein Verlag, lief Anfang des Jahrtausends auf Grund. Hört man Axel Matthes aufmerksam zu, so gewinnt man den Eindruck, das habe für ihn nur eine gewisse Folgerichtigkeit gehabt. Überzeugung geht vor Geschäftssinn. Bücher macht man eben, weil man Bücher liebt, weil man in ihnen von sich absehen muss. Konkurrenz bekämen sie im Alter freilich zunehmend. Es sei schon erstaunlich, sagt Matthes leise, wie das Bewusstsein des Todes mehr Gegenwärtigkeit schaffe, und schaut aus dem Balkonfenster, in die Baumkronen hinein, in denen die Vögel schreien. „Da draußen gibt es noch Leben." Hier drinnen aber, bei seinen „Mumien", geschehe immer noch das Wesentliche, das Erzählenswerte: richtungsloses und ungerichtetes, aber ernstes, auf den Umschlag des Denkens gespanntes Lesen. Das, was Axel Matthes immer noch bleibt. Der Nachmittag sinkt in den See.

◆ ◆ ◆

Ortswechsel. In der Kreuzberger Großbeerenstraße lässt der ehemalige Buchhalter des alten und seit 2004 Verleger des neuen Matthes & Seitz Verlags den Blick durch die Regale schweifen. Ererbtes und Erworbenes stehen dicht an dicht – fügen sie sich auch? „Rein ökonomisch betrachtet, sind Laure, Artaud, de Sade oder Leiris belastende Autorschaften. Aber sie bilden immer noch einen der ideellen Glutkerne von Matthes & Seitz", führt Andreas Rötzer aus – wie auch Bataille, der heute „auf eine Art unzeitgemäßer" sei als noch vor vierzig Jahren.

Dessen ungeachtet weist der Berliner Matthes & Seitz Verlag ein anderes Gepräge auf als sein Münchner Vorgänger. So nimmt sich das Programm insgesamt doch deutlich akademischer aus, sucht nicht nur Anschluss an zeitgenössische Gesellschaftsdebatten, sondern treibt diese auch oft an. Die Kundschaft identifiziert den Verlag viel stärker mit den Buchpreisträgern Frank Witzel und Anne Weber, den von Judith Schalansky herausgegebenen „Naturkunden" oder der Essayreihe „Fröhliche Wissenschaft" als mit den „Batterien". Auf dem Feld der zeitgenössischen Belletristik kann man mit Peter Waterhouse, Philipp Schönthaler oder Solvej Balle ein beachtliches Portfolio an intellektueller Strahlkraft vorweisen. 2020 wurde Matthes & Seitz Berlin der Deutsche Verlagspreis zuerkannt.

Abzusehen war diese Erfolgsgeschichte nicht, als es Rötzer 2004 in einem Husarenstück gelang, den gestrandeten Verlag umzugründen und mit frischem Geld zu revitalisieren. „An ein neues Programm habe ich damals gar nicht gedacht, ich hatte großes Vertrauen in die Backlist, an den von Matthes gelegten Grundstein", erinnert er sich. Bis heute wisse er nicht wirklich, was ein Verleger so treibe; das Berufsprofil habe sich freilich seit den Zeiten von Axel Matthes ohnehin stark verändert – wie auch die Leser- und Rezeptionslandschaft.

Auch für Rötzer bahnte Bataille – genau genommen: eine Seminararbeit über die Übersetzungspolitik im philosophischen Diskurs – den Weg zu Matthes & Seitz, den er immer noch „für den französischsten Verlag in Deutschland" hält. Er hielt den Kontakt zu Axel Matthes; 1998 übernahm er, während er eine Promotion in Philosophie vorbereitete, die Verlagsbuchhaltung. Den Chef sah er meist nur im Profil, den Blick wie ein Impresario auf das Gaubenfenster der Bogenhausener Villa gerichtet. Er registrierte freilich auch die Zahlen, das schwindende Netzwerk des Verlegers, die langsam dahinsterbenden Subskribenten. Als die Insolvenz anstand und alle Übernahmeversuche von dritter Seite ins Leere liefen, entschloss sich Rötzer, mit der Hilfe von Ursula Haeusgen, der Begründerin des Münchner Lyrik Kabinetts, die Restbestände des Verlags samt Namen und Logo in eine neue GmbH zu überführen.

Kein einfaches Erbe. Erwartungsgemäß galten die ersten Fragen, die der neue Verleger zu beantworten hatte, seinem Verhältnis zu den „Faschisten". Rötzers Position war und ist deutlich: Es gibt hier gar kein Verhältnis zu klären – nimmt man Syberbergs Buch aus, dessen Publikation er nach wie vor für einen Fehler hält. Entscheidendes Kriterium ist ihm allein die Produktivität des Denkens. Matthes & Seitz sieht er dabei als „Teil eines dialektischen Prozesses, in dem Stimme und Gegenstimme einander bedürfen".

Das könnte durchaus auch von Axel Matthes stammen, und tatsächlich kann Rötzer in seinem Vorgänger auch Wesenszüge erkennen, die den Verlag bis heute nicht verlassen haben. Wenn die Zeiten des heroischen Verlegertums auch unrettbar vorüber seien, so habe man von Matthes dann eben doch das eine lernen können: dass „man sich auch trauen müsse, unangenehm zu sein". Die Zusammenarbeit habe das nicht immer leicht gemacht, am Ende siegte jedoch das Gemeinsame, die Faszination für das Abwegige. „Ich habe das Alte Testament verfasst, mancher Sie sich nun an das Neue", habe ihm Matthes in einer Mischung aus Ironie und Pathos mit auf den Weg gegeben. Aus Anlass des neunzigsten Geburtstags des Gründers wird bei Matthes & Seitz irgendwann auch sein literarischer Lebensrückblick unter dem Titel „Batailles Schleuder" erscheinen. Man ahnt, welche Botschaft sich darin verbergen wird: „À tout asservie, j'ai perdu ma vie."