

ting. Auch die neu konzipierten Kurzen Städte-Führer liefen schlecht. Die wirtschaftliche Entwicklung war anscheinend gerade zu Beginn der 1960er Jahre so schwierig, dass Baedeker „zeitweise sehr an seinen verlegerischen Qualitäten zweifelte.“¹¹⁰⁸ Zwar ist über die Geschichte anderer Verlage – und damit auch über deren Misserfolge – weniger bekannt, aber die insgesamt schwankende, wenig innovative Produktlinie des Freiburger Baedeker-Verlags weckt in der Tat Zweifel an den Marketingfähigkeiten des Firmenchefs. In einer Phase wachsender Professionalisierung und Rationalisierung bei der Konkurrenz – gerade war etwa die Polyglott-Serie auf den Markt gekommen – verlor das alteingesessene Verlegerhandwerk allmählich den Anschluss.

Zwar lagen die Probleme primär im Marketingbereich, aber auch die redaktionelle Qualität der Führer ließ nach. Die Redaktion war überaltert; Oskar Steinheil betreute den Deutschland-Autoführer von der ersten Auflage 1938 bis zu seinem Tod 1971.¹¹⁰⁹ Generell wurde ein „Substanzverlust“ gerügt, der die „Information viel zu oberflächlich und allgemein“ werden ließ.¹¹¹⁰ Die Bücher seien weniger handlich, weniger aktuell und weniger korrekt. „Das eigentliche, ehemalige Glanzstück des Verlages, das Reisehandbuch, geriet dabei etwas in Vergessenheit. Es gibt nur noch sporadische Neuauflagen, die aber nicht mehr das hohe Niveau früherer Jahrzehnte erreichen.“ Zwar ist diese Pauschalkritik schwer verifizierbar; viel deutet aber darauf hin, dass das von Baedeker einst etablierte Modell der praktisch-informativen, zwar bildungsbürgerlich geprägten, aber objektiv wirkenden Auswahl und Hierarchisierung der Sehenswürdigkeiten weiter bestand, der Verlag es aber selbst aus mangelnder Qualität nicht mehr erfüllte und daher sein Renommee verlor.

Autoreiseführer. Das ‚Straßenkursbuch‘ des ‚Wirtschaftswunders‘

Ein besonders typisches Phänomen des Reisebüchermarktes im ‚Wirtschaftswunder‘ waren die Autoreiseführer, die der Baedeker-Verlag bereits 1938 entwickelt hatte. Der seit 1953 wieder in Kooperation mit dem ADAC herausgebrachte „Baedeker’s Shell-Autoreiseführer“ wurde das Flaggschiff des Verlags und erreichte bis 1978 16 Auflagen. Im Jahr 1951 schlossen sich Karl Friedrich Baedeker, der alteingesessene Baedeker-Redakteur Oskar Steinheil und der mit dem Shell-Straßenatlas, später auch der Generalkarte und dem Varta-Hotelführer bekannt gewordene Verleger und Kartograph Kurt Mair zu „Baedeker’s Autoführer-Verlag“ zusammen. Die Synergie-Effekte waren erheblich: Die günstigen Vertriebsmöglichkeiten über den ADAC und das Shell-Tankstellennetz verbanden sich mit dem kartografischen Hintergrund des Mair-Verlags, dem traditionsreichen Namen Baedeker und der Autoführer-Erfahrung Oskar Steinheils. 1953 erschien als erste Nachkriegsausgabe die dritte Auflage von Baedekers Autoführer Deutschland. In seinem Geleitwort präsentiert der ADAC-Präsident diesen „altbewährten Autoführer“, der „schon vor dem Krieg [...] die vielfältigen Schönheiten unseres deutschen Vaterlandes erschlossen hat“ und die „Motortouristen [...] auch abseits der Heerstraßen des Verkehrs zu führen“ vermöge.

1108 Hinrichsen 1991, 65.

1109 Hinrichsen 1991, 63.

1110 Müller 1975, XVI. Dort auch das folgende Zitat.

Seinen großen Erfolg verdankte der Autoführer einerseits den Vertriebswegen der Kooperationspartner Shell und ADAC. Andererseits traf Baedeker mit seiner Orientierung an den AutotouristInnen aber ein Zeitbedürfnis, das die Konkurrenz wesentlich später erkannte. Die Massenmotorisierung schien die touristische Wahrnehmung zu verändern und neue Anforderungen an Seh-Anleitungen zu stellen, die, so der Tourismusgeograph Ritter 1966, „für den Autoreisenden von den heutigen Reiseführern nur sehr unzulänglich erfüllt“ würden.¹¹¹¹ In den 1960er und 1970er Jahren wurden dann zahlreiche Autoreiseführer auf den Markt gebracht, teils von – stets männlichen – Einzelautoren und Redakteuren der Autozeitschriften, teils von anderen Verlagen, so die 17-Bändige Serie „Mit dem Auto wandern“ des Süddeutschen Verlages. Der Grieben-Verlag hatte zunächst nur einen „Anhang für Automobilisten“ angeboten¹¹¹² und brachte erst 1969 einen „Informator Bundesautobahnen“ auf den Markt. Die Redaktion war sich offenbar über ihr Konzept nicht sicher; auf dem Umschlag hieß es, der Band sei „zwangsläufig mehr ein Informationslexikon geworden als ein Reiseführer im herkömmlichen Sinne. Gefällt Ihnen diese Art? Bitte schreiben Sie.“ Wie die neue automobilen Wahrnehmung genau aussah, blieb nicht nur dem Grieben-Verlag unklar. Wesentlich schien vor allem die Eile und Schnelligkeit zu sein; 1954 warb der Baedeker-Verlag: „Unsere Zeit ist knapp geworden. Fürchten Sie vielleicht, keine Muße zu haben, einen Reiseführer zu studieren? Gerade weil Ihre Zeit knapp und jeder Urlaubstag kostbar ist, sollten Sie den Baedeker zu Rate ziehen!“¹¹¹³ Entsprechend der vermuteten Eile beim Reisen wurden die Texte nicht nur kürzer, sondern teilweise durch Tabellen und Bilder ersetzt, die eine schnellere Aufnahme ermöglichen sollten.

Der Aufbau der Führer veränderte sich erheblich. Im Vorwort wurde die Benutzung des neuen Baedekers erläutert: „Die Beschreibung der Bundesstraßen nach ihrer Nummernfolge ergibt ein ‚Straßenkursbuch‘, das dem Benutzer auf der Fahrt oder beim Blick auf eine Karte an Hand der Straßennummer das mühelose Auffinden jeder Straßennummer ermöglicht.“¹¹¹⁴ Das Buch wurde in zwei Teile geschnitten: Ausführliche, mit Kilometerleiste versehene Streckenbeschreibungen hangelten sich an Autobahnen und Fernstraßen entlang und orientierten über Sehenswürdigkeiten, kleinere Orte, Ausblicke und mögliche Abstecher. Auf den mit Kilometerleisten versehenen Routen wurde bei jedem möglichen Abzweig auf die Seitenzahl der betreffenden Strecke verwiesen. Alle größeren Orte wurden gesondert alphabetisch aufgeführt und detaillierter beschrieben; alphabetische und geografische Gliederung wurden also gemischt.

Das führte zu häufigen Wiederholungen und zwang zum häufigen Hin- und Herblättern, denn nur wenige Reisende fuhren wohl eine ganze Autobahnstrecke oder den Gesamtverlauf einer Bundesstraße ab. Die ausführlichen straßenbezogenen Angaben waren für Nicht-AutofahrerInnen überflüssig.¹¹¹⁵ Für alle Reisenden kosteten sie Platz

1111 Ritter 1966, 107. Ritter versuchte, mit – dem Baedeker vergleichbaren – Sternen eine objektive Klassifizierung europäischer Sehenswürdigkeiten anzugehen; seine „Kunst- und Kulturtopographie Europas“ blieb freilich oberflächlich und ethnozentrisch.

1112 Grieben Österreich, 7. 1957.

1113 Baedeker's Autoführer Schweiz, 1954, Umschlagklappe.

1114 Baedeker's Autoführer Deutschland, 3.1953, Vorwort.

1115 Der Verlag dagegen meinte, dass „dieser Führer für jede Reiseform nutzbar ist.“ Baedekers Autoreiseführer Oberitalien mit Dolomiten, Riviera und Florenz, Baedekers Autoführerverlag, 10. Aufl. Stuttgart 1977, 2.

und führten zu einer erheblichen Kürzung des historisch-landeskundlichen Hintergrunds, sowohl in der allgemeinen Einführung, als auch bei den einzelnen Orten. Die bereits im 19. Jahrhundert nachgewiesene Verkürzung der Informationen wurde verstärkt. Auf Geschichtskapitel wurde in Baedeker's Autoführern ganz verzichtet; sonst beschränkte man sich auf vorgeblich neutrale Kurzdaten. Damit wurden die der Auswahl zugrundeliegenden Wertmaßstäbe immer mehr verdeckt. Aktuelle Angaben beschränkten sich meist auf statistisch-allgemeine Daten, die nicht zu sinnlich erfahrbaren Eindrücken motivierten, nicht ins Besichtigungsprogramm einbezogen wurden. Der Stil wurde immer unpersönlicher, erlaubte keine Identifikation mehr, machte keine Lust mehr auf ein Reiseziel.

Bemerkenswert ist die große, über Jahrzehnte und Systemwechsel hinwegreichende Kontinuität einzelner Textpassagen in verschiedenen Auflagen. Besonders deutlich wurde dies in Baedekers jahrzehntelang von Oskar Steinheil betreuten Deutschland-Bänden. Einleitend wurde die landschaftliche und architektonische Vielfältigkeit Deutschlands hervorgehoben: „Die Siedlungsformen umfassen den selbstbewußten Einzelhof wie das altgermanische Haufendorf, die trotzige Burg und die wehrhaft ummauerte Stadt wie die moderne Groß- und Industriestadt und die neuen planmäßig angelegten Wohnsiedlungen.“ Diese erstmals 1938 geschriebene Passage blieb unverändert in allen Auflagen bis 1978.¹¹¹⁶ Mit der neuen Allianz-Serie wurde der Satz minimal verändert: „Die Siedlungsformen umfassen den Einzelhof wie das Haufendorf, die trutzige [statt ‚trotzige‘] Burg und die wehrhaft ummauerte Stadt wie die moderne Groß- und Industriestadt und die planmäßig angelegten Wohnsiedlungen.“¹¹¹⁷ Dieser Satz stand noch im gesamtdeutschen Baedeker von 1995.

1938 fuhr die Einleitung fort mit der norddeutschen Backsteingotik sowie herrlichen Domen, Schlössern und Rathäusern in Mittel- und Süddeutschland, „die in der steinernen Sprache der Baustile den Wandel der Kultur und der Wirtschaftsform kundtun. Allenthalben tragen die großen Städte die Zeichen der weitschauenden Bauplanung des Dritten Reiches.“¹¹¹⁸ 1953 wurde nur der letzte Satz verändert; er lautete: „Allenthalben zeigen die Großstädte die jüngsten städtebaulichen Entwicklungen, während für den vom naturfernen Arbeitsleben der heutigen Zeit rascher verbrauchten Menschen zahlreiche Kur- und Badeorte wirksame Heilquellen und andere Mittel der Erholung bieten.“ Bis 1978 blieb diese Passage unverändert; erst 1980 verschwanden – angesichts der zunehmend kritisch betrachteten modernen ‚Unwirtlichkeit der Städte‘ – die ‚jüngsten städtebaulichen Entwicklungen‘.¹¹¹⁹ Typisch für das ‚Wirtschaftswunder‘ war auch die in engem Bezug zum Arbeitsleben stehende Betonung der Regeneration, die eine geradezu apodemische Rechtfertigung des Reisens lieferte.

Die immer wieder vorgenommenen, aber nur minimalen Veränderungen zeigen, dass der Verlag diesen Absatz regelmäßig redigierte, ihn aber – abgesehen von wenigen allzu deutlich nationalsozialistischen Passagen – im wesentlichen für gleichbleibend richtig hielt. Diese Kontinuität der Texte zeigt sich nicht nur bei allgemeinen Einleitungstexten, sondern auch in der Beschreibung einzelner Orte und Sehenswürdigkeiten.

¹¹¹⁶ Folgende Autoreiseführer Deutschland wurden untersucht: 3.1953, 5, 8.1964, V, 15. 1978, V.

¹¹¹⁷ Baedeker Deutschland, 17.1980, Allianz-Baedeker Deutschland, 3.1995, 9.

¹¹¹⁸ Baedeker's Autoführer Deutsches Reich, 1.1938, VII.

¹¹¹⁹ Baedeker's Autoreiseführer Deutschland, 15.1978, V. Auch schon 3.1953, 5, 8.1964, V.

Bemerkenswert ist dabei, dass – mit ebenfalls gleichbleibendem Wortlaut – zu Beginn jeden Buches um Verständnis geworben wurde für eventuelle zwischenzeitliche Veränderungen „in der heute so schnellleibigen Zeit.“ Diese Kontinuität belegt den generellen Konservatismus in Reiseführern, zeigt aber in ihrer extremen Ausprägung ein deutliches Hinterherhinken des Baedeker-Verlags.

Die Beschreibungen der Baedekers, aber auch der Polyglotts und der meisten anderen Führer waren allein auf eine visuelle Aneignung der Fremde ausgerichtet. Die den TouristInnen empfohlene Tätigkeit war stets das Sehen; dieses Sehen sollte eine Erkenntnis ermöglichen. Um die Charakteristika der besuchten Gegend oder Stadt zu verstehen, wurden solche Objekte ausgewählt, die die Reisenden legitimerweise anschauen konnten, weil sie als Sehenswürdigkeiten gelten, in erster Linie also historische Gebäude und Kunstwerke. Andere Wahrnehmungs- und Erlebnisformen wurden kaum angeboten, weder ein Kontakt mit Einheimischen noch irgendwelche eigenen Aktivitäten. Die Reiseführer festigten damit die Dominanz des Visuellen in der touristischen Praxis. Zwar war die visuelle Aneignung der Welt kennzeichnend für die Entstehung des Tourismus überhaupt und beherrschte die Reiseführer seit ihrer Entstehung, doch gab etwa Baedeker bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts stets auch Informationen und Anregungen zu nicht oder nicht allein visuellen touristischen Aktivitäten wie Geräuschwahrnehmungen, Wanderungen oder Einkaufsmöglichkeiten.¹¹²⁰ In den Reiseführern des ‚Wirtschaftswunders‘ wurden Wander- und Erlebnistipps weggelassen. Auch die praktischen Informationen wurden zunehmend knapper. Nicht nur fehlten Angaben über öffentliche Verkehrsmittel nun völlig; die Hotel- und Restaurantangaben wurden bald aus den Stadtbeschreibungen entfernt und in einen Extrateil am Ende des Buches verbannt. Sie beschränkten sich immer mehr auf eine aufzählende Liste aller oder zumindest der teureren Hotels, ohne noch irgendwelche Bewertungen oder Empfehlungen auszusprechen. Ohne eine wertende Auswahl war gerade die ursprüngliche Attraktivität Baedekers, sparsamen Reisenden nützliche, unbestechliche Tipps geben zu können, verloren gegangen. Wer diese Details ohnehin nicht brauchte, etwa weil er pauschal versorgt war, konnte sich fast genauso mit einem erheblich billigeren Polyglott-Band begnügen. Wer Wert auf kostensparende Urlaubstipps über billige Hotels und günstige Verkehrsverbindungen legte, wählte die ab den 1970er Jahren aufkommenden Traveller-Handbücher.

Generell hatten die Autoführer in den 1970er Jahren ihren Zenit überschritten. Karl F. Baedeker resümierte 1977: „Die Zeit der Autoführer in diesem großen Format scheint zu Ende zu gehen.“¹¹²¹ Hintergrund der im Folgejahr tatsächlich erfolgten Einstellung der Reihe war nicht nur der Tod Oskar Steinheils im Jahr 1971, sondern auch das Ende der Zusammenarbeit mit dem ADAC, der seit 1973 Autoreiseführer in Kooperation mit Grieben herausbrachte, wenngleich mit geringem Erfolg.¹¹²² Die Straßenkursbücher blieben eine typische Erscheinung des ‚Wirtschaftswunders‘. Sie ent-

1120 Für Paris listete der Baedeker 1900 immerhin 301 Geschäfte in 87 verschiedenen Straßen auf, nach Morét 1992, 83.

1121 Unveröffentlichter Brief, nach Hinrichsen 1991, 67f.

1122 Der WebOPC der Deutschen Bibliothek (<http://dbf-opac.dbb.de>, 27.08.2001, Stichwort Autoreiseführer) vermeldet wenige, offenbar nicht sehr erfolgreiche Titel: Nur der Italienband erlebte bis zu seiner Einstellung 1981 drei Auflagen.

sprachen einer mit der Autoreise noch unerfahrenen Zeit; für die auto- und reiseerfahrenen Touristen der Erlebnisgesellschaft waren sie einerseits zu umständlich, andererseits zu trocken, zu informations- und erlebnisarm.

Polyglott. Die Rationalisierung der Reiseführer

Zunächst beherrschten neben den allmählich wieder aufgebauten traditionsreichen Verlagen wie Baedeker und Grieben zahlreiche Klein- und Mischverlage den Markt. 1959 trat dagegen eine neue Reihe in Erscheinung, die bald eine starke Stellung gewinnen sollte: Polyglott. Die ersten Auflagen erschienen 1959 als Übersetzungen der dänischen Originalausgaben des Politiken-Verlags. Sitz des Polyglott-Verlags war bis 1969 Köln, dann München; gedruckt wurde beim Berliner Haus Langenscheidt, das später den Verlag komplett übernahm. Der erste Schweiz-Band informierte über das Programm: „Diese international eingeführte Reiseführerserie bringt eine Fülle praktischer Tipps für alle wichtigen Länder Europas. In knapper, aber sehr übersichtlicher Form werden dem Auslandsreisenden mit größtmöglicher Objektivität wertvolle Hinweise und Ratschläge gegeben. Es erscheinen Reiseführer für die Länder: Italien, Österreich, Schweiz, Schweden, Frankreich, Spanien und Holland. In Vorbereitung sind Ausgaben für alle europäischen Reiseländer und auch für die Städte Paris, Rom und London.“¹¹²³

Polyglott setzte also von Beginn an gezielt auf die Auslandsreise, die damals erst ein Drittel aller Reisen ausmachte, aber rasch an Gewicht zunehmen sollte. Seine Reiseführer-Serie war vollkommen einheitlich aufgemacht, was die Orientierung erleichterte: Wer einmal einen Polyglott in der Hand gehabt hatte, kannte das System. Außerdem wurde dadurch auf dem unübersichtlichen Reiseführermarkt die Marke ‚Polyglott‘ klar positioniert. In knapper Form wurden die wesentlichen Informationen ausgewählt und nüchtern präsentiert – ohne beschauliche Kommentare und ‚heitere Winke‘. Die 1959 in den Karten und Stadtplänen noch gelegentlich eingezeichneten Fischerboote, Radfahrer oder Hirten wurden bald weggelassen. Alle Bände erschienen ohne Nennung der AutorInnen; statt des gönnerhaften ‚Cicerones‘ informiert die Reisenden eine anonyme Redaktion. Anonymität, Standardisierung und Nüchternheit vermittelten den vom Verlag angestrebten Eindruck „größtmöglicher Objektivität.“ Bezüglich der Reiseform waren die Polyglotts laut Verlagsangaben für alle Reisenden geeignet, unabhängig von Verkehrsmittel und Unterkunft.¹¹²⁴ Die tatsächlichen Informationen konzentrierten sich allerdings auf Auto-Reisen mit gehobenen Hotelübernachtungen: Informationen zu öffentlichen Verkehrsmitteln blieben sehr knapp, Jugendherbergen und Campingplätze wurden genannt, aber seltener als gute und erstklassige Hotels.

Anders als die Baedekers waren die Polyglotts wirklich handlich und vor allem billig: 1968 standen zu Oberitalien zwei Polyglott-Teilbände á DM 2.80 einem Baedeker á DM 22.50 gegenüber.¹¹²⁵ Für detaillierte Informationen gab es 17 Spezialbände zu Teilgebieten Italiens; selbst die Großen Polyglotts kosteten dabei nicht einmal die Häl-

1123 Rückentitel Polyglott Schweiz, 1.1959. Zu Beginn der 1960er Jahre erschienen auch zahlreiche Blätter der Polyglott Reisekarte.

1124 Polyglott Schweiz, 1.1959, 50.

1125 Zumstein 1968.

te der Baedekers.¹¹²⁶ So bekamen auch Reisende mit weniger Geld und mit weniger Leselust Informationen über ihr Reiseziel.

Über das Verlagskonzept gibt es erst für die späten 1980er Jahre Aussagen; vermutlich lautete es aber schon von Beginn an, „mit Abstand die billigsten im deutschen Markt“ zu sein; dementsprechend war das „strategische Ziel: Der Preis soll kein Hindernis sein, sich einen Reiseführer zu kaufen.“¹¹²⁷ Ausgerichtet auf die „breiteste Zielgruppe“,¹¹²⁸ zielt der Polyglott-Verlag also vor allem auf eine Marktausdehnung, weniger auf Konkurrenz zu anderen Reihen: „Unser Hauptziel im Moment: mehr Menschen zu Reiseführerbenutzern machen.“¹¹²⁹ Tatsächlich dürfte die Polyglott-Reihe durch ihre Preis- und Markenpolitik ganz neue Käuferschichten erschlossen haben.

Zu fragen bleibt, ob sie die traditionellen touristischen Leitbilder fortführte oder neue Akzente setzte. Der aus dem Griechischen entlehnte Titel (,vielsprachig’) knüpfte jedenfalls an humanistische Bildungsideale an. Auch die Beschreibung konzentrierte sich auf die traditionellen kunstgeschichtlichen Sehenswürdigkeiten. In den ‚Franken’-Bänden noch der 1980er Jahre etwa wurde von Nürnberg nur die historische Altstadt wahrgenommen, die, obwohl als belebtes Ensemble zum Schauplatz des Erlebnistourismus geworden, allein historisch beschrieben wurde.¹¹³⁰ Ein Kapitel erging sich über Brauchtum und Volkscharakter „des Franken“ mit bodenständigen Gemeinplätzen wie: „Der am Strom Aufwachsende reagiert schneller als der Wäldler.“¹¹³¹ Ähnliche Tendenzen wiesen die untersuchten Berlin- und Italien-Bände auf. Die Zeichnungen in den Bänden zeigten stets entweder Panoramen romantischer Buchten oder Kirchen und Kunstgegenstände.

Die erfolgreiche Reihe wurde rasch ausgedehnt; bald gab es 60 völlig gleich gestaltete und gegliederte Polyglotts von 18 Ländern, 9 Städten und 27 anderen Reisegebieten. Hinzu kamen die zusammen mit Langenscheidt herausgegebenen Sprachführer. Der Schwerpunkt lag in den 1960er Jahren im Mittelmeerraum.¹¹³² Die gestiegenen Ressourcen des Verlags und die klare Struktur der Bände erlaubten auch regelmäßige Aktualisierungen als bei der Konkurrenz, die zunehmend ins Hintertreffen geriet. „Der Polyglott ist ein Phänomen in der Branche“, zitierte die verlagseigene Werbung 1972 stolz die ADAC-Zeitschrift ‚Motorwelt’.¹¹³³ Polyglotts Konzept hatte durchschlagenden Erfolg gehabt. Die von Baedeker begonnene Auswahl, Objektivierung und Reduktion der Informationen wurde konsequent weiter geführt. Der einzelne Autor trat völlig hinter der redaktionellen Leitlinie sowie dem Verlagsnamen zurück. Als standardisierte, billige Massenware markierten die Polyglotts die Ablösung des noch handwerklich arbeitenden Familienbetriebs á la Baedeker durch ein wenigstens auf den Leser anonym

1126 1976: DM 13.80 gegenüber DM 29.80 beim Baedeker, nach Geo-Center 1976.

1127 Brücher/Bruns/Langenscheidt 1990, 87.

1128 Nach Steinecke 1988, 19.

1129 Brücher/Bruns/Langenscheidt 1990, 87.

1130 Vgl. Kapitel 5.2.

1131 Polyglott Franken 8.1985 und 9.1989, 6.

1132 Rückwärtiger Vorsatz Polyglott Italienische Riviera 1.1966. 1966 kamen folgende Gebiete neu heraus: Korfu/Kreta/Rhodos, Italienische Riviera, Neapel/Capri/Ischia, Jugoslawische Küste und Inseln, Mallorca/Ibiza/Menorca, Madrid, Tschechoslowakei, Ungarn, Östliches Mittelmeer/Schwarzes Meer und Westliches Mittelmeer/Atlantik.

1133 Sondernummer 1972.

wirkendes modernes Unternehmen. Die fordistische Rationalisierung hatte den Reiseführermarkt erreicht – unter Beibehaltung des etablierten romantischen Leitbildes, des Blicks vor allem auf die vorindustrielle Geschichte und Kunst des besuchten Reiseziels.

4.2.4 Der Reiseführermarkt der 1970er und 1980er Jahre

Expansion und Konzentration. Überblick

Nach den Börsenvereins-Übersichten ging die Zahl der jährlich erschienenen Reisetitel, die in den 1950er und 1960er Jahren noch gestiegen war, nach ihrem Höhepunkt von 1432 Titeln (1970) wieder auf 900 Titel (1976) zurück. Ihr Anteil am Buchmarkt pendelte sich um die 2 % ein (vgl. Tabelle 23 im Anhang). Da die Daten sich nur auf Titel-, nicht auf Auflagezahlen beziehen, deutet eine sinkende Zahl von Titeln auf eine zunehmende Konzentration hin: Ab etwa 1970 deckten immer weniger Titel mit immer höherer Auflage den Markt ab. Offenbar konnten sich die zahlreichen Einzelführer von Kleinverlagen allmählich nicht mehr gegen die großen Serien mit höherer Auflage behaupten. Auch der sinkende Anteil der Erstauflagen gegenüber den Überarbeitungen im Reisebuchbereich deutet auf die zunehmende Serienproduktion hin.¹¹³⁴ In den 1970er Jahren beschleunigte sich die Konzentration im Verlagswesen überhaupt: Verlage mit über 100 Titeln im Angebot produzierten 1967 noch 38 %, 1977 aber schon 51 % aller Titel.¹¹³⁵ Besonders stark war die Konzentration auf dem Taschenbuchsektor. An dem ab 1970 einsetzenden, hier wohlgemerkt nur titelmäßig erfassten Wachstum des Taschenbuchsektors partizipierten die Länder- und Reisebücher kaum. Verglichen mit der Belletristik, wurden nur wenige Reise-Titel in der typischerweise durch hohe Auflagen gekennzeichneten Taschenbuchform auf den Markt gebracht. Hier dominierte vor allem die Polyglott-Serie, die als erste konsequent auf das Taschenbuchformat setzte.

In den 1980er Jahren stieg die Titelvielfalt wieder. Nach der Schätzung von Steinecke¹¹³⁶ brachten damals etwa 150 Verlage mindestens 1 500 Reiseführer-Titel heraus, die etwa 5 % des Gesamtumsatzes am Buchmarkt ausmachten. Nach anderen Angaben hatten die Reisebücher inklusive der Hobby- und Freizeitletatur einen Anteil von 8 bis 10 % am rund zehn Milliarden Mark umfassenden Gesamtumsatz.¹¹³⁷ Für die 1980er Jahre liegen auch wieder Angaben dazu vor, wer Reiseführer kauft und wie sie genutzt werden. Dabei hatte sich 1980 gegenüber 1966 nur wenig verändert: 8 % der Reisenden, vor allem die Jüngeren und Gebildeteren, lasen Reiseführer.¹¹³⁸ Deutlicher noch wurde, dass Studienreise und Reiseführer nur sehr bedingt etwas miteinander zu tun hatten: Nur ein Viertel der Studienreisenden nutzte Reiseführer zur Vorbereitung; die Studienreisenden machten nur ein Elftel der Reiseführernutzer aus.

1134 Der Anteil der Erstauflagen sank von 85 % (1972/73) auf 73 % (1989), nach Buch und Buchhandel in Zahlen, 1992, 44, 1989/1990, 9.

1135 Buch und Buchhandel in Zahlen, 1974, 53 bzw. 1983, 56.

1136 Steinecke 1988 mit weiterer Literatur.

1137 Laut Kölner Betriebsvergleich, Buch und Buchhandel in Zahlen 1987, 65, 1991, 31, 1992, 22, 29.

1138 Datzler 1983.