

CHARLOTTE KURBJUHN

ZUR AUFTRAGSLITERATUR IN DER GEGENWART

Wenn Ihr zufrieden seid, so ist's vollkommen;
Denn euch gehört es zu in jedem Sinn.

Frei will ich sein im Denken und im Dichten;
Im Handeln schränkt die Welt genug uns ein.

Goethe, Torquato Tasso, V. 397f. und V. 2305f.

Der einstmals so genannte freie Schriftsteller lässt sich heute mieten,
er ist wieder Hofschröber, Angestellter. Nichts wird in Zukunft mehr
ohne private Geldgeber gehen.

Norbert Kron, Der literarische Callboy

Abstracts

Auftragskontexte prägen auch heute die Entstehung verschiedener Textgattungen, vom Gedicht bis zur Poetikvorlesung. Nach einer pragmatischen Definition von Auftragsliteratur und einer Abgrenzung von Literaturförderung durch Literaturpreise und -stipendien stellt dieser Beitrag anhand zweier Beispiele Auftragsliteratur von privater unternehmerischer Seite vor, deren Begleitphänomene im Kontext einer »Gesellschaft der Singularitäten« (Reckwitz) verortet werden können. Nach einer Analyse der produktions-, rezeptions- und werkästhetischen Implikationen von Auftragstexten in der Gegenwart werden Perspektiven auf die daraus resultierenden Herausforderungen an die literaturwissenschaftliche Praxis aufgezeigt. Nicht zuletzt zeigen sich Rückkopplungseffekte, wenn die Literaturwissenschaft durch Poetikdozenturen die Genese von Texten beeinflusst, die wiederum zum Gegenstand literaturwissenschaftlicher Forschung werden.

Contexts of commissioning continue to shape the production of diverse literary forms today, ranging from poetry to poetics lectures. Following a pragmatic definition of commissioned literature and a distinction from the funding of literature through prizes and fellowships, this article, through two case studies, examines commissioned works originating from private entrepreneurial initiatives, whose epiphenomena can be situated within the framework of a »society of singularities« (Reckwitz). An analysis of the aesthetics of production, reception, and the literary work itself highlights the implications of commissioned texts in the contemporary literary landscape and serves as the basis for outlining the challenges these texts pose to literary scholarship. Feedback effects become particularly evident when literary studies themselves, through the institution of poetics lectures, influence the genesis of texts that subsequently become objects of their own critical inquiry.

Im Jahr 2014 erschien Jan Wagners Gedichtband *Regentonnenvariationen*. Man findet darin unter anderem das Gemäldegedicht »pieter codde: bildnis eines mannes mit uhr«, das bereits 2013 in der Anthologie *Die Galerie der Namenlosen* abgedruckt worden war, einem Band mit Texten zu Portraits von Unbekannten in der Berliner Gemäldegalerie.¹ Als Wagner das Gedicht bei einer Lesung im Literaturhaus Berlin am 17. September 2018 vortrug, erläuterte er dessen Auftragskontext und bemerkte, Auftragsdichtung gebe es in der Gegenwart viel häufiger als man annehme. Auch angesichts dieses Befundes eines erfolgreichen Autors und Büchner-Preisträgers stellt sich die Frage, welchen Status Auftragsdichtung für die Gegenwartsliteratur hat – ökonomisch und symbolisch. Denn anders als heutige Kompositionen der (Klassischen) Musik oder Werke der Bildenden Kunst, die eigens in Auftrag gegeben werden, scheint die Anfertigung von Auftragsliteratur mitunter sogar schambesetzt zu sein.² Dies mag historische Gründe haben, denn zunächst erscheint Auftragsdichtung doch als Konzept, das mit der Autonomieästhetik und der Etablierung des Buchmarkts im späten 18. Jahrhundert obsolet geworden sein müsste.

Darstellungen zur Geschichte der Literaturförderung verweisen gewöhnlich auf die höfischen bzw. mäzenatischen Bedingungs- und Förderkontexte der deutschsprachigen Literatur vom Mittelalter »bis ins frühe 18. Jahrhundert hinein«³ und beschreiben den »schwierigen Ablösungsprozess aus dem mäzenatischen System von Leibrenten, materiellen Gunstbeweisen oder [...] Positionen wie Prinzenerziehern oder Hofmeistern«,⁴ wie er in Goethes *Tasso* (1790) noch einmal zur Darstellung kam. Studien zu Bedingungen von Autorschaft in der Gegenwart diagnostizieren aber für die letzten Jahre Entwicklungen, die eine neue Perspektive auf die oft despektierlich betrachtete Auftragsliteratur erforderlich machen. So heißt es, der »Versuch, mit dem Schreiben literarischer

1 Die *Galerie der Namenlosen. 15 Fiktionen*, hg. v. Elke Schmitter und Hanns Zischler, Berlin 2013, versammelt Texte zu Portraits von Unbekannten in der Berliner *Gemäldegalerie*.

2 Wagners transparenter Hinweis auf die Anthologie – von namhaften Herausgebern und einer angesehenen kulturellen Institution verantwortet und daher mit hohem kulturellem Kapital verbunden – illustriert freilich, dass es kontextabhängig ist, wie bereitwillig der Auftrags-Charakter exponiert wird.

3 Bodo Plachta, Literaturbetrieb, Paderborn 2008, S. 155; zur »[b]is weit ins 18. und 19. Jh. hinein erfolgte[n] Autorenförderung durch Privatpersonen« vgl. Lutz Hagedorn, Autorenpräsentation und -förderung: Lesungen, Ausstellungen, Preise, in: Handbuch Literaturwissenschaft. Bd. 1: Gegenstände und Grundbegriffe, hg. v. Thomas Anz, Stuttgart u. a. 2013, S. 296–306, S. 301.

4 Plachta, Literaturbetrieb, S. 156.

Texte den eigenen Lebensunterhalt zu bestreiten«, sei »in der Gegenwartsliteratur mehr denn je hoch riskant. Die Höhe von Honoraren ist tendenziell gesunken«.⁵ Oder: »Die Produktion von Text hat allgemein an Geldwert verloren, die Literatur ist angesichts des medialen und ökonomischen Wandels vor anhaltend große Herausforderungen gestellt.«⁶ Dies betrifft auch die nur vermeintlich lukrativen Poetik-Dozenturen. Juli Zeh hat in ihrer Frankfurter Poetik-Vorlesung einen Stundenlohn von unter 5 Euro errechnet.⁷

Autoren macht der sinkende ›Geldwert‹ der Literatur durchaus kreativ, wenngleich auf unerwartete Weise. Norbert Kron verfasste zunächst einen Roman mit dem Titel *Der Begleiter* (2008), in dem der Protagonist seine Stelle als Feuilletonjournalist verliert und schließlich als Erotikdienstleister bei einem Escortservice arbeitet. Der Verfasser selbst ging nicht so weit. Er entwickelte aber die Geschäftsidee *Art Escort* und vermittelt individuelle Kulturerlebnisse in Berlin in Begleitung von passenden Künstlern.⁸ Kron verfasst dazu eine persönliche »BerlinPolaroidStory«, in der er zu einem Polaroid einen literarischen Text über die Begegnung und die gemeinsame Berlinerfahrung verfasst – also denkbar individuelle Auftragsliteratur. Er wolle damit, so Kron, die Aufmerksamkeit auf den »Prostitutionzusammenhang« der künstlerischen Erwerbssituation lenken und einen »neuen schelmischen Künstlerbegriff« etablieren, »den man als literarischer Callboy im Feudalkapitalismus gegen die veraltete Vorstellung vom autonomen ›freien‹ Schriftsteller setzen«⁹ müsse. Denn, so proklamiert er:

Selbstverständnis und Begriff des Künstlers haben sich komplett gewandelt. Weder Verlagshonorare noch staatliche Künstlerförderung können ihm eine autarke Schaffenssituation verschaffen. Der einstmal so genannte freie Schriftsteller lässt sich heute mieten, er ist wieder Hofschrreiber, Angestellter. Nichts wird in Zukunft mehr ohne private Geldgeber gehen.¹⁰

⁵ Leonhard Herrmann, Silke Horstkotte, Gegenwartsliteratur. Eine Einführung, Stuttgart 2016, S. 207.

⁶ Corina Caduff, Ulrike Vedder, Einleitung, in: Gegenwart schreiben. Zur deutschsprachigen Literatur 2000 – 2015, hg. v. dens., München 2017, S. 9–12, S. 12.

⁷ Juli Zeh, Treideln, München 2015 [2013], S. 12.

⁸ <http://norbert-kron.com/art-escort> (20.2.2023).

⁹ Norbert Kron, Der literarische Callboy. Vom schelmischen Widerstand der Literatur im Feudalkapitalismus, in: Ethik im Gespräch. Autorinnen und Autoren über das Verhältnis von Literatur und Ethik heute, hg. v. Stephanie Waldow, Bielefeld 2011, S. 157–172, S. 158.

¹⁰ Kron, Callboy, S. 170.

Bedarf es also auch und gerade für heutige Autoren einer Mischkalkulation?¹¹ Das gegenwärtige literarische Feld weist ein dichtes Netz an Förderinstrumenten auf. Diese Förderinstrumente sollten Autor:innen eigentlich ermöglichen, als ›freie Schriftsteller:innen‹ zu leben. Durch Förderung von (häufig) öffentlicher, (selten) privater Seite soll Autor:innen literarische Eigenständigkeit ermöglicht werden, frei von Zwängen des Marktes. Bemerkenswert ist jedoch, dass viele dieser Instrumente, die autonomes Schreiben ermöglichen sollen, offenbar wesentlich an der Entstehung heteronom geprägter Dichtung mitwirken. Literaturpreise prämieren bestimmte Gattungen oder Themen und erwarteten Dankesreden. Reise- und Residenzstipendien erfreuen sich einer munteren Differenzierung in Stadt-, Turm-, Insel- oder auch Schiffsschreiberstellen mit spezifischen Erwartungen an das zu Erbringende.¹² Hinzu kommen, fragt man nach den Entstehungsbedingungen von Auftragstexten von Literat:innen in der Gegenwart, Arbeiten für Zeitungen und Zeitschriften, Radio oder Podcasts – sei es zu Themenschwerpunkten, Geburtstagen kanonischer Dichter oder zur Füllung des Sommerlochs. Jan Wagner etwa wurde vom Deutschlandfunk 2014 für eine Reihe von »literarischen Postkarten« gewonnen, die er im heimischen Neukölln verfasste.¹³ Gelegentlich werden (publizistische) Auftragstexte von

¹¹ Vgl. grundlegend Geoffrey Turnovsky: *The Literary Market. Authorship and Modernity in the Old Regime*. Philadelphia 2010, mit der These, dass es für die Mehrzahl der Autor:innen nie wirklich ›freie‹ Autorschaft gegeben habe. Ich danke Steffen Martus für diesen Hinweis und weitere wichtige Anregungen zu einer früheren Fassung dieses Textes.

¹² Vgl. dazu Christian Kortmanns kritischen Beitrag »Künstlerkäfighaltung« über Residenzstipendien: <https://www.perlentaucher.de/intervention/literaturstipendien-zynismus-unter-dem-deckmantel-der-grosszuegigkeit.html> (7.4.2025)

¹³ Vgl. beispielsweise die Beiträge im Archiv des DLF vom 28.7.2014 mit der »Erste[n] Karte« über alltägliche Straßenszenen und vom 29.7.2014 mit der »Zweite[n] Karte« über »Ausflugsboote« in Berlin. Die Website weist auf das Konzept der Sendereihe hin: »kurze Texte, um die wir Schriftstellerinnen und Schriftsteller bitten.« Weiter heißt es erläuternd: »Für Deutschlandradio Kultur hat [Jan Wagner] eine Reihe von Postkarten geschrieben. Adressiert sind sie an ›Barbara‹ – wir mutmaßen, dass unsere Kollegin Barbara Wahlster damit gemeint ist, die Jan Wagner zum Mitmachen eingeladen hat.« <https://www.deutschlandfunkkultur.de/originalton-neukoellner-postkarten-100.html> und <https://www.deutschlandfunkkultur.de/originalton-postkarte-vom-ausflugsboot-100.html> (16.2.2023). – Die Karten variieren anagrammatisch den Namen der Adressatin, in der »Erste[n] Karte« im Spiel mit »Gerbera, Barbara« bzw. »herbare Gerbara, Barbara«, in der »Zweite[n] Karte« mit der Conclusio: »ein Tag für die Götter, sofern es Rhabarber gäbe. Doch da ist kein Rhabarber mehr, Barbara [...].« Wagner spielt so elegant mit dem tradierten Modus der ›ehrwürdigen‹ Auftraggeber-Adressierung.

Autoren als solche explizit auf dem Buchmarkt kenntlich gemacht – so Georg Kleins *77 abverlangte Texte* (2013) unter dem ebenso signifikanten Titel *Schund & Segen*, der die charakteristisch ambivalente Haltung von Auftragsautor:innen zu ihren Texten ausdrückt. Dem Band¹⁴ steht der Dank des Auftragsautors voran: »Dass einem derart etwas abverlangt wird [...] und umgehend einen guten öffentlichen Ort findet, bedeutet ein Privileg. Der Autor dankt daher denen, die an ihn dachten, ihn inspirierten und dann ohne Einschränkung denken und schreiben ließen.«¹⁵ Signifikant ist auch hier die Spannung zwischen der Degradierung der Texte als ›Abverlangtes‹ und dem Dank für dieses ›Privileg‹ – und die großzügig gewährte Meinungs- und Pressefreiheit.

Um nun Erscheinungs- und Funktionsweisen von Auftragsliteratur, ihre Akteure, Praktiken und Produkte sowie deren jeweilige Wirkung auf das literarische Feld zu sondieren, werde ich zunächst (1.) eine pragmatische Definition von Auftragsliteratur geben und diese von Literaturförderung u. a. durch Literaturpreise und -stipendien abgrenzen, bevor (2.) anhand von zwei Beispielen Auftragsliteratur von privater unternehmerischer Seite vorgestellt und die begleitenden Phänomene im Kontext einer »Gesellschaft der Singularitäten« (Reckwitz) verortet werden. Anschließend werden (3.) produktions-, rezeptions- und werkästhetische Implikationen von Auftragstexten in der Gegenwart exemplarisch dargestellt und zugleich einige Perspektiven auf die daraus resultierenden Herausforderungen von Auftragsliteratur unter ihren gegenwärtigen Bedingungen an die literaturwissenschaftliche Praxis eröffnet.

1. Auftragstexte und/oder Literaturförderung: Stipendien, Preise, Wettbewerbe, Poetik-Dozenturen

Angesichts der vielfältigen Gattungen und medialen Erscheinungsformen von ›Auftragsliteratur‹ in der Gegenwart wird als vorläufiger pragmatischer Begriff im Folgenden überwiegend die Bezeichnung ›Auftragstext‹ verwendet. Gemeint

¹⁴ Georg Klein, Schund & Segen. *77 abverlangte Texte*, Reinbek 2013. Es handelt sich um meist für Tageszeitungen entstandene Beiträge im Umfang kurzer Feuilletontexte seit 1999; das Spektrum reicht von Artikeln zu Windrädern oder Michael Jackson über Beiträge zu literarischen Werken, Todes- oder Geburtstagen (zum Beispiel »Gliederfüßer lächeln uns an. Die Biene Maja wird hundert Jahre alt«, S. 127–131, »[g]eschrieben für die Neue Zürcher Zeitung, Januar 2012«, S. 131) bis hin zur Antwort auf die gravitative »Umfrage der Welt« im Oktober 2004: »Was macht das Leben lebenswert?« (S. 414).

¹⁵ Klein, Schund & Segen, S. 6.

sind damit jene Texte, zu denen Autoren, die bereits mit Publikationen hervorgetreten sind, von Institutionen oder seltener einzelnen privaten Akteuren veranlasst werden, um (finanzielle) Vergütungen zu erhalten. Die Termini ›Auftragstext‹ und ›Auftragsliteratur‹ werden gegenüber ›Auftragsdichtung‹ bevorzugt, um den häufig ambivalenten fiktionalen Status jener Texte zu markieren. Auftragstexte stellen dabei einen speziellen Fall von Gelegenheitsliteratur dar, insofern sie zwar anlässlich von bestimmten Ereignissen entstanden sind, aber nicht zwingend diesen Anlass explizit erwähnen oder auch nur implizit reflektieren; viele Auftragstexte sind nicht mehr als solche erkennbar, wenn sie aus dem Auftragskontext gelöst in Buchpublikationen der Autor:innen aufgenommen werden. Auch daher sind Auftragstexte nicht immer sogleich von jenen zu unterscheiden, die durch Formen der Literaturförderung entstanden sind.

Überblicksdarstellungen zum Literaturbetrieb in Deutschland haben in den vergangenen Jahren regelmäßig das stetig wachsende Angebot an Förderinstrumenten für Literatur, literarisches Leben und insbesondere für Autor:innen betont,¹⁶ Dürker nannte 2019 bis zu »3000 produktive[] Fördermöglichkeiten«;¹⁷ *Literaturport* listet derzeit 865 Optionen auf. Die Anzahl variiert je nach Kriterien, welche Initiativen als ›Literaturförderung‹ gelten. Im Wesentlichen stimmen dabei die gängigen Studien überein: »Zu den wichtigsten Formen der Literaturförderung gehören Preise, Wettbewerbe, die gelegentlich mit Preisen verbunden sind, sowie Literaturstipendien.« Sie alle, so heißt es weiter, »erzeugen oder konzentrieren« in unterschiedlichem Maße »Aufmerksamkeit«, tragen zur »Hierarchisierung von Autoren im literarischen Feld« bei, generieren oder forcieren »Kanonisierungsprozesse« und können auf dem Buchmarkt werbewirksam werden. Darüber hinaus können sie »zur ökonomischen Sicherung des Autorendaseins, also zur Professionalisierung des Schriftstellerberufs beitragen. Es geht in erster Linie um symbolisches, aber auch um ökonomisches Kapital, welches auf dem literarischen Feld erwirtschaftet wird, das wiederum von anderen Feldern, wie dem politischen, beeinflusst werden kann«.¹⁸ Bemerkenswer-

¹⁶ So Plachta, Literaturbetrieb, S. 148

¹⁷ Burckhard Dürker, Literaturförderung und Sponsoring: Preise, Stipendien, Festivals, in: Grundthemen der Literaturwissenschaft: Literarische Institutionen, hg. v. Norbert Otto Eke, Stefan Elit, Berlin/Boston 2019, S. 153–167, S. 153. – Zu den angewachsenen Förderbeträgen von Literaturpreisen vgl. bereits Michael Dahnke, Auszeichnungen deutschsprachiger Literatur gestern und heute: Was wissen wir wirklich über sie?, in: Literaturbetrieb in Deutschland, hg. v. Heinz-Ludwig Arnold, Matthias Beilein, 3. völlig veränderte Aufl. München 2009, S. 333–343.

¹⁸ Steffen Richter, Der Literaturbetrieb. Eine Einführung. Texte – Märkte – Medien. Darmstadt 2011, S. 43.

terweise erscheint ›Auftragsliteratur‹ kaum in den gängigen Studien zur Literaturförderung.¹⁹ Kann sie überhaupt als »Strategic[]« oder »Instrument«²⁰ der Literaturförderung betrachtet werden? Und welche Rolle spielen dabei diejenigen Institutionen, die Literaturförderung betreiben, nämlich »staatliche, private und gemeinnützige Institutionen und Organisationen« mit »jeweils eigenen Zielen und Grundsätzen«?²¹

Schaut man auf staatliche und gemeinnützige Zuwendungsgeber, so sind die Akteure beispielsweise Akademien, die Länder, Universitäten oder Stiftungen; ihre Förderinstrumente (beschränkt man den Blick auf Autor:innenförderung)²² bestehen unter anderem in Literaturpreisen und -wettbewerben, Stipendien, Poetik-Dozenturen und Stadtschreiber-Stellen. Besonders interessant erscheint Literaturförderung auf internationaler Ebene, z. B. in staatlich geförderten Residenzprogrammen oder Lesereisen: Denn staatliche geförderte Formate der Literaturförderung können »als genuiner Teil der nationalen und auswärtigen Kulturpolitik«²³ gelten. Nicht nur in dieser Hinsicht stellt sich die Frage, inwiefern die genannten Förderinstitutionen Einfluss zu nehmen bestrebt sind auf das, was sie fördern – und zwar nicht nur durch Stipendien und Preisverleihungen, sondern gegebenenfalls durch Auftragsliteratur.

Wenn Auftragsliteratur in Studien zur Literaturförderung genannt wird, dann meist den Stipendien oder -wettbewerben subsumiert, jedoch ohne ihre produktions-, werk- und rezeptionsästhetischen Besonderheiten auszuführen.²⁴ Diese bestehen beispielsweise im Interesse der Auftraggebenden, ihre eigene ›Marke‹ durch das symbolische kulturelle Kapital der Autor:innen (gar nicht einmal ästhetische oder inhaltliche Komponenten der Texte) zu valorisieren. Li-

19 In der »Klassifikation von Literaturpreisen« bei Dahnke, Auszeichnungen, S. 338 f., erscheint Auftragsliteratur nicht; ebenso wenig in Plachta, Literaturbetrieb.

20 Plachta, Literaturbetrieb, S. 148.

21 Ebd., S. 148.

22 Also unter Ausblendung von Leseförderung, Literaturfestivals, Literaturmuseen u. ä., für die es jeweils eigene Förderlinien zu analysieren gäbe.

23 Plachta, Literaturbetrieb, S. 148.

24 Exemplarisch kann hier ein Beitrag von Dücker zitiert werden, der »Auftragswerke« unter ›Literaturförderung‹ subsumiert: »Mit dem Begriff Literaturförderung werden textfundierte (Juryentscheidung) und autorbezogene (Ehrungsritual) Förderformate wie finanzielle Zuwendungen, Stipendien, Poetikdozenturen, Lesungen, Literaturpreise, -wettbewerbe, -festivals, Stadtschreiberämter, Poetry Slams, Auftragswerke, Übernahme von Druckkosten, Buchpräsentationen bezeichnet, die zumeist regelmäßig von einer privaten oder nicht privaten Institution öffentlich veranstaltet werden. Der Autorenförderung geht das Vorliegen eines Textes, zumindest dessen Erwartung (Förderungsform Arbeitsstipendium) voraus.« (Dücker, Literaturförderung, S. 153).

teraturförderungen durch Preise etc. sind »[g]rundsätzlich [...] keine karitativen Unterstützungen«, vielmehr »interessenfundierte Mittel [...], um den politischen, ökonomischen, kulturellen usw. Einfluss der Institution auf Gegenwartsprozesse zu sichern.« Durch das Stiften von Preisen oder ähnlichem wird mediale Aufmerksamkeit generiert; die Stifter:innen können in »Feuilleton[debatte], Literatur- und Institutionengeschichte kommen und vom Bonus als Mäzen oder Sponsor profitieren.²⁵ Dabei sind die Fördernden freilich andere als im Spitzensport; bei allen mäzenatischen PR-Benefits handelt es sich doch oftmals um »[s]taatliche und gemeinnützige Förderer«. Diese »agieren«, so die Annahme Plachtas, »nach vorab definierten Zielen und Kriterien im Sinne des kulturellen Allgemeinwohls und treffen ihre Entscheidungen transparent und öffentlich kontrolliert«, auch um »ideologische und politische Manipulationen oder Instrumentalisierungen auszuschließen.²⁶ Dass *private* Förderer in diesem Kontext ausgeklammert werden, zeigt markante, für Auftragsliteratur wesentliche Unterschiede. Denn, wenngleich sich »[p]rivate Kulturförderung [...] ebenfalls in der Öffentlichkeit ab[spielt], [...] sind deren Strukturen, Kriterien und Ziele erkennbar zweck- bzw. interessenorientiert.²⁷ Neben ein »heute noch praktizierte[s] philanthropische[s] Mäzenatentum gesellen sich private Förderinitiativen, die vielfach andere Absichten verfolgen und nicht selten Marketingprinzipien verpflichtet sind«,²⁸ wie unten deutlich werden wird.

Zunächst sollen jedoch Auftragstexte beziehungsweise Auftragsliteratur im engeren Sinne von Instrumenten der Literaturförderung, denen sie meist subsumiert werden, abgegrenzt werden. So heißt es im *Handbuch Kanon und Wertung*: »Literaturpreise sind Ausdruck der besonderen Wertschätzung der Institution ›Literatur‹ und des jeweiligen Preisträgers relational zum Wertmuster der ehrenden Institution«. Sie erzeugen eine Win-win-Situation, denn »Preise generieren soziale Aufmerksamkeit für Preisinstitutionen (Selbstpräsentation) und deren Wertmuster sowie für Preisträger.« Gleichzeitig »sichern [Preise] mit ihrer Dotierung die wirtschaftliche Existenz der Preisträger und bewirken tendenziell eine Absatzsteigerung ihrer Bücher.²⁹ Beides trifft nur bedingt auf Formen der Auftragsliteratur im engeren Sinne zu. Denn ob konkrete Text-Aufträge (orientiert an ›Wertmustern‹ der Stifter:innen) tatsächlich den Verkauf von (auch an-

²⁵ Dürker, Literaturförderung, S. 160.

²⁶ Plachta, Literaturbetrieb, S. 140.

²⁷ Plachta, Literaturbetrieb, S. 140.

²⁸ Plachta, Literaturbetrieb, S. 141.

²⁹ Burckhard Dürker, Literaturpreise und -wettbewerbe im deutsch- und englischsprachigen Raum, in: *Handbuch Kanon und Wertung. Theorien, Instanzen, Geschichte*, hg. v. Gabriele Rippl, Simone Winko, Stuttgart 2013, S. 215–221, S. 216.

deren) Büchern der Auftragsliterat:innen steigern, ist fraglich. Ebenso kann Aufmerksamkeit nur dann erzeugt werden, wenn der Auftragscharakter publik gemacht wird – und in vielen Fällen scheint gerade dies für Autor:innen so schambesetzt zu sein, dass darauf verzichtet wird (siehe unten). Was aber bleibt, ist im Falle der öffentlichen Bekanntmachung eine relative Aufmerksamkeit bestimmter – aus Sicht vieler privater Geldgeber: zu geringfügiger – Gruppen.

Ein wesentlicher Unterschied zwischen Auftragsliteratur und Literaturpreisen besteht ferner darin, dass viele Preise nachträglich verliehen werden – z. B. für ein Lebenswerk oder ein bestimmtes Buch – und auch sonst »mit dem Preisgeld in der Regel keinerlei Auflagen zur Verwendung der Mittel verknüpft«³⁰ sind – also auch keine thematischen Vorgaben für künftige Werke. Anders als Literaturpreise wird Auftragsliteratur zudem nicht unbedingt periodisch vergeben, und sie gehorcht per definitionem nicht der für Literaturpreise immer wieder reklamierten Logik des »Gabentauschs« (Marcel Mauss)³¹. Dieser zu Folge sind Literaturpreise »Transaktionen [...], die nicht auf einer Kosten-Nutzen-Kalkulation beruhen, sondern [...] Ehrerweisungen, Geschenke oder Auszeichnungen, an die mehr oder weniger große Erwartungen« von »Gegenaben geknüpft sind.«³² Im Gegensatz dazu folgt Auftragsliteratur den simpleren ökonomischen Gesetzen einer vertraglich abgesicherten Dienstleistung bzw. des Verkaufs eines zu erzeugenden Produkts. In einer Studie zu den Effekten von Literaturpreisen auf das literarische Feld haben Borghardt, Maaß und Pontzen jedoch darauf hingewiesen, dass die »Gabentausch-Symbolik« im Bereich der Literaturförderung zunehmend in den Hintergrund tritt angesichts der »populären Ausschreibungs- und Wettbewerbsformate«, deren Beliebtheit sie auch auf das »aktuell wirkmächtige[] Partizipations-Paradigma[]«³³ zurückführen. So liege der Anteil dieser Preisvarianten mittlerweile bei beachtlichen »rund 40 % der Literaturpreise«, und »ihr Anteil an der Gesamtzahl steigt seit 1990 kontinuierlich an.« Wichtig ist: Die Übergänge zur Auftragsliteratur können fließend sein, denn Wettbewerbsbeiträge müssen »häufig formalen oder thematischen Vorgaben folgen«.³⁴ Ein Unterschied besteht jedoch darin, dass im Falle von

³⁰ Hagedest, Autorenpräsentation, S. 303.

³¹ Vgl. exemplarisch Dürker, Literaturpreise, S. 218, und Dürker, Literaturförderung, S. 154.

³² Alexandra Pontzen, Dennis Borghardt und Sarah Maaß, Zu viel des Guten? Ein neuer Forschungsansatz zu Vielzahl und Vielfalt deutscher Literaturpreise, in: Literaturpreise: Geschichte und Kontexte, hg. v. Christoph Jürgensen, Antonius Weixler, Berlin 2021 (im Folgenden zitiert als »Pontzen et al.«), S. 53–78, S. 73; vgl. S. 60.

³³ Pontzen et al., S. 75 f. Vgl. dazu: Literaturpreise. Geschichte, Theorie und Praxis, hg. v. Dennis Borghardt, Sarah Maaß und Alexandra Pontzen, Würzburg 2020.

³⁴ Pontzen et al., S. 76.

einem gezielten Auftrag (von welchen Akteur:innen auch immer) an eine:n Autor:in keineswegs von Partizipation die Rede sein kann.

Darüber hinaus zeigt sich eine weitere Differenz am Aspekt des ›symbolischen Kapitals‹, das im Kontext der Literaturpreise stets als wichtiger Aspekt hervorgehoben wird, sowohl für Verleihende als auch für Preisträger:innen. Für die Erzeugung symbolischen Kapitals im Bereich der Literaturförderung gilt die Literaturpreis-Verleihung als besonders wirkmächtig, die oftmals durch erheblichen zeremoniellen Aufwand³⁵ zur Konsekration der Autor:innen beiträgt: »Würde die Urkunde per Post zugestellt und die Dotations überwiesen, würde die Ehrung von einer symbolischen zu einer zweckrationalen Handlung umgeformt, dann entfiele mit der Sichtbarkeit der reziproken Anerkennungsleistung auch die für den Kanonisierungsprozess wesentliche narrative Sinnkonstruktion.«³⁶ Gerade dieses Defizit gilt für Auftragsliteratur, die nur dann öffentlich konsekiert wird, wenn auch sie im Rahmen von (Preis-)Verleihungen (dann meist retrospektiv, zum Beispiel für den Gewinner-Beitrag zu einem themengebundenen Literaturwettbewerb) oder ›Amtseinführungen‹ publik gemacht und zelebriert wird.

Bei allen Unterschieden lassen sich dennoch auf Phänomene der Auftragsliteratur Beobachtungs- und Analysekriterien übertragen, die Borghardt, Maß und Pontzen anwenden, um die »grundlegenden [...] Funktionen« von Literaturpreisen zu fassen. Es handelt sich dabei erstens um die »sowohl literarästhetische *Valorisierung* sozio-kultureller« als auch »sozio-kulturelle *Valorisierung* literarästhetischer Werte«, zweitens um die »*Heterarchisierung* des Netzwerkes [von Preisvergaben] sowie drittens [die] *Diversifikation* des literarischen Feldes.«³⁷

Zumindest private Aufträge stellen aber vermutlich weniger ein ›Steuerungs- und Selektionsinstrument der politischen und kulturellen Institutionen der Gesellschaft‹³⁸ durch entsprechende *Valorisierungen* dar. Daher erscheint auch die Bildung von »Heterarchien im Sinne einer Nebenordnung simultan gültiger Werte«³⁹ für Auftragsliteratur-Vergaben bedingt zutreffend. Ebenso scheint Diversifikation als »Dynamisierungs- und Modifikationsprozess[] im Verhältnis zur sog. literarischen Öffentlichkeit«, »die durch Partizipation [...] in den

³⁵ Zu den Praktiken im Kontext eines solchen »Ehrungsritual[s]« vgl. Dürker, Literaturförderung, S. 158.

³⁶ Dürker, Literaturpreise, S. 218.

³⁷ Pontzen et al., S. 68. Zum »Begriff der *Valorisierung*« vgl. ebd.

³⁸ Hagedstedt, Autorenpräsentation, S. 304.

³⁹ Pontzen et al., S. 71, vgl. auch ebd., Anm. 87, zum »aus der Neuroinformatik stammenden und in Organisationssoziologie, Kybernetik und Handlungspychologie applizierten Heterarchie-Begriff.

Wertungs- und Konsekrationsprozess eingebunden wird«,⁴⁰ als Funktion von Auftragsliteratur wieder nur dann zutreffend, wenn der Auftrag als Wettbewerb realisiert wird. Auftragsliteratur und Literaturpreise konvergieren hinsichtlich dieser Funktionen also nur teilweise.

Allerdings rückt aus der Perspektive des dynamisierten Verhältnisses zur Öffentlichkeit eine markante mögliche Konsequenz von Auftragsliteratur in den Blick. Als Beispiel sei kurz vorausgegriffen auf einen besonders eindrücklichen Fall. Die Reederei Hapag-Lloyd engagierte den Autor Matthias Politycki als ›Schiffsschreiber‹ für eine sechsmonatige Kreuzfahrt auf der MS EUROPA 2006/2007. Zu seinen Aufgaben gehörten Lesungen und seine schiere Präsenz für die Gäste. Die Produktion eines literarischen Texts war nicht Bedingung, es entstand aber dennoch ein Buch. Hier partizipierte kein Publikum an der Auswahl des Autors oder der Wertung des Produktes, doch die Entstehung selbst war partizipativ. So berichtete der Autor im Interview, natürlich habe es »Versuche, mich zu beeinflussen«, gegeben, »von Mannschaften wie auch Passagieren«:

sueddeutsche.de: So manchem Guest hätte es vielleicht gefallen, wenn Sie noch authentischer geschrieben hätten?

Politycki: Einige haben mich mit ihrem Mitteilungsdrang regelrecht verfolgt – und sogar im Pool oder auf der Laufstrecke gestellt. Und warum auch nicht, eine Gesellschaftssatire lebt ja nicht zuletzt von Gerüchten und Anekdoten, die man besser gar nicht erfinden könnte.⁴¹

Hier zeigt sich also durchaus eine Diversifikation des literarischen Feldes hinsichtlich der Partizipation der ›Figuren‹ an ihrer Entstehung. Damit stellt sich die Frage nach Rückkopplungseffekten von Auftragsliteratur: Verhalten sich Menschen anders, wenn sie wissen, dass Auftragsautorinnen oder Auftragsautoren anwesend sind und sie selbst möglicherweise gerade literarisiert werden? Die Frage kann auch dann relevant werden, wenn Auftragsliteratur im Rahmen eines Residenz-Stipendiums wie einer Stadtschreiber-Stelle entsteht. Denn zahlreiche Literaturpreise wurden ins Leben gerufen, um »regionale und soziale Räume für Literatur zu erschließen«⁴² und »die Region [zu] literarisieren (d. h. im Sinne von Reckwitz kulturokonomisch auf[zu]werten)«.⁴³ In diesem Sinne

⁴⁰ Pontzen et al., S. 72.

⁴¹ <https://www.sueddeutsche.de/reise/schriftsteller-an-bord-die-wahrheit-haette-mir-niemand-geglaubt-1.190970>, (12.6.2025). Charakteristisch sind die ironische Haltung zum eigenen Auftrags-Produkt und entsprechende Herablassung gegenüber den Reisenden.

⁴² Pontzen et al., S. 78.

⁴³ Ebd., S. 74.

›Aufträge‹ zu vergeben, kann, überspitzt formuliert, existenziell werden, denn »Landschaften «ohne Preise» geraten [...] ins kreativökonomische Abseits.«⁴⁴ Umgekehrt trägt der Standort auch zum Image der Autor:innen bei – also ein rückkoppelnder Effekt der Valorisierung durch Auftragsliteratur. Dieser Image-Gewinn ist besonders markant im Falle des angesehenen *Villa-Massimo-Stipendiums* und des damit verbundenen Rom-Aufenthalts, nicht zuletzt aufgrund der symbolischen Bedeutung des Ortes für die deutsche Literatur seit Goethe. Tatsächlich tragen, so hat Dücker hervorgehoben, »die Villa-Massimo-Stipendiaten« in besonderem Maße »zum Genre der Förderliteratur bei«, anders als Produkte anderer Stipendien gehorchen sie internalisierten Aufträgen (und sei es nur die innere Konkurrenz zum übermächtigen Vorbild Goethe) zur Reflexion ihres Stipendienortes: »Diese Texte, die ohne die Förderung nicht entstanden wären, verbinden die Reflexion auf Verpflichtungen, Privilegien und Abhängigkeiten des Stipendiaten mit Merkmalen des Reiseberichts.«⁴⁵ Solche Rom-spezifische »Förderliteratur« rangiert zumindest aus Selbstverpflichtung am Rande der Auftragsliteratur: In jüngerer Zeit wären in diesem Kontext Durs Grünbeins Band *Aroma. Ein römisches Zeichenbuch* (2010) zu nennen oder Jan Wagners virtuoses Spiel mit der biografistischen Goethe-Philologie in seinen Elegien »Philip Millers«⁴⁶ (auf Goethes römisches Pseudonym anspielend) nebst »Einführung in Leben und Werk Philip Millers«, Kommentaren, Herausgeberfiktion und »Anmerkungen zu Philip Miller« von Roberto Zappetti. Auftragsliteratur kann offensichtlich von hoher Qualität sein.

Nach dem Verhältnis von Auftragsliteratur zu Literaturpreisen, -wettbewerben und Residenzstipendien bleibt noch ihre Positionierung gegenüber Poetik-Dozenturen und -Vorlesungen zu klären. Deren Anzahl ist mittlerweile stattlich, und sie alle tragen erheblich zur Autopoiesis der Literaturwissenschaft⁴⁷ bei; 2022 wurde ihnen bereits ein eigenes *Handbuch* gewidmet. Zudem generieren sie Texte, deren Status zwischen Text und Paratext oftmals ambivalent ist. Immer aber bleiben sie »Auftragstexte, bestellte und für die Gelegenheit produzierte Texte«, die »immer auch die Ansprüche des Literaturmarktes« bedienen und zugleich »Medien der Arbeit an der Etablierung der eigenen Person als

44 Pontzen et al., S. 78.

45 Dücker, Literaturförderung, S. 162.

46 Erschienen in: Jan Wagner, Die Eulenhasser in den Hallenhäusern. Drei Verborgene. Gedichte, Berlin 2012.

47 Zur »Autopoiesis« der Systemoperationen des Literaturbetriebs nach Luhmann vgl. Hagedorn, Autorenpräsentation, S. 296 f.

Marke«⁴⁸ sind, also für die Autor:innen zentrale Steuerungsinstrumente. Bemerkenswert ist das heterogene Publikum, das in diesem Kontext adressiert wird. Denn Poetik-Vorlesungen wenden sich »zunächst an die Öffentlichkeit der jeweiligen Hochschule« mit dem Zweck, »den wissenschaftlichen Dialog an[zu]regen«, aber sie wirken [...] in zunehmendem Maße in die außeruniversitäre Öffentlichkeit hinein«:

Sie profilieren nicht nur den jeweiligen universitären Standort, sondern stärken gleichzeitig den Austausch zwischen Hochschule, Stadt, Region und Kulturbetrieb. Diese Brückenfunktion [...] wird daher von Initiatoren/Veranstaltern und Dozenten als elementares Merkmal [...] betont. Das Interesse an ergänzenden Auskünften eines Schriftstellers zu seinem Werk und seiner Person ist groß. Öffentliche Lesungen sind publikumswirksam und Veranstaltungen im Rahmen von Poetikdozenturen gehören inzwischen zu Kernaktivitäten im Literaturbetrieb. Zentrales Motiv für diese Öffnung dürfte der Wunsch sein, die unterschiedlichen Publika zu vernetzen, aber auch auf dem Gebiet der Förderung von universitären Aktivitäten für ein breites Publikum entsprechende Kooperationspartner und Geldgeber zu gewinnen.⁴⁹

Der Abschnitt wurde deswegen so umfangreich zitiert, weil er das komplexe Gefüge um Poetik-Dozenturen mit Wechselwirkungen zwischen verschiedenen Feldern und deren Akteuren veranschaulicht. Der für Auftragsliteratur zentrale Aspekt besteht darin, dass Poetik-Dozenturen Aufträge für Texte vergeben und deren Verfertigung honorieren, um durch die Rückwirkung des damit gewonnenen symbolischen Kapitals (aus dem Renommee von Autor:innen) selbst weitere Zuwendungsgeber zu akquirieren. Dabei ist der Anlass für diese Texte, die oft nicht dem Typus akademischer Vorlesungsformate entsprechen, sondern fiktionaler Art sind oder mit einer Vermischung beider Formen spielen, ein externer, widerspricht also autonomieästhetischen Konzepten. Doch die Themenwahl ist zumeist, so im Falle der bekannten *Frankfurter Poetik-Vorlesungen*, den Autor:innen freigestellt.⁵⁰

Für den Blick auf Auftragsliteratur bleibt festzuhalten, dass aus zahlreichen Poetik-Vorlesungen später Buchpublikationen hervorgehen, die oft als »wichtige[] selbstreflexive[] und autopoietische[] Texte[]« der Autor:innen gelten und

48 Julia Schöll, Die Poetikvorlesung als Gattung, in: Handbuch Poetikvorlesungen. Geschichte – Praktiken – Poetiken, hg. v. Gundela Hachmann, Julia Schöll und Johanna Bohley, Berlin, Boston 2022, S. 3–26, S. 21 f.

49 Plachta, Literaturbetrieb, S. 145 f.

50 Vgl. Plachta, Literaturbetrieb, S. 145 f.

darüber hinaus einen merkantilen Wert besitzen: mittlerweile soll »die Poetikvorlesung sogar eine [...] auf dem Buchmarkt nachgefragte Gattung«⁵¹ sein. Für eine Evaluierung der Wirkungen von Auftragsliteratur wäre zu prüfen, welchen Anteil Auftragstexte generell an poetologischen Selbstaussagen von Autor:innen haben, in welchem Umfang also poetologische Aussagen auch ohne externen Anlass publiziert werden.

Die meisten der genannten Faktoren gelten auch für eine weitere Art von Epitext, nämlich Dankesreden von Autor:innen, wie sie regelmäßig in Zeitungen, Zeitschriften oder Jahrbüchern publiziert werden. Literaturpreise generieren dabei Auftragsliteratur, deren fiktionaler Status ebenso ambivalent sein kann wie der von Poetik-Vorlesungen. Auftragsliteratur ist nicht immer (nur) Epitext, aber Dankesreden und Poetik-Vorlesungen sind zumindest immer *auch* Epitexte. Thomas Wegmann hat in diesem Kontext ausdrücklich von »Auftragsprosa« bzw. »Auftragsarbeiten« gesprochen, die »in der Regel durch den so genannten Literaturbetrieb initiiert wurden.«⁵² »den Schreibanlass außerhalb des schreibenden Subjekts [situieren] und [...] damit konträr zur modernen Produktionsästhetik [stehen]«.⁵³ Die entstandenen Texte rangieren daher in den Augen vieler »am anderen Ende der genieästhetischen Skala«.⁵⁴

Abschließen lässt sich die Analyse der Schnittstellen von Auftragsliteratur mit den genannten Formen der Literaturförderung anhand von Dückers aufschlussreichen Überlegungen zur Interferenz sozial- und literaturgeschichtlicher Faktoren von Literaturförderung. Diese ist nämlich *generell* »begründet in außertextlichen Anlassreferenzen (Preisnarrativ) wie zeit-, stadt-, regionalgeschichtliche, ökologische, politische Ereignisse, kulturelle und wirtschaftliche Ziele oder die Würdigung bedeutender Personen«. Die honorierten Autor:innen verschaffen diesen Anlässen Aufmerksamkeit, was sie in den Kontext von Auftragsliteratur rückt, sofern aus der Förderung Texte (auch Epitexte) entstehen, die dann vom »Preisnarrativ« ideell gerahmt erscheinen: »Preistexte und ihre Autoren werden so in den sozialen Funktionszusammenhang der Förderinstitution integriert.⁵⁵ Entgegen der Rede von ›reiner‹ Dichtung kommt literari-

⁵¹ Plachta, Literaturbetrieb, S. 146.

⁵² Thomas Wegmann, Epitexte als ritualisiertes Ereignis: Überlegungen zu Dankesreden im Rahmen von Literaturpreisverleihungen, in: Literaturpreise: Geschichte und Kontexte, hg. v. Christoph Jürgensen u. Antonius Weixler. Berlin 2021, S. 105–116, S. 110.

⁵³ Ebd., S. 116.

⁵⁴ Ebd., S. 110.

⁵⁵ Zu »Preistexte[n]« in ihrem Dokumentcharakter für den Blick auf »ihre Passung an das Preisnarrativ, die Jury (Mitglieder, Begründung), die soziale Aufmerksamkeit, das adressierte Publikum des Preises und die Anschlusshandlungen« – also allesamt Faktoren, die für Auftragsliteratur relevant sind – vgl. Dürker, Literaturförderung, S. 164.

ischen Texten die soziale Dimension von Gegenwartsbezug und -deutung [...] zu.« Daher erweist sich auch Auftragsliteratur als keineswegs defizitärer oder nachrangiger Gegenstand der Literaturwissenschaft. Wenn »Förderformate« als »sozial- und literaturgeschichtliche Indikatoren und Faktoren für das jeweilige kulturpolitische Klima« gelesen werden und »als Gestaltungsformen des Sozialen in den umfassenden Zusammenhang der gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit«⁵⁶ einzubetten sind, so gilt dies besonders auch für Auftragsliteratur.

Zwei markante Beispiele illustrieren, welche Erwartungen aufeinanderprallen, wenn sich ökonomisches und literarisches Feld in privat finanzierter Auftragsliteratur überschneiden, welche Art von Texten dabei entsteht und wie sich Autoren zu ihren Rollen positionieren.

2. Literatur für *Hapag-Lloyd* und *Montblanc*: Zwei Beispiele für Vergaben durch private unternehmerische Auftraggeber

Wenn von privater Literaturförderung gesprochen wird, ist oft Sponsoring von publikumswirksamen Literaturevents oder Projekten der Leseförderung gemeint. Direkte »Auftragsvergaben an Künstler«⁵⁷ werden in entsprechenden Studien kaum untersucht. Das gilt es zu berücksichtigen, wenn beispielsweise Plachta formuliert, »[p]rivate, d. h. von Wirtschaftsunternehmen finanziertes Literatursponsoring spiel[e] inzwischen wie das Sportsponsoring eine nicht zu unterschätzende Rolle im Kulturbetrieb«.⁵⁸

⁵⁶ Dürker, Literaturförderung, S. 154.

⁵⁷ Sonja Vandenrath, Private Förderung zeitgenössischer Literatur. Eine Bestandsaufnahme, Bielefeld 2006, S. 59; auch sie geht im allgemeinen Teil ihrer Studie nur in einer Fußnote auf diesen Aspekt ein. Dürker unterscheidet zwischen »[m]äzenatischer Förderung« und Sponsoring: »1. Mäzenatische Förderung folgt in der Regel aus dem persönlichen Interesse des Mäzens an einem Projekt oder Autor«, sie sei »daher einzelfallbezogen und situativ begrenzt, kann aber zu jahrelanger Kooperation führen.« – »2. Sponsoring gehört zum Image- und Marketingkonzept von Unternehmen und wird eher langfristig zur Generierung ökonomischen Nutzens (Erschließung neuer Kunden, Märkte, Medienpräsenz usw.) bei spektakulären, von vielen Menschen besuchten Ereignissen wie Events und Festivals prioritätär in den Bereichen Sport, Soziales, Ökologie und Kultur (v. a. Musik und Tanz) eingesetzt.« (Dürker, Literaturförderung, S. 153.) Singuläre Auftragsliteratur fällt in keine der beiden Kategorien.

⁵⁸ Plachta, Literaturbetrieb, S. 141. Bedenkenswert ist der Hinweis, kritisch diskutiert werde der gegenseitige Image-Gewinn von Autor:innen und Unternehmen »in dem Maße [...], wie der gesamte Literaturbetrieb immer stärker ökonomischen Interessen gehorcht und die öffentliche Hand sich darauf beschränkt, eher prestigeträchtige

Verglichen mit der Förderung von Kunst und Musik hat jedoch Sponsoring von Literatur-Events allenfalls marginalen Stellenwert. Sonja Vandenrath veranstaltete 2002 eine Umfrage bei den »75 Firmenmitglieder[n] des Arbeitskreises Kultursponsoring (AKS) im Kulturkreis der Deutschen Wirtschaft e. V.« zu deren Literatursponsoring. Ihre These auf der Basis der Umfrage-Ergebnisse lautet,

daß die Wortkultur den Unternehmen als zu hermetisch, zu provokant und zu anspruchsvoll gilt und wohl auch zu wenig Wohlgefühl verspricht, um gefördert zu werden. Für sie ist und bleibt die Literatur eine Sparte für kleine exklusive Gruppen, die sich von der Breitenkultur fern halten. Unternehmen, die auf Massenmärkte zielen, wollen und können damit nicht gleichgesetzt werden. Dies erklärt ihr grundsätzliches Desinteresse an der Förderung literarischer Projekte.⁵⁹

Einige der Befragten »gaben zu, daß ihnen das Risiko mit dezidierten (politischen) Positionen identifiziert zu werden, zu groß sei und verwiesen auf eine gewisse Unberechenbarkeit literarischer Akteure.«⁶⁰

Aufschlussreich sind in diesem Zusammenhang die Vergabe einer »Schiffsschreiber«-Stelle durch die Reederei Hapag-Lloyd und der *Montblanc Literaturpreis für kurze Prosa*. Die Beispiele der Auftragsautoren Michael Politycki und Joseph von Westphalen zeigen tatsächlich eine Widerständigkeit, die generell nicht gerade gegen die Potentiale der Literatur spricht; sie zeigen aber auch den ambivalenten Status von Auftragsliteratur in der Gegenwart. In beiden Fällen galt, dass Literatur im Rahmen von Privataufträgen durch Unternehmen dem Storytelling für ein Marken-Narrativ dienen sollte. Dieses bedient sich der Literatur bzw. des Autor:innen-Images zur »Auratisierung«⁶¹ und Valorisierung durch »Kulturalisierung« und entwirft zugleich ein Bild von »Werte- und Erlebnisgemeinschaften« innerhalb ihrer Zielgruppe. Jenseits individuellen Mäzenatentums entsteht so »eine Komponente symbolischer Markenführung«.⁶²

Vandenrath hat die Literaturförderung Montblancs in der (damaligen) Selbstinszenierung des Unternehmens verortet.⁶³ Der Literaturpreis der Firma wurde

›Leuchttürme‹ zu fördern. Aber de facto ergänzen sich öffentliche und private Literaturförderung oftmals und geraten nur selten in Konflikt.« (Ebd.)

59 Vandenrath, Private Förderung, S. 61.

60 Ebd., S. 61.

61 Ebd., S. 57.

62 Ebd., S. 56 f.

63 So lautete das Motto »Language and writing are the foundations of civilizations of arts and culture«, weshalb Literatur als »hervorragendes kulturelles Referenzobjekt« dienen konnte (Vandenrath, Private Förderung, S. 57). Montblanc förderte Literatur auch durch Beteiligung an dem Projekt der Literaturhäuser »Poesie in der Stadt« (ebd.). Da

1990 erstmals ausgelobt und war mit 20.000 DM für den Siegerbeitrag dotiert; kuratierend verantwortlich war der Autor Joseph von Westphalen. Der Preis sollte eine Literatur fördern und auszeichnen, »die auf hohem Niveau gut lesbar ist«.⁶⁴ Die zunächst offene Ausschreibung wurde aufgrund der Resonanz »1993 auf ein Nominierungsverfahren umgestellt«; eine Jury nominierte »zwölf Autoren mit Verlagspublikationen, die für zwei bis drei Tage in ein Hamburger Firstclass Hotel eingeladen w[u]rden und dort ihre Beiträge verfass[t]en.« Es handelte sich also um dezidierte und noch dazu kompetitive Auftragsliteratur, sogar unter (prestigeträchtigen) ›Klausurbedingungen‹ und mit »thematischen Vorgaben wie *Profit* (1991), *Urmarmungen* (1992), *Der Gipfel* (1993) und *Der Termin* (1994)«.⁶⁵

Der Montblanc-Literaturpreis wurde nach 1994 ausgesetzt und einmalig wieder im Jahr 2004 verliehen. Die »Marketingabteilung von Montblanc Deutschland« nannte auf Anfrage Vandenraths »betriebsinterne Umorientierungen«, während der Kurator Joseph von Westphalen »auf schwierige Abstimmungsprozesse und enttäuschte Erwartungen seitens des Unternehmens«⁶⁶ hindeutete: »Ein Sponsor, für den eine repräsentative Preisverleihung Gelegenheit zur Selbstdarstellung sein soll, und eine Jury, die genau darin eine unlautere Durchsetzung von Eigeninteressen sieht, entwickeln keine Interessenkonvergenz«, folgert Vandenrath auch auf Basis der Äußerung eines Jurymitglieds, demzufolge »er und seine Kollegen den Eindruck hatten, letztlich in eine PR-Kampagne eingebunden zu sein.«⁶⁷

Auf dem Buchmarkt dokumentieren vier *dtv*-Bände (1991–1994) ausgewählte Geschichten der Wettbewerbe. Mit Beiträgen vertreten sind darin u. a. Michael Köhlmeier, Maxim Biller, Adolf Muschg, Helga Schubert oder Martin Mosebach; Montblanc hat sich mit diesen Publikationen erfolgreich in die Literaturgeschichte der Kurzgeschichte eingeschrieben.⁶⁸ Für die Effekte von Auftragsliteratur auf Publikationstätigkeiten ist signifikant, dass der einstige Kurator des Preises diese ›Auftragsarbeit‹ (und weitere) zum Anlass nahm, um darüber

aber »die Produktpalette in den letzten Jahren um Uhren und Schmuck erweitert wurde«, verebbte »das Interesse von Montblanc am schönen Schreiben als kulturellem Referenzobjekt« (ebd., S. 161).

64 So Westphalen, Vandenrath, Private Förderung, S. 160.

65 Diese wurden laut Westphalen »erst nach längeren Debatten von dem Unternehmen akzeptiert.« Vandenrath, Private Förderung, S. 161.

66 Vandenrath, Private Förderung, S. 161, »laut telefonischer Aussage von Joseph von Westfalen vom 11.3.2004«.

67 Vandenrath, Private Förderung, S. 161, unter Bezug auf ein Gespräch mit Uwe Mohr vom 30.1.2003 in Berlin und ein Telefonat mit Westphalen vom 11.3.2004.

68 Vgl. Manfred Durzak, Die deutsche Kurzgeschichte der Gegenwart. Autorenporträts, Werkstattgespräche, Interpretationen. 3. erw. Aufl., Würzburg 2022, S. 468 f.

»Geschichten« mit dem Titel *Aus dem Leben eines Lohnschreibers* zu veröffentlichen. In seinen Nachbemerkungen berichtet Westphalen über seine Tätigkeit für die

Edelfüllerfirma Montblanc [...], für die ich einen Literaturpreis konzipierte und organisierte. Da ich selbst [...] keine Literaturpreise erhalte (und eben daher vermehrt zur Lohnschreiberei gezwungen bin), war es mir ein Vergnügen, im Namen von Montblanc wenigstens Literaturpreise zu vergeben.⁶⁹

Aufgrund seines (ironisch überzeichneten) Arbeitsaufwands »und weil ich als Nichtliteraturpreisträger nicht immer auf all die Literaturpreisträger neidisch sein wollte, war mein Honorar so hoch wie der Preis. 20 Tausend Mark.«⁷⁰ Ein interessanter Befund für den Blick auf die Epiphänomene der Auftragsliteratur und ihre ökonomischen Wirkungen auf das literarische Feld. Zugleich erhalten die Jahresthemen für den Montblanc-Literaturpreis einen anderen Unterton, wenn man Westphalens satirische Perspektive bedenkt: Die Themen »Profit«, »Der Gipfel« oder »Der Termin« im Kontext des Literaturpreises illustrieren, wie sich finanzielles und symbolisches Kapital im Feld der Auftragsliteratur durchdringen.

Westphalens Nachbemerkungen zu seinen Geschichten, die größtenteils als Auftragstexte entstanden waren, sind aufschlussreich für Selbstpositionierungen von Auftragsautor:innen. Er beginnt mit Selbstironie: »»Lohnschreiber« ist eine herabsetzende Berufsbezeichnung, und genau deswegen stilisieren wir, mein Ichherzähler und ich, uns mit einem gewissen Vergnügen als Vertreter dieser Spezies.«⁷¹ Die ironisch verbrämte Selbstdegradierung gehört offenbar zum Habitus moderner Auftragsautor:innen. Markant ist die Differenzierung zu anderen ›Förderinstrumenten‹ des Literaturbetriebs, die Westphalen vornimmt: »Am Rande des Literaturbetriebs, abseits der Tröge der Kulturförderung und des Preisvergabegemäuschelslungert der Lohnschreiber herum und findet sein Auskommen.« Dabei ironisiert er auch Vorurteile bezüglich der Qualität von Auftragsliteratur: »Die Hochkultur ist [dem Lohnschreiber] verstellt und vergällt«. Mit seinen Texten wolle er jedoch zeigen, »daß die zum Teil noch immer schief angesehenen Auftragsarbeiten literarisch durchaus etwas taugen können«. Zudem habe es einen Erlebniswert, »wenn man sich darauf einläßt«, sogar etwas wie »die Moderationstexte für die Verleihungsfeier eines Fernsehpreises zu

69 Joseph von Westphalen, *Aus dem Leben eines Lohnschreibers. Geschichten*, München 2008, S. 233.

70 Ebd., S. 234.

71 Ebd., S. 231.

ersinnen.«⁷² Dabei verzichtet er nicht auf Seitenhiebe gegen Auftraggeber und deren Erwartungshaltung. Wichtiger als dieser Spott ist für den hier interessierenden Kontext, dass Westphalen bei aller Überzeichnung der Abhängigkeitsverhältnisse – »Lohnschreiber« klinge wie »etwas Unehrenhafte[s], fast etwas Gedungenes«, ähnlich dem »Auftragskiller«⁷³ – gerade das ›handwerkliche‹ Befrusethos des Schreibenden herausstreckt, denn wenn man für eine Arbeit Geld erhalte, könne dafür auch Qualität erwartet werden.⁷⁴ Ob dies im Umkehrschluss für ›autonome‹ Literatur anders gilt, dazu äußert er sich allerdings nicht. Er bleibt ohnehin auch hier selbstironisch und zielt gegen »das feinere Feuilleton«⁷⁵ und dessen Reaktionen auf das Outing von Autor:innen als ›Lohnschreiber:innen‹.

Bei aller Selbstironisierung ist es auch Westphalen wichtig, (mehr) zu betonen, dass er »jedenfalls für Geld zwar fast über alles schreibe – aber immer so, wie ich es will.« Und er pointiert:

Ein junger Autor, der sich mit einem Text um eine seriöse Literaturförderung bewirbt, wird sich in seinem Text den ungeschriebenen Erwartungen der Hochkultur vermutlich mehr anpassen, als ich mich als Lohnschreiber den Erwartungen meiner Auftraggeber anpasse.⁷⁶

Diese These ist bedenkenswert: Rükt sie doch wie der sonstige rhetorische Habitus den (zuvor bereits renommierten) ›Lohnschreiber‹ in die Rolle eines Hofsarren. Polityckis Arbeit als Schiffsschreiber scheint diese Haltung zu bestätigen. Als die Reederei Hapag-Lloyd ankündigte, demnächst das Amt eines Schiffsschreibers auf ihrem Luxusliner zu besetzen, benannte sie in modellhafter Weise das symbolische kulturelle Kapital, das sie mit dem Autor Politycki verbunden sah und von dem sie profitieren wollte:

In seinen literarischen Texten wie auch als lebhaft den Lauf der Welt kommentierender Zeitgenosse verkörpert Matthias Politycki einen Typus des kritischen Weltbürgers, wie man ihn sich als Repräsentanten einer deutschen Kultur wünscht – und als Begleiter der Gäste an Bord. Die Auszeichnung ist

72 Westphalen, Lohnschreiber, S. 231–233.

73 Ebd., S. 232.

74 »Gerade weil das Wort immer noch einen etwas derben und unkünstlerischen Beigeschmack hat, wird es einem durchaus gedankt, wenn man nicht artifiziell von einer höheren Bestimmung der Literatur faselt, sondern sie als ein Erzeugnis bezeichnet, das man für Geld herstellt und verkauft und das gerade deswegen von guter Qualität sein sollte.« (Westphalen, Lohnschreiber, S. 249.)

75 Westphalen, Lohnschreiber, S. 247.

76 Ebd., S. 238.

an keinerlei Verpflichtung gebunden, Hapag-Lloyd Kreuzfahrten freut sich auf jedes weitere Buch, zu dem Matthias Politycki mit der Einladung vielleicht angeregt werden kann. Die Passagiere auf der EUROPA Weltreise 2006/2007 können sich dagegen heute schon auf Lesungen des Autors freuen.⁷⁷

Die »Lesungen« widersprechen der Voraussetzungslosigkeit der »Auszeichnung« für diesen »deutschen Kultur«-Botschafter auf Weltreise. Wenngleich kein Auftragstext gefordert war, entstand doch ein Roman Polityckis – sicherlich Teil des Marketing-Kalküls. Der Tagebuch-Roman *In 180 Tagen um die Welt. Das Logbuch des Herrn Johann Gottlieb Fichtl* spielt durchaus raffiniert mit einer Herausgeberfiktion und reflektiert auch darin das Unbehagen am zugrundeliegenden Auftragskontext. Das passenderweise im marebuchverlag erschienene *Logbuch* mit dem intertextuell codierten Übertitel präsentiert in den Paratexten ein Spiel mit Ich und Nicht-Ich nach dem zitierten Vorbild des philosophischen (Fast-)Namenspaten. Unterschrieben ist die »Vorbemerkung« mit »Ingo Jonatzki«, datiert auf »Hamburg, 28.10.2007«.⁷⁸ In diesem Kommentar auf erster metadiegetischer Ebene wird Fichtl, der intradiegetische Verfasser des »Logbuches«, vorgestellt: ein schlichter Finanzbeamter aus der bayrischen Provinz, der von seiner Lotto-Tippgruppe ausgewählt wurde, als ihrer aller Stellvertreter den beträchtlichen Gewinn in Form einer sechsmonatigen Weltreise auf der MS EUROPA in Anspruch zu nehmen. Eine Fichtl zugeschriebene »Liste ›Wer alles an Bord ist‹«, verzeichnet auch Jonatzki. Neben weiteren literatur- und kunstaffinen Begleitern zur See (»Karasek, Prof.: hält Lesungen, trägt Lackschuhe«, L 386) erscheint der »Schiffsschreiber: heißt Ingo Jonatzki [...], von ›Hamburg‹, also der Reederei, »als Bordbarde eingeladen« (L 388). In der »Vorbemerkung« berichtet dieser Jonatzki, dass der Oberkellner ihm das Logbuch Fichtls »am letzten Reisetag [...] zugesteckt« habe, denn er habe »für derlei doch sicher Verwendung«. Jonatzki hingegen möchte »an dieser Stelle zumindes anmerken«, »daß [s]ein eigenes *Logbuch* demnächst bei einem anderen Verlag erscheinen und gewiß einen anderen Eindruck von Schiff und Reise erzeugen wird als Fichtls freihändig fabulierte Phantasmagorien« (L 12).

Fichtls Berichte erscheinen auf je einer Doppelseite pro Reisetag; sie präsentieren neben Daten zum Ort und Klima auch Fotografien, die jeweils einen »erste[n] Blick« zeigen und in den meisten Fällen grandios mit der Erwartungshaltung brechen, mit der wohl ein Reeder das Produkt des »Schiffsschreibers«

77 <https://www.presseportal.de/pm/22469/826767> (12.6.2025).

78 Matthias Politycki, *In 180 Tagen um die Welt. Das Logbuch des Herrn Johann Gottlieb Fichtl*, Hamburg 2008, S. 13; im Folgenden zitiert mit der Sigle L und Seitenzahlen im Text.

nach sechs Monaten Luxus-Kreuzfahrt in die Hände nehmen würde. Denn die Bilder zeigen überwiegend Hafenanlagen, Kaimauern, Containerstapel, Kräne, im besten Fall einfach die Weiten der befahrenen Weltmeere. Auch diese Fotografien stehen wie das Logbuch in intradiegetischem Auftragsliteratur-Kontext, denn täglich zu dokumentierende Eindrücke in Text und *Bild* gehörten zu den Anforderungen der daheimgebliebenen Lotto-Tippgruppe (L 11 f.).

Das von »Jonatzki« angekündigte »eigene[] Logbuch« ist natürlich nicht erschienen; der fiktive Schiffsschreiber spielt lediglich gegen Ende seiner Vorbermung mit dem Fiktionalitätsgrad des Berichteten: »Fast bei jedem Eintrag frage ich mich, ob Fichtl überhaupt dieselbe Reise unternommen, auf demselben Schiff gewesen ist wie ich«, nach der Lektüre der »Tagebucheinträge« wisst er »am Ende nicht, was davon zu halten ist: Vieles darin ist schlichtweg erlogen und erstaunlicherweise gerade dadurch besonders ›wahr‹, vieles schockierend wahrhaftig referiert und gerade dadurch extrem verfälschend.« (L 12) Die Reflexion über Möglichkeit, Wirklichkeit und Wahrscheinlichkeit wirft ein Schlaglicht auf die Bedingungen der Mimesis in Zeiten der Auftragsschriftstellerei – dies zeigt sich vor allem mit Blick auf den ersten Paratext des Buches, einen mit »Mein Dank« (L 5) überschriebenen zweiseitigen Abschnitt, der am Ende mit den Initialen MP unterzeichnet ist. Der »Dank« gilt »Hapag-Lloyd Kreuzfahrten für ihre Einladung [!] zur Weltreise 2006/2007 auf MS EUROPA«, aber er ergeht auch »an Mannschaften, Passagiere, Künstler an Bord sowie Freunde an Land, die mit ihren Anregungen [...] in Fichtls Logbuch Eingang fanden, z. T. sogar mit ihrem eignen Namen« (L 5). Knapp eine Seite listet dann Namen und zugehörige Rollennamen im »Logbuch« auf, bevor der Hinweis folgt:

Müßig zu sagen, daß sämtliche Figuren – einschließlich derjenigen, die Namensgeber aus der wirklichen Wirklichkeit haben – bloße Phantasiegestalten sind; auch das Schiff selbst ist nicht dasjenige gleichen Namens, wie man es aus konkreter Anschauung kennen mag.

Der Autor muss sich gegenüber dem Auftraggeber absichern. Auch werde »[a]usdrücklich« seine »tatsächliche Reise im vorliegenden Buch *nicht* geschildert«. Der Schluss des Dankes ähnelt einer eBay-Rezension: »Ergäbe sich die Gelegenheit, ich würde jederzeit wieder an Bord der EUROPA gehen«, gefolgt vom Nachsatz »– wenn auch vielleicht nicht gleich wieder ein halbes Jahr lang« (L 6).

Es gibt jedoch noch einen weiteren Dank für Literaturförderung, und zwar an die »Stiftung kunst:raum sylt quelle/Rantum«, »für ein Aufenthaltsstipendium im August 2007« (L 6). Der Hinweis macht die Mischkalkulationen von Förderinstrumenten sinnfällig, die Produktionsbedingungen des Literaturbetriebs konditionieren.

Die Produktionsbedingungen von Polityckis Roman sind noch in anderer Hinsicht aufschlussreich. Wenn Auftragsliteratur wie hier im direkten Kundenkontakt zum Event wird, fügt sie sich in den von Reckwitz beobachteten Trend der »Gesellschaft der Singularitäten«.⁷⁹ Gegenüber Massen an Kreuzfahrtgästen verspricht Auftragsliteratur Möglichkeiten des kulturell ›nobilitierten‹ Singularitären, indem Gäste zum Gegenstand der Literatur zu werden hoffen. Der Reiz liegt im Versprechen von »Originalität, Überraschung, Performativität und andere[n] Qualitäten des Erlebens«, wobei »der Wert der genannten Singularitätsgüter nicht ausschließlich auf ökonomischen Wert schöpfungsprozessen«⁸⁰ beruht. Auftragsliteratur eignet sich hier besonders und trägt zu einer »Ästhetisierung der Gesellschaft«⁸¹ bei, während sie gleichzeitig marktstrategischer Valorisierungsfaktor wird. Allerdings stellt sich die Frage, wie rapide sich der symbolische ›Marktwerk^t‹ einzelner Autor:innen verbraucht, wenn sie einmal als Schiffsschreiber die Bühne mit Zauberkünstlern und 17 kostümierten Tenören geteilt haben.

Oder würden sich langfristig auch die Valorisierungskriterien des im engeren Sinne literarischen Feldes verschieben und Auftragsliteratur-Passfähigkeit *honorieren*? Vermutlich wäre von sich verändernden »Valorisierungsformen«⁸² des künstlerischen Feldes auszugehen, wenn beispielsweise Leser:innenforen online als »Valorisierungsmaschinerie«⁸³ »Aufmerksamkeit« generieren, die bestenfalls zum »Singularitätskapital« der Auftraggebenden ebenso beiträgt wie zu deren kulturellem Kapital auf den »Attraktivitätsmärkte[n] kultureller Güter«.⁸⁴ Inwieweit dies auch für das symbolische Kapital der Auftragsliterat:innen auf dem ›hochkulturellen‹ Feld gilt, wäre gesondert zu diskutieren – dass die wenigsten ihre Auftragsarbeiten als solche benennen und wenn sie dies doch tun, dann regelmäßig selbstironisch-spöttisch, scheint dagegen zu sprechen, zumindest zum

79 Andreas Reckwitz, Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne, Berlin 2017. Vgl. zum Verhältnis von Literaturpreisen und Reckwitz' Thesen Pontzen et al., S. 66.

80 Ebd., S. 66.

81 Ebd., S. 66.

82 Reckwitz, Singularitäten, S. 167, vgl. ebd.: »Mit Blick auf das Kunstmfeld waren die Kunstkritik und die sich daran anschließende Kunsthistorie die klassischen Orte, an denen solche Valorisierungen vollzogen wurden. Nun sind die Güter der Ökonomie der Singularitäten deutlich variabler als die der Kunst – und so auch ihre Valorisierungsformen. Letztlich bleibt jedoch das klassische Genre der Rezension, auch in generalisierter und popularisierter Form, leitend, ja, sie entpuppt sich als ein mediales Schlüsselformat der Ökonomie der Singularitäten.«

83 Ebd., S. 171.

84 Ebd., S. 172.

gegenwärtigen Zeitpunkt. Dennoch könnte das »Aufmerksamkeitskapital«⁸⁵ von renommierten Auftragsliterat:innen künftige Aufträge generieren, ihr »Reputationskapital«⁸⁶ auf diesem Feld verhält sich aber möglicherweise spannungsvoll zu ihrem Status auf dem Feld der Nicht-Auftragsliteratur.

In diesem Sinne Rezensionen zu Auftragsliteratur einschließlich ihrer Bewertungen des Entstehungskontexts zu analysieren, bedürfte einer eigenen Untersuchung. Bereits eine Zusammenfassung der Kritiken zu Polityckis *Logbuch*⁸⁷ zeigt deutlich, dass einerseits der Spott des Autors über seine Mitreisenden und damit auch die Verachtung für den eigenen Arbeitskontext missbilligt wurden, gleichzeitig aber Rezessenten selbst das ›Anheuern‹ eines Autors als Schiffs-schreiber schief ansahen – Auftragsliteratur hat hier kein gutes Standing.

3. Produktions-, rezeptions- und werkästhetische Perspektiven auf Auftragsliteratur

Wie die obigen Ausführungen und Beispiele gezeigt haben, überlagern sich in Auftragsliteratur die Koordinaten des künstlerischen, akademischen, sozialen und ökonomischen Feldes sowie der entsprechenden Praxiszusammenhänge. Auftragsliteratur verändert nicht nur die *Produktionsbedingungen* von Literatur, sondern beeinflusst auch diejenigen Texte, die unter solchen Bedingungen entstehen, hat also *werkästhetische* Konsequenzen. Und schließlich affiziert Auftragsliteratur auch die öffentliche Wahrnehmung und Bewertung dieser Texte, ist also *rezeptionsästhetisch* relevant. Es bietet sich somit eine Analyse der Effekte von Auftragsliteratur und der mit ihr verbundenen Praktiken aus produktions-, rezeptions- und werkästhetischer Perspektive an.

Für eine Analyse der *Produktionsbedingungen* von Auftragstexten wäre repräsentativ nach Anlässen und Auftraggebern zu fragen. Dabei wäre zu unterscheiden, ob Autor:innen gezielt beauftragt werden oder ob Texte zum Beispiel für einen (ausgeschriebenen oder geschlossenen) Wettbewerb entstanden sind beziehungsweise aufgrund von Passgenauigkeit eher ›kontingent‹ eingereicht wurden. Weiter zu differenzieren wären Texte in (fortschreitender) Reihenbildung, so im Falle von Podcast-Folgen, Zeitungs-Beiträgen oder auch Anthologien, bei denen Beiträger:innen in ein intertextuelles Verhältnis zu Texten der

⁸⁵ Reckwitz, Singularitäten, S. 172.

⁸⁶ Ebd., S. 173.

⁸⁷ Vgl. <https://www.perlentaucher.de/buch/matthias-politycki/in-180-tagen-um-die-welt.html> (12.6.2025).

Reihe von anderen Verfasser:innen treten. Intermediale Aspekte von Auftragstexten sind besonders im musikalischen Kontext relevant, wenn es um kollaborative Produktionsbedingungen im Falle von Libretti geht.

Zentral wäre zudem die Frage nach charakteristischen Praktiken, die Autor:innen ausprägen oder adaptieren, wenn sie sich als »Auftragsautoren« betätigen, und nach möglichen kodifizierten oder unkodifizierten Verhaltensregeln. Gibt es Habitusformen, die manche Autor:innen eher für Auftragsliteratur prädestinieren als andere, und entwickeln umgekehrt Auftragsautor:innen bestimmte Habitusformen? Werden Autoren häufiger mit ›Aufträgen‹ konfrontiert als Autorinnen? Gibt es systematisierbare Kategorien der beauftragenden Instanzen für *gender*-spezifische⁸⁸ Themen oder Gattungen?

Zu fragen wäre ferner nach Praktiken des ›Recruiting‹, der Ablehnung, Verhandlung oder Annahme.⁸⁹ Exemplarische Reflexionen (aber ambivalent, da gleitend fiktionalisiert) bieten Juli Zehs Frankfurter Poetikvorlesungen. Diese enthalten als »Brieffroman« (so der Klappentext) u. a. briefliche Schreiben eines Ich, das von der Universität Frankfurt zu einer Poetik-Vorlesung eingeladen wurde, an eben diese Institution. Diese Briefe (sowie weitere an andere (fiktive) Adressaten) konstituieren genau jene Poetikvorlesungen, deren Ablehnung sie kommentieren wollen. Dabei entspricht Zehs rhetorischer Gestus zugleich der topischen Behauptung von Poetik-Vorlesungen haltenden Autor:innen, keine Poetik zu besitzen oder sie nicht formulieren zu können.⁹⁰

Ein komparatistischer Blick auf die Produktionsbedingungen von Auftragstexten in der anglophonen Welt lässt vor allem einen wesentlichen Unterschied

88 Das Fragespektrum wäre zu erweitern um Kriterien jeglicher Diversität.

89 Vgl. exemplarisch-ambivalent Michael Lentz' Roman *Schattenfroh* aus dem Jahr 2018, in dem ein fiktionalisiertes Spiel mit Auftragsverhältnissen inszeniert wird. In Lentz' Roman zwingt eine dämonische Instanz den Verfasser, »alles« aufzuschreiben; er notiert: »Ich soll schreiben, dass ich freiwillig hier bin.« (Michael Lentz, *Schattenfroh*, Frankfurt a. M. 2018, S. 7.) Man kann dies zwar als Variante etablierter Inspirationstopoi oder Herausgeberfiktionen lesen, aber durchaus auch als Reflex von Auftragskontexten und ihren Paradoxien.

90 Jenseits der *recusatio* begegnet hier aber auch (wenngleich ironisch fiktionalisiert) die für Auftragsliteratur oft charakteristische Herablassung gegenüber Publikum und Auftraggebern, wenn das Ich eine vermeintlich vorgängige eigene Poetik als erlogen disqualifiziert und zugleich behauptet: »Den Leuten würde nichts auffallen. Sie sind es gewöhnt [sic], angelogen zu werden.« (Zeh, Treideln, S. 19.) Der Kontext spinnt dies fort: »Ich könnte mir einen netten Angeberstitel einfallen lassen – ›Realität, Relativität und Roman‹ – und in aller Ausführlichkeit erklären, was der auktoriale Erzähler mit Quantenphysik zu tun hat und warum Schreiben nichts weiter ist als das Erzeugen eines Zeitkondensats. [...] Ich würde vorgeben, etwas von meiner Arbeit zu erzählen. Einen Einblick in die Werkstatt zu gewähren.« (Ebd.)

erkennen: Anders als in Deutschland existiert hier das Amt eines offiziellen *Poet Laureate*. In England ist das Amt seit dem 17. Jahrhundert etabliert, der *Poet Laureate* wird noch heute vom König auf Vorschlag des Prime Minister bestimmt – seit 1999 gilt die Berufung aber nur noch für jeweils 10 Jahre, nicht mehr auf Lebenszeit. Simon Armitage, der amtierende *Poet Laureate*, verfasste bislang unter anderem eindrucksvolle Gedichte beziehungsweise Gedichtzyklen zum Thronjubiläum von Elizabeth II. und zum Tod der Königin; für mediale Aufmerksamkeit sorgte aber auch eine Auftragsarbeit für das Institute of Cancer Research in London.⁹¹ In den USA wurde das Amt eines *Poet Laureate Consultant in Poetry* an der *Library of Congress* 1985 etabliert.⁹² Besondere Aufmerksamkeit aber erregte weltweit ein anderes poetisches Amt im Dienst der USA, als die junge Lyrikerin Amanda Gorman am 20. Januar 2021 bei der Inauguration von Joe Biden ihr Gedicht *The Hill We Climb* vortrug. Sie war außerdem »the first poet commissioned to write a poem to be read at the Super Bowl. Her poem honors three individuals for their essential work during the COVID-19 pandemic.«⁹³

Von der Wirkmacht offizieller Super Bowl-Lyrik können deutsche Auftragsautor:innen vorerst nur träumen, aber zumindest wurde im Januar 2022 in den deutschen Feuilletons kurzzeitig die Frage diskutiert, ob man eine:n Parlamentsdichter:in brauche.⁹⁴ Die Debatte ist (wohl auch angesichts globaler Herausforderungen, die die Aufmerksamkeit von Parlamenten wie Medien anderweitig

91 Armitage hatte ein Gedicht verfasst, dessen 51 Worte von einem Mikrograveur in eine 2 × 1 cm kleine Chemotherapie-Pille gearbeitet wurden. Zweck war es, Spendenaufrufe für das neue *Centre for Cancer Drug Discovery* zu unterstützen. Vgl. die Homepage des Autors: <https://www.simonarmitage.com/wp-content/uploads/ICR-Finishing-It-Poem-Photo-copytouse.pdf> (ganzer Text und Fotos der Pille), dazu exemplarisch <https://www.theguardian.com/books/2019/aug/14/simon-armitage-writes-microscopic-cancer-poem-poet-laureate> und <https://www.icr.ac.uk/news-archive/poet-laureate-s-poem-on-a-pill-cuts-cancer-down-to-size> (12.6.2025).

92 Mit der Position, die für maximal zwei *terms* vergeben wird, sind heute kaum Pflichten verbunden, lediglich etwa drei öffentliche Auftritte. Vor 1985 hatte das Amt v.a. administrative und beratende Funktion. Finanziert wird der Posten aus einer privaten Stiftung; <https://blogs.loc.gov/catbird/2012/02/what-do-poets-laureate-do/> (12.6.2025).

93 <https://poets.org/poet/amanda-gorman>; vgl. generell: <https://poets.org/inaugural-poems-history> mit dem Hinweis: »Only four presidents—John F. Kennedy in 1961, Bill Clinton in 1993 and 1997, Barack Obama in 2009 and 2013, and Joe Biden in 2021—have had poets read at their inaugurations. These presidents were known for their appreciation of reading and literature.« (12.6.2025).

94 Am 3.1.2022 regten Mithu Sanyal, Dmitrij Kapitelman und Simone Buchholz in der *Süddeutschen Zeitung*, an, das Amt einer deutschen Parlamentspoetin zu etablieren (»Dichterin gesucht. Die Politik poetischer und die Poesie politischer machen: Deutschland braucht eine Parlamentspoetin.«) Gastbeitrag von Mithu Sanyal, Dmitrij Kapitel-

binden) wirkungslos wieder verebbt, und es bleibt abzuwarten, unter welchen Umständen sie wieder entfacht werden wird – und von welchen Akteuren.

Auch jenseits staatlicher Würden scheint die Frage nach den Auftraggebern aus produktionsästhetischer Perspektive zentral, denn auftraggebenden Instanzen kommt beträchtliche Steuerungsfunktion zu, unter anderem bei der Kanonisierung von Autoren. Auch die universitäre Literaturwissenschaft kristallisiert sich als relevante auftraggebende Instanz heraus, animiert sie doch schon mit der Vielzahl an Poetikvorlesungen erheblich zur Produktion von Auftragstexten und zur Vergrößerung des eigenen Forschungsgegenstands. Blickt man auf die Auswahlkriterien für Kandidat:innen, so zeigt sich eine Präferenz für solche mit akademischen, vorzugsweise geisteswissenschaftlichen Studienabschlüssen oder sogar Promotionen. Zunehmend werden also akademische Kriterien auf das künstlerische Feld übertragen. Im Falle von Poetikdozenturen und ähnlichen erweist sich die Vergabe von ›Literaturaufträgen‹ als wichtige selektierende, rezptionssteuernde literaturwissenschaftliche Praxis.

Aus den bisherigen Überlegungen zu den Produktionsbedingungen resultieren zahlreiche Fragen zur Rezeption von Auftragstexten: Denn wer nimmt diese eigentlich (als solche) zur Kenntnis? Welche Relevanz hat der Wechsel von Mündlichkeit zur Schriftlichkeit, welche die Zeitdifferenz zwischen Präsenz und Nachträglichkeit, auch mit Blick auf den Rezipientenkreis? Weiter lässt sich fragen, welche soziale oder politische Wirkung die zunehmend ausdifferenzier-ten Residenzstipendiaten als Dorf-, Stadt- oder Inselschreiber ausüben (sollen).

Um die gesellschaftliche Funktion von Auftragsliteratur zu taxieren, wäre eine historische Analyse der Rezeptionskontakte erhelltend. Dabei würde deutlich, dass ›Lesen‹ von Auftragsliteratur nur *eine* Textumgangspraktik unter anderen ist. So waren in der Repräsentationskultur der Frühen Neuzeit etwa der Akt des Überreichens, die Details des Zeremoniells sowie die Materialität der Dichtung – ihr prachtvoller Einband – entscheidend; dass der Empfänger den Text auch tatsächlich las, geschah offenbar selten; und dies war allen Beteiligten bewusst. Auch, ob man in der Führungsetage von Montblanc die vier Bände der besten Wettbewerbsgeschichten gelesen hat, ist fraglich.

Hinsichtlich der Erwartungen, die sich heute an Auftragsautor:innen richten, ist parallel zur Konjunktur der Auftragsliteratur eine neue Popularität des *poeta doctus* zu verzeichnen, der in der Lage ist, auch sperrige Gegenstände intellektuell adäquat zu gestalten. Die Homepage von Ulrike Draesner, Professorin am Deutschen Literaturinstitut Leipzig, illustriert exemplarisch das

man und Simone Buchholz; <https://www.sueddeutsche.de/kultur/parlament-poesiekraft-der-sprache-kanada-parlamentspoetin-1.5500469?reduced=true>; 23.7.2025).

Anforderungsprofil: Neben dem Studium an einer Eliteuniversität werden die Promotion, poetologisch-pädagogische Eignung und Expertise in »aktuellen Gesellschafts- und Wissensdiskursen, in Neurowissenschaften, Transplantations- und Reproduktionsmedizin sowie Geschlechtertheorie« betont, nicht zu vergessen die Analyse von »medialen Entwicklungen« und »geschichtlichen Dimensionen Europas«.⁹⁵ Die Autorin unterstreicht damit die Passfähigkeit für vielerlei akademische Auftragskontexte.

Nach diesen exemplarischen Perspektiven auf die Produktions- und Rezeptionskontexte von Auftragsliteratur seien nur sehr kurz grundlegende Fragen zu werkästhetischen Faktoren von Auftragstexten angedeutet. Deren verschiedene mediale Formate müssten ebenso wie sich abzeichnende generische Präferenzen (in Relation zum Auftragskontext) und die jeweils gewählten Gattungsbezeichnungen insbesondere im Hinblick darauf analysiert werden, inwiefern die Texte jeweils ihre ›heteronome‹ Entstehung reflektieren beziehungsweise exponieren. So wird Juli Zehs oben zitierte Frankfurter Poetikvorlesung *Treideln* im Klappentext als »Briefroman« bezeichnet, der Rückentext zitiert die Autorin mit den Worten, der Schriftsteller-›Beruf‹ sei ein »Privileg, das mit Freiheit zu tun habe; Jan Wagners *Beiläufiger Prosa* stehen Georg Kleins *77 abverlangte Texte* (siehe oben) gegenüber. Zu fragen wäre also etwa, in welcher Weise sich Kritik an der Heteronomie oder andere charakteristische Diskurse um Auftragsdichtung in den literarischen Texten sedimentieren und ob dabei intertextuelle Referenzen zu anderen (historischen) Werken mit (zum Beispiel höfischem) Auftragskontext eingespielt werden.

Dass Unterschiede zwischen ›freier Autorschaft‹ und ›Auftragsautorschaft‹ in den Publikationen nicht immer eindeutig sind, zeigt sich exemplarisch in dem Lyrikband *Nibelungen. Heimsuchung* von Ulrike Draesner aus dem Jahr 2016. Es handelte sich um eine verlegerische Auftragsvergabe, denn die promovierte Mediävistin Draesner wurde vom Reclam-Verlag mit der Aufgabe betraut, die Illustrationen des Jugendstilkünstlers Carl Otto Ceschka neu zu ›bedichten‹. Diese waren ursprünglich 1908 für ein Jugendbuch entstanden und prägten bereits die Bildsprache von Fritz Langs *Nibelungen*-Stummfilm. Draesners Titelblatt weist nicht auf den aktuellen Auftragskontext hin, es heißt dort nur »[m]it den Illustrationen«.⁹⁶ Die Autorin hat sich aber mit diesen ›abverlangten‹ Texten in jedem Falle in die Literaturgeschichte des Nibelungen-Stoffs eingeschrieben; die Vergabe hatte also kanonisierende Funktion.

95 <https://www.draesner.de/autorin/> (12.6.2025).

96 Ulrike Draesner, *Nibelungen. Heimsuchung*, München 2016.

Interessant ist schließlich der Blick auf die Implikationen von Auftragsliteratur für Autorschaftskonzepte. Seit der Jahrtausendwende hat der totgesagte »Autor« als hermeneutische Orientierungsgröße wieder immens an Bedeutung gewonnen, die Popularität von Poetik-Vorlesungen belegt dies. Gerade die zitierten Beispiele aus Epitexten über eigene Auftragstexte problematisieren aber anhand der ubiquitären Ironie die ›Authentizität‹ der Äußerungen: Verlangt jeder Auftrag einen Relaunch der »Marke« des Autors? Wie lässt sich unter diesen Bedingungen noch Werkeinhalt profilieren? Es ist zu vermuten, dass sich mittel- und langfristig auch Verlagsarbeit und Buchmarkt verändern würden, wenn der Anteil an – auch online publizierter – Auftragsliteratur zunähme. Dies würde zugleich neue Herausforderungen an die Literaturkritik darstellen.

4. Fazit und Ausblick

Ausgangspunkt für die obigen Überlegungen war Jan Wagners These zur Konjunktur der Auftragsdichtung in der Gegenwart. Die Diagnose hat sich bestätigt. Deutlich geworden ist dabei, wie grundlegend sich in Auftragsliteratur die Koordinaten des künstlerischen, akademischen, sozialen und ökonomischen Feldes überschneiden. Gleches gilt für die entsprechenden Praxiszusammenhänge. Eingehendere Untersuchungen müssten auf einer breiteren Datenbasis aktuelle Entwicklungen verfolgen. Der vorliegende Beitrag sollte einen ersten Überblick über mögliche Forschungsperspektiven geben. Ein Blick auf das Verhältnis von Auftragsliteratur (insbesondere von privater Seite) zu Formen der Literaturförderung (insbesondere von staatlicher und gemeinnütziger Seite) diente dabei als Basis. Angesichts exemplarischer produktions-, rezeptions- und werkästhetischer Aspekte von Auftragsliteratur zeigten sich die methodischen Herausforderungen, die Auftragstexte an die Literaturwissenschaft der Gegenwartsliteratur stellen. Eine Literaturwissenschaft, die Geschichte und Theorie dieses Verhältnisses erforscht, kommt nicht darum hin, den eigenen Beitrag praxeologisch zu reflektieren. Aber vielleicht kann sie diese Aufgabe an Autoren:innen delegieren.