

Olaf Blaschke

# Verleger machen Geschichte

Buchhandel und Historiker seit 1945  
im deutsch-britischen Vergleich



WALLSTEIN VERLAG

# Inhalt

Einleitung . . . . .	9
r	
I. Der Buchhandel im 20. Jahrhundert im Überblick . . . . .	52
1. Probleme der Periodisierung . . . . .	57
a) Der Buchmarkt im 19. und 20. Jahrhundert . . . . .	58
b) 1945 als Neuanfang? . . . . .	74
c) Beschleunigter Wandel seit 1960 . . . . .	83
2. Dimensionen der Buchhandelsgeschichte. . . . .	121
a) Blockierte Professionalisierung, beschleunigte Rationalisierung . . . . .	121
b) Institutionalisierung: Organisationen, Interessenvertretung und Unternehmenstypen . . . . .	126
c) Standardisierung zwischen Politik, Kultur und Kommerz . . . . .	134
II. Das deutsche und britische Historikerfeld im Überblick . . . . .	141
1. Probleme der Periodisierung . . . . .	141
a) Tendenzen und Wendepunkte im 20. Jahrhundert . . . . .	147
b) 1945 als Zäsur? . . . . .	149
c) Die 1960er Jahre als Scharnierjahrzehnt: Pluralisierung und Fragmentierung . . . . .	155
2. Dimensionen der fortlaufenden Verwissenschaftlichung . . . . .	160
a) Professionalisierung . . . . .	162
b) Institutionalisierung und Organisationsbildung . . . . .	166
c) Standardisierung und Entstandardisierung . . . . .	176
III. Die Konjunktur des Geschichtsbuches seit 1945 . . . . .	189
1. »Jammerbranche«, Krisenrhetorik und echte Krisen . . . . .	190
2. Die Produktionskurve von Geschichtstiteln . . . . .	198
3. Verlage im Trend der Produktionskurve von Geschichtstiteln . . . . .	213

IV. Verlagstypen, Verlagsprofile und der Verlagsraum . . . . .	223
1. Vertikales Profil: Quantität, Qualität und Reputation . . . . .	230
a) Quantitäts- und Produktionsprofile . . . . .	230
b) Qualität und Reputationsprofile . . . . .	238
2. Horizontales Profil: Gesinnungen und Tendenzen . . . . .	280
a) Gesinnungsverlage . . . . .	285
b) Tendenzverlage . . . . .	306
c) Tendenzfreie Verlage . . . . .	341
V. Verleger und ihre Historiker . . . . .	357
1. Der gute Verleger: Herkunft und Karriere von Geschichtsverlegern und -lektoren . . . . .	357
2. Der echte Verleger ist Händler erst zuletzt: Idealtypen vom Kaufmann bis zum Missionar und ihre Einflusskanäle . . . . .	371
3. Portraits, Profile und Paradoxa: Die horizontale und vertikale Positionierung von Geschichtsverlegern . . . . .	385
VI. Historiker und ihre Verlage . . . . .	407
1. Alles Zufall? Publikationsstrategien und die Motive von Historikern bei der Verlagswahl . . . . .	408
2. Der ungeliebte Omnibus oder: Wer fährt mit wem? Die vertikale und horizontale Kompatibilität von Autor und Verlag . . . . .	430
VII. Das Werk und sein Schicksal: Verleger und Historiker bei der Arbeit . . . . .	457
1. Akquisition . . . . .	458
2. Produktion . . . . .	481
3. Distribution . . . . .	500
VIII. Die wissenschaftliche Zeitschrift . . . . .	508
1. <i>Geschichte in Wissenschaft und Unterricht</i> – des Verlegers liebstes »Kind« . . . . .	513
2. Die <i>Historische Zeitschrift</i> ist die historische Zeitschrift . . . . .	525
3. »Wehlers Jahrbuch für <i>Geschichte und Gesellschaft</i> « . . . . .	531
4. »Slipping into the establishment«: <i>Past &amp; Present</i> . . . . .	537
5. Konkurrenz, Karriere und Reputationsströme . . . . .	544

Resümee . . . . .	559
Abkürzungsverzeichnis . . . . .	579
Quellen und Literatur . . . . .	581
Dank . . . . .	635
Register . . . . .	637