

Stephan Porombka

Dem Leser ein E für ein U vormachen.

Eine kleine Erfolgsgeschichte der unterhaltenden Literatur

Erschienen in: *literaturen*, 12/2006 (Thema: Gute Unterhaltung⁶)

Die Marketingabteilung einer großen Buchhandelskette soll ihre Kassierer angewiesen haben, die Kunden mit den Worten «Viel Spaß und gute Unterhaltung» zu verabschieden. Ganz egal, was in der Büchertüte steckt, die Leser sollen sich amüsieren. Alles scheint erlaubt, nur eins nicht: Langeweile.

Für Kritiker ist diese Parole Ausdruck einer Verzweiflung, die längst den ganzen Buchmarkt im Griff hat. Wer nicht mitmacht, fliegt aus den Regalen, genauer: Er kommt erst gar nicht rein. Für die Generation der jungen Autoren hat sich deshalb Benjamin von Stuckrad-Barre in vorauseilendem Gehorsam einen «Mitarbeiter der Unterhaltungsindustrie» genannt und ist vom ersten Buch bis zum letzten Koks-Skandal entsprechend aufgetreten. Auch wenn viele Schriftsteller solche Aufdringlichkeit nicht schätzen, rätseln sie doch, ob hinter den Pop-Strategien nicht ein Erfolgsrezept für die Literatur in der Medienkultur steckt, das von den jungen Kollegen lediglich etwas zu schrill umgesetzt wird. Es geht um Glamour. Und es geht um das Versprechen, dass man ganz schön was erleben kann, wenn man diese Art von Literatur konsumiert.

Folgt man den Diagnosen der Buchmacher, hat sich der Zwang zum Entertainment zunehmend verschärft. «Ich war dreißig Jahre lang im Verlagsgeschäft, der ökonomische Druck ist enorm geworden», klagte der Verleger Arnulf Conradi bei seinem Abschied aus der Branche. «Er zwingt die literarischen Verlage, mehr in die Unterhaltung auszuweichen, und das hasse ich.» Immerhin macht der Hass produktiv – kein Verlag, der nicht auf der Suche nach der Erfolgsformel für gute Unterhaltung ist. Dabei geht es keineswegs nur um Thriller, Liebesschmonzetten und historische Romane, die im Bahnhofsbuchhandel am besten laufen. Unterhaltend muss längst auch das sein, was sich bisher am Bahnhof nur schleppend oder gar nicht verkauft: die anspruchsvolle Literatur, die so genannte E-Kultur, die das E für «ernst» im Namen trägt, weil sie sich vom U, das für «unterhaltend» steht, deutlich unterscheiden will. Doch das ist vorbei. Nun soll

sich der Leser das E für ein U vormachen lassen. «Unterhaltung auf höchstem Niveau» heißt dafür das Label, oder, um es mit einem Lieblingswort und in einer Liebesschreibweise der unterhaltungssüchtigen Amateurrezensenten auf den Seiten der Online-Buchläden zu sagen: «Spitzenunterhaltung!!!»

Ready for Take off

Es gibt allerdings kühlere Beobachter, die auch von diesem Hype nicht auf den Untergang der literarischen Kultur schließen wollen. Tatsächlich muss, wer «Unterhaltung» sagt, nicht zwangsweise flache Literatur meinen. Unterhaltungsforscher wissen: Unterhaltend ist alles, was den Leser in einen angenehmen Zustand versetzt, in dem man sich selbst und die Welt auf neue Weise erlebt. «Take off» nennen die Experten das: den magischen Moment, in dem man die Bodenhaftung verliert und über den Dingen schwebt, ohne den Kontakt mit ihnen zu verlieren.

Mit diesem magischen Moment beschäftigen sich ein paar interessante Experimente der Entertainment-Wissenschaft. Schauen Patienten im Krankenhaus Comedy-Formate im Fernsehen an, lässt der Schmerz nach. Das tut er auch bei Geschichten mit tragischem Ausgang. Bei langweiligen Filmen passiert nichts. Zweites Experiment: Die Versuchsleiter lassen einige Probanden unter starkem Druck für eine Prüfung lernen, andere müssen eine monotone Arbeit verrichten. Zur Pause dürfen sie durchs Fernsehprogramm zappen, wo drei emotional erregende und drei entspannende Sendungen laufen. Wer schaut was? Wer unter Hochdruck lernen muss, schaltet vorzugsweise auf einen Entspannungskanal. Wer unter Langeweile leidet, lässt sich von den anderen Programmen den Puls hochtreiben.

Solche Versuche haben einen hohen Erkenntniswert. Ableiten lässt sich daraus nicht nur, dass man Schmerzpatienten nicht immer gleich etwas spritzen muss, weil manchmal auch ein paar gute Witze helfen. Die Unterhaltungsforscher gehen viel weiter. «Der Mensch hat als hedonistisches Wesen ein Interesse daran, schlechte Stimmungen durch gute zu ersetzen», bringt es der Medienpsychologe Dolf Zillmann auf den Punkt. «Kann Unterhaltung dabei helfen? Natürlich! Es ist die bequemste Art, in Stimmungen einzugreifen und sie in gewünschter Weise zu verändern.» In den Forschungsberichten heißt das: Mood-

Management. Man kann es mit Hilfe von Drogen betreiben, natürlich auch mit Comedy-Formaten; nicht zuletzt aber auch mit anspruchsvoller Kunst.

Denn das ist die eigentliche Pointe der Experimente: Unterhaltung ist nicht immer gleich Kulturindustrie. Auch die Lektüre hochartifizieller Lyrik kann Vergnügen bereiten – gerade die Verweigerung von Entertainment kann den Leser unterhalten. So geht es manchen, wenn sie erst nach langer Meditation über dem Kunstwerk eine Botschaft entziffern: «Du musst dein Leben ändern.» Oder sie unterhalten sich besonders gut, wenn sie nicht begreifen können, wovon sie so ergriffen sind. Gute Unterhaltung kann deshalb das «Nibelungenlied» genauso bieten wie der letzte Gedichtband von Thomas Kling, die «Dubliners» von James Joyce oder die Autobiografie von Günter Grass. Einzige Bedingung: Man muss in der Lage und guten Willens sein, sich unterhalten zu lassen. Für die Forscher ist Unterhaltung also kein Problem des literarischen Anspruchs, sondern eine Frage der Zielgruppe. Der junge Designer aus der Berliner Trendwerkstatt unterhält sich eben anders als der Gesamtschullehrer aus Bremen oder die Unfallchirurgin aus München. Und die wiederum will etwas anderes als die Dresdner Versicherungsangestellte, der Volontär vom «Schwarzwälder Boten» oder einige seiner arbeitslosen Leser. Wer mit seinem Buch die Wünsche einer der Zielgruppen erfüllen kann, ist gut. Wer sie alle auf einmal unterhält, ist genial.

Für die Entertainment-Wissenschaftler ist der Hype um die Unterhaltung also keineswegs Ausdruck einer ökonomisch erpressten Verflachung. Wenn man die Kulturgeschichte erstmal als Geschichte des Mood-Managements versteht, ist die Fixierung auf die Unterhaltung eine schlichte Selbstverständlichkeit. Mit ihr tritt auch für die anspruchsvolle Literatur eine technische Frage in den Vordergrund, die lange Zeit nur im Hintergrund verhandelt wurde: Mit was für einer Buchmaschine, mit welchem Treibstoff und mit welcher Technik kann man den Leser abheben lassen?

Close the Gap

So einfach, wie manche Schreib-Ratgeber es für den «verdammten guten Roman» vorschlagen, lässt sich diese Frage allerdings nicht beantworten. Denn rund um die literarische Unterhaltung hat sich in den letzten Jahrzehnten ein enormes Durcheinander entwickelt.

Einiges davon hat der Amerikaner Leslie Fiedler mit einem Aufsatz verursacht, der 1969 erschien – ausgerechnet im «Playboy». «Cross the Border – Close the Gap» hieß sein Artikel, ein Frontalangriff auf die moderne Literatur, die sich notorisch von der Populärkultur distanzierte: In direkter Nähe zum ausklappbaren Weihnachtsbunny im Bikini ruft Fiedler im Herrenmagazin die Postmoderne aus. «Für den Roman bedeutet dies, dass das Zeitalter von Proust, Joyce und Mann vorüber ist, ebenso in der Lyrik T. S. Eliot oder Paul Valéry.» Fortan soll es keine Trennung mehr zwischen E und U geben. Wer up to date sein will, mixt zusammen, was zusammen gehört. Die Grenzen zu überqueren und den Graben zu schließen, ist die Aufgabe des Autors als «Doppelagent», der immer auf beiden Seiten tätig ist, «in der Welt der Technologie und in der Welt des Wunders».

Erfolg hatte Fiedler mit seinem kleinen Manifest, weil er der Literatur etwas verschreiben wollte, was in der Pop Art schon lange selbstverständlich war: ein ironischer und abgeklärter Umgang mit den Schablonen der Film- und Fernsehbranche, mit Comics, Fantasy, Pornografie, Krimis und Groschenheften. Der postmoderne Charakter macht sich solche Trivialitäten lustvoll zu eigen, um sie als Material für die eigene Produktion zu benutzen.

Damit hatte Fiedler den Nerv einer Medien-Generation getroffen, die sich ihre unterhaltsam elektrifizierten Hör-, Seh- und Leseerfahrungen nicht länger von den Gralshütern abendländischer Kultur vermiesen lassen wollte. In der deutschsprachigen Literatur gibt es seit Ende der sechziger Jahre Autoren, die mit dem Spaß Ernst machen: H. C. Artmann, Rolf Dieter Brinkmann, Peter Handke, Elfriede Jelinek, Ror Wolf, die ersten deutschen Pop-Artisten. Die Unterhaltungsformate der Populärkultur tauchen in ihren frühen Texten zwar nur als Collage-Stücke auf, doch leben sie von einer großen Faszination: dem Bruch intellektueller Tabus. So cool und trivial wollen sie sein, dass sie ihre Bücher auch mal mit «how much, schatzi?» oder «wir sind lockvögel, baby» betiteln und die japanische Hitparade vom 25. Mai 1968 aufsagen können.

Magier am Zauberwürfel

Während sich Unterhaltung und Literatur hier noch mit kritischem Potenzial aneinander reiben, bringen andere ästhetische Doppelagenten zu Beginn der achtziger Jahre Texte auf den Markt,

in denen es wie geschmiert läuft. 1980 erscheint Umberto Ecos «Name der Rose», vier Jahre darauf kommt Sten Nadolnys «Die Entdeckung der Langsamkeit» heraus, im selben Jahr Christoph Ransmayrs «Die Schrecken des Eises und der Finsternis», 1985 Patrick Süskinds «Das Parfum». Und 1988 legt Ransmayr mit «Die letzte Welt» noch einmal ein Buch vor, das den Abschluss der ersten großen Welle von Romanen markiert, die Literatur und Unterhaltung auf spektakuläre Weise verbinden.

Längst ist es ein Gemeinplatz, dass man Ecos «Name der Rose» auf drei Ebenen lesen kann: erstens als Krimi, zweitens als populäre Einführung in die Kultur des Mittelalters, drittens als postmodernen Rätselroman, der eine Schnitzeljagd durch den Hypertext des Abendlandes inszeniert. Und wer gewitzt genug ist, kann das Buch auch als Krimi, als historischen Roman und Rätselspiel zugleich lesen und dabei zwischen den verschiedenen Ebenen hin- und herspringen. Bekanntlich hat Patrick Süskind dieses System mit seinem «Parfum» auf die Spitze der deutschen Bestsellerlisten getrieben. Wer sich seinem Helden anvertraut, folgt nicht nur einem Serienmörder; wie nebenbei wird auch noch die Geschichte der Französischen Revolution, der Parfumgewinnung und der christlichen Mythologie erzählt – eingebettet in ein gewaltiges literarisches Experiment, das alle Formen der Collage durchexerziert. Alles zusammen ergibt ein Buch, das vom Leser einige intellektuelle Anstrengung verlangt und sich dennoch im Bahnhofsbuchhandel stapelweise verkauft.

Der Erfolg war so durchschlagend, dass die Buchbranche heute noch vor Aufregung zittert, wenn man nur davon spricht. Eco, Süskind, Nadolny und Ransmayr haben die Blaupausen für den verdammt guten Unterhaltungsroman geliefert. Sie gelten als Magier, die eine Formel beherrschen, mit der man den Trendbüro-Designer, die Chirurgin und den Leser des «Schwarzwälder Boten» gleichermaßen zufrieden stellt. Es ist, als hätten die Autoren am literarischen Zauberwürfel gedreht und mit ein paar genialen Drehungen alles in Einklang gebracht, was sonst in Segmente zerfällt. E und U. Kunst und Kommerz. Und das alles «auf höchstem Niveau» – «Spitzenunterhaltung!!!» eben.

Guten Tach. Auf Wiedersehn

Heute reichen die alten Strategien allerdings längst nicht mehr aus, wenn man mit einem gehobenen Verlagsprogramm erfolgreich unterhalten will. Die Neunziger, die vielleicht wildesten Jahre des literarischen Entertainment, haben ganz im Sinn von Leslie Fiedler alle Grenzbefestigungen eingerissen – und jenseits davon neue Selbstverständlichkeiten etabliert. Aus der Postmoderne ist, wenn man so will, eine Post-Postmoderne geworden, in der die Vermischung von E und U niemanden mehr überrascht. Dekonstruktion ist erledigt. Gute Konstruktionen sind gefragt.

Wer heute einen Krimi schreibt, der außerdem noch anspruchsvolle Literatur sein will, sollte deshalb keine großen Thesen darüber verbreiten, sondern das notwendige Handwerk beherrschen; wie das geht, hat Henning Mankell mit seinen Bestsellern gleich in Serie vorgeführt. Zuletzt hat Wolf Haas das Genre so vollständig durchgespielt, dass er seinen Kommissar Brenner im zehnten Buch umbringen lassen musste, um sich mit dem «Wetter vor 15 Jahren» endlich einem Roman zu widmen, der nichts mehr mit dem Krimi zu tun haben will, die Leser aber immer noch genauso amüsiert.

Die Post-Post-Ära hat damit nicht zuletzt das Amüsement selbst erreicht. Gefragt ist einmal mehr die exzellente Beherrschung des Handwerks, auch bei denen, die als geniale Dilettanten auftreten und mit großem Können eine erzählerische Unbedarftheit in Szene setzen, die alle Pointen pointiert unterläuft. Als Kolumnist und Entertainer definierte Max Goldt fast im Alleingang, was literarische Stand Up Comedy sein kann, die nicht das Blödeln im Fernsehen nachahmen will. Daneben verpflichtete Thomas Kapielski als philosophisch gestimmter Biertrinker und Nasenflötenspieler das Amüsement auf die Reflexionshöhe der Phänomenologie des Geistes mit 1,8 Promille. Irgendwann wird die Literaturgeschichte ihn zusammen mit Max Goldt in einem Kapitel über große Humoristen verhandeln.

Dort hinein gehören dann auch Autoren, die von der allgemeinen Lachlust der neunziger Jahre profitiert haben, die aber das Lachenmachen als doppelbödig literarische Strategie einsetzen: Katja Lange-Müller und Felicitas Hoppe, Thomas Brussig und Sven Regener, Arnold Stadler und Robert Gernhardt. Sie orientieren sich nicht deswegen am Prinzip Unterhaltung, weil sie damit bessere Quoten erzielen – das Komische wird bei ihnen zum

Schlüsselprinzip, mit dem sie die Gegenwart ausleuchten, über die sie schreiben.

Für den großen Rest, der in den Neunzigern auf der Entertainmentwelle nach oben gespült wurde, hat Helge Schneider mit dem Titel seiner Autobiografie das Motto formuliert: «Guten Tach. Auf Wiedersehn.» Die Comedians von Pro Sieben und RTL, die einst ein lustiges Buch im TV-Format schreiben durften, sind längst vergessen. Und die einst so unterhaltsamen Lesebühnen und Poetry Slams, die der Literatur die Grundgesetze des Live-Events beibringen wollten, haben ihren guten Geist fast aufgegeben. Ein paar Talente sind ins professionelle Kabarett oder zu namhaften Verlagen abgewandert. Wer übrig ist, liest immer noch Texte, die sich darin gefallen, schlecht gemacht zu sein. Aber wer will das noch hören?

Der Betrieb läuft nicht – er tanzt

Wenn in der Literatur nichts mehr läuft, läuft immerhin noch eins: der Literaturbetrieb. Er selbst liefert einen wichtigen Beitrag zur guten Unterhaltung. Einem alten Spruch des Chefs von Harley-Davidson zufolge will man keine Motorräder verkaufen, man verkauft ein Lebensgefühl – die Motorräder gibt es gratis dazu. Pointierter lässt sich kaum sagen, dass in der Erlebnisgesellschaft die Produkte selbst nicht interessieren. Es geht um die Storys, die sich um sie herumspinnen und an denen man als Konsument teilhaben kann. Was für Motorräder gilt, gilt für Bücher erst recht. Jeder Verlag weiß, dass man einen Top-Titel am besten mit einer guten Rahmengeschichte ins Rennen schickt. Je kontroverser ein Thema aktuell diskutiert wird, umso sicherer kann ein neuer Roman für Aufsehen sorgen, der es aufnimmt – allerdings muss es schnell gehen. Wer nach Annette Pehnts glänzendem Roman «Haus der Schildkröten», «Pauls Fall» von Arne Roß oder dem Vater-Sohn-Konflikt, den der Bachmannpreisträger Thomas Lang in seinem Roman «Am Seil» inszenierte, noch die Überalterung der Gesellschaft fiktionalisieren will, muss sich ranhalten. Und wer trotz John Updikes «Terrorist», Yasmina Khadras «Die Attentäterin» oder dem «Zimmer im Haus des Krieges» von Christoph Peters immer noch am großen Terroristenroman sitzt, dürfte es schwer haben, seine Leser gut zu unterhalten.

Viel besser ist es da natürlich, das Thema gleich selbst zu platzieren: Die Literaturgeschichte der Gegenwart hangelt sich gern an Skandalen und Streitereien entlang; wer eine Debatte vom Zaun bricht, hat gute Chancen, dem Publikum Vergnügen zu bereiten. Wenn Martin Walser in einem Roman einen Doppelgänger von Marcel Reich-Ranicki umbringen lässt, wird der Roman dadurch nicht besser, aber die Unterhaltungsqualitäten des Drumherum steigen enorm. Wird darüber gestritten, ob Peter Handke einen Kriegsverbrecher zuerst im Gefängnis besuchen und ihm dann am offenen Grab die letzte Ehre erweisen darf, schaltet der Betrieb auf die Logik der Soap Opera um, mit Held und Anti-Held, mit Liebesschwüren, Hassausbrüchen und Intrigen. Und wer glaubte nicht an den unbedingten Willen zum Entertainment, wenn ein Autor kurz vor der Veröffentlichung seiner Autobiografie seine frühere Mitgliedschaft in der Waffen-SS über die Presse lanciert? Günter Grass verkauft keine Bücher, würde der Chef von Harley Davidson da sagen, sondern einen Skandal. Das mag vielleicht keine gute Unterhaltung sein. Unterhaltend ist es allemal.

Humboldt und Gauß, exakt vermessen

Der Überraschungsbestseller des letzten Jahres, Daniel Kehlmanns Roman «Die Vermessung der Welt», zeigt mit überzeugender Deutlichkeit, dass ein Autor Erfolge wahrscheinlicher machen kann, wenn er nur unterhaltsam genug schreibt. Nicht zufällig bringt Kehlmann auf den Punkt, was die Unterhaltungskultur der letzten Jahrzehnte schon vorbereitet hatte. Erfolgsbedingung Nr. 1: das historische Sujet. Erfolgsbedingung Nr. 2: die zur Zeit des Erscheinens des Romans geradezu überwältigende Medien- und Marktpräsenz der Hauptfigur Alexander von Humboldt als Held für das neue Jahrhundert. Erfolgsbedingung Nr. 3: Kehlmanns souveräner Umgang mit dem historischen Stoff, der hier mit der Gegenüberstellung von Weltenfahrer und Kopfmensch neu aufbereitet wird. Und dies – Erfolgsbedingung Nr. 4 – unter nachdrücklichem Einsatz von Humor, der dem gesamten Erzählprojekt jene Leichtigkeit verleiht, die die Fabulierlust des Autors fast unmittelbar in die Lust des Lesers verwandelt. Womit schließlich Erfolgsbedingung Nr. 5 zusammenhängt: Kehlmann erspart sich und seinen Lesern den intellektuellen Krampf. Seinen Roman legt er gerade nicht als Sprach- oder Erzählexperiment an;

E und U sind in der «Vermessung der Welt» vielmehr derart selbstverständlich miteinander verschmolzen, dass nach der Lektüre unbegreiflich scheint, dass sie jemals voneinander getrennt wurden. Wer dies Rezept nun gleich auf das eigene Romanvorhaben anwenden will, dürfte allerdings kaum Aufsehen erregen. Vielleicht gibt es nach der «Vermessung» ja nun wieder einen Boom des humoristisch aufbereiteten historischen Romans, aber Kopien unterhalten bekanntlich höchstens noch halb so gut wie das Original. Lernen kann man von Kehlmanns Roman und seinem Auftritt als Autor vielmehr etwas anderes: Wer sich selbst entspannt, entspannt die anderen. Die angestrengte Coolness der Pop-Literatur ist erledigt – heute gelten Lockerheit und Leichtigkeit als höchste Tugenden.

Und noch etwas gehört zum Kontext des Kehlmann-Erfolgs. Bis in die Physiognomie hinein zählt dieser Autor zu den literarischen Wunderkindern, als deren Paten Paul Auster und Jonathan Franzen gelten: Jonathan Safran Foer, Benjamin Kunkel und der Engländerin Zadie Smith. Nicht nur wenden sie alle sich mit Fleiß und Abgeklärtheit ihren Lesern zu – selbst ihren smarten Autorenfotos ist vor allem eine Botschaft eingeschrieben: Relax!

Das große Ja zum intensiven Leben

Die Wiederkehr des entspannten Erzählens wird derzeit in jedem Herbst und Frühjahr aufs Neue gefeiert. Martin Kluger veröffentlicht nach seinem grandiosen Experimental-Epos «Abwesende Tiere» einen historischen Roman über das Zeitalter der Tuberkel-Bekämpfung, der sich zugleich wie das Skript für seine Verfilmung liest. Moritz von Uslar, einst Agent provocateur im Club der aufgepoppten Tristesse Royal, zwingt seinen wilden Helden Giesecking in ein entspanntes Familienleben. Und der scharfsinnige Universalist Dietmar Dath darf aus der Subkultur zu Suhrkamp wechseln, um den Pop noch einmal mit einem neuen Roman zu beleben. Nur muss er in «Dirac» auf allzu viel Trash verzichten und eine gefälligere Geschichte erzählen: Die tausend Welt-Diskurse, mit denen Dath seine Denkspiele treibt, müssen so miteinander harmonieren, dass der Leser immerhin noch einigermaßen mitdenken kann.

Diese Harmonisierung von Literatur und Unterhaltung bezeichnet den neuesten Trend, und es gehört keine Sehergabe dazu

vorherzusagen, dass in absehbarer Zeit an die Stelle der debattenträchtigen Schwergewichte des Literaturbetriebs die Leitfiguren einer Generation bestsellerverdächtigter Intellektualität light treten werden. Doris Dörrie, Elke Heidenreich oder Thea Dorn geben Typ und Format vor und demonstrieren zugleich, was Autoren im Zeitalter des digitalen Fernsehens aufgegeben ist: in Texten, auf Bühnen und Bildschirmen als Medienprofis zu agieren, die alle Register des Geschäfts kennen und deren Selbstinszenierung auf einer gut austarierten Mischung von Spontaneität und Gefühl basiert; aus dem großen Ja zur Literatur wird das große Ja zum intensiven Leben. Nicht zufällig zielt Elke Heidenreichs Erfolgssendung auf die Lese-Lust. Hier gilt nicht nur: Wo die Unlust anfängt, hört die Unterhaltung auf. Hier ist auch jene Emphase gefordert, durch die sich eine gefühlvolle Bindung zwischen Autor und Leserschaft herstellt. Nicht länger wird in segmentierten Leserkreisen und unterschiedlichen literarischen Formen gedacht – es gibt nur noch die große Gemeinschaft echt empfindender Menschen.

Ist also doch Verflachung die unausweichliche Konsequenz der Entertainisierung der Literatur – und am Ende schreiben alle für den Bahnhofsbuchhandel? Liebesromane wie von Ildiko von Kuerthy, historische Romane wie von Tanja Kinkel, Thriller und Sachbücher für echte Männer nach dem Prinzip von Frank Schätzing? Das scheint doch mehr als unwahrscheinlich. Denn das oberste Gesetz guter Unterhaltung heißt: Sie muss intelligent und gut gemacht sein. Das zweite lautet: Keine Wiederholungen! Sodass womöglich schon im nächsten Frühjahr wieder Schluss ist mit der Harmonie von Unterhaltung und Intellekt. Und auf die Lust an der Lust der Wunsch nach einer unformatierten Literatur jenseits des Unterhaltungsbetriebs folgt – ready for Take off.