

Westfalen in Wort und Bild

»Westfalen heute« – seit 1951 berichtet der Ardey-Verlag in zahlreichen Publikationen über westfälische Vergangenheit und Gegenwart, über Land und Leute. Das Selbstverständnis des Verlages, stets das ganze Westfalen aktuell und modern zu beachten, spiegelt sich sowohl in seinem Buchprogramm als auch in seiner Zeitschrift.

Den »Ardey« kennt im Raum Hagen und Dortmund selbst, wer im Heimatkundeunterricht nicht brav aufgepasst hat: Es ist der Höhenzug zwischen den beiden Städten und Namensgeber nicht nur des Ardey-Verlags. Das Dortmunder Firmenverzeichnis führt oder führte Bauunternehmen, Steuerberater, Häusermakler oder Wäschereien unter dieser Bezeichnung, stadtbekannt in Dortmund ist das Mineralwasser aus der »Ardey-Quelle«.

Eine inhaltliche Verbindlichkeit enthält der Name nicht: Er bezeichnet einen Ort, an dem es »Ard« gibt. »Ard« ist zwar ein altes Wort für Ackerland, den Namen »Ardey« hat die Mundartforschung aber im westfälischen Raum als Bezeichnung unterschiedlichster Landschaften gefunden, weshalb in der Verbindung mit »ey« das Ackerland nicht gemeint sein kann.

Trotzdem verbindet sich in dem Begriff ein heimatlicher Ton mit dem Klang von guter Luft und Freizeit im damals noch rußverhangenen Ruhrgebiet: Ist doch der walddreiche Ardey ein beliebtes Ausflugsziel der Dortmunder.

Ob die Gründer des Verlags dies im Hinterkopf hatten? Zusammengetan hatten sich im April 1951: die Sozialforschungsstelle an der Universität Münster mit Sitz in Dortmund, der Landesverkehrsverband Westfalen, der Westfälische Heimatbund, die Westfälische Verwaltungsakademie e.V. Münster sowie als Druckerei der Verlag der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung mit der Westfalendruck GmbH. Der im Gesellschaftsvertrag festgelegte Firmenzweck lautete schlicht: »Gegenstand des Unternehmens sind der Verlag, die Herstellung und der Vertrieb von Druckschriften jeglicher Art«. Sitz des Verlags war Dortmund. Das »jeglicher Art« darf in der Anfangszeit getrost mit »jeglichen Inhalts« interpretiert werden. Der Verlag ist eher ein Zweckbündnis der



Gesellschafter. Nicht eine verlegerische Konzeption, sondern eigene Publikationswünsche sollen in der jungen Gesellschaft verwirklicht werden. Also »tingelt« das Programm zu Anfang zwischen hochgradig wissenschaftlichen Publikationen, allgemeinen belletristischen Werken bis hin zu offensichtlichen Kitschromanen: In der Publikationsliste des Jahres 1952 findet sich Schelskys »Wandlungen der deutschen Familie in der Gegenwart« neben Bildbänden wie »Mit der Kamera durch Dortmund«. Daneben verlegt man so genannte »Frauenromane« und unterhält eine Reihe »Der aktuelle Filmroman«, die sich »von gewissen, Anstand und Geschmack verletzenden Druckerzeugnissen abzugrenzen« wünscht und »auf anständige und kurzweilige Art und Weise unterhalten« möchte – mit Titeln wie »Die Frauen des Herrn S.«, ein heiterer Roman zum Film mit Sonja Ziemann, Paul Hörbiger, Rudolf Platte, Walter Giller und anderen.

Aber auch Literatur für höhere Ansprüche wird bei Ardey verlegt. Josef Wincklers Geschichtensammlung »Der Westfalenspiegel« etwa, die »von der gesamten Presse mit ungewöhnlichem Beifall aufgenommen« wird. Mitte der 70er Jahre gibt man das schwierige Buchgeschäft auf und konzentriert sich auf das Kerngeschäft: die Zeitschrift »Westfalenspiegel«.

»Mit der Kamera durch Dortmund« (oben rechts) oder »Die Frauen des Herrn S.«: typische Titel aus der Gründerzeit des Verlags.





Seit 2001 Domizil des Verlags: Die neue Speicherstadt, ehemalige Winterbourne-Kaserne in Münster-Coerde.

Fotos: Ardey-Verlag



»Kulturlandschaft Westfalen«: Anspruchsvoll in Layout und Inhalt beschreibt die Reihe sehenswerte Stätten in ganz Westfalen-Lippe.

Eine Plattform für Produktion und Vertrieb des »Westfalenspiegel« zu schaffen, war Gründungsanlass des Verlags und ist nach 1970 ein Grund, die Gesellschaft aufrechtzuerhalten. Die Gleichsetzung von Verlag und Zeitschrift ist so stark, dass das jährliche Zusammenkommen der Gesellschafter mitunter versehentlich als »Gesellschafterversammlung des Westfalenspiegels« bezeichnet wird.

Die Konzentration auf den Westfalenspiegel liegt vor allem im Interesse des Landschaftsverbands Westfalen-Lippe, seit 1965 neben der Westfalendruck GmbH Hauptgesellschafter des Verlags. Die Redaktion, die schon immer in der Pressestelle des Verbandes gesessen hatte, wird in den 70er Jahren verstärkt; eine Leseranalyse soll das Blatt thematisch auf Höhe der Zeit halten. Vordringlich gilt es, der Region Westfalen ihre wichtigste publizistische Plattform zu sichern und der drohenden Abwertung des westfälischen Heimatbewusstseins entgegenzuwirken – die gesellschaftlichen Veränderungen im Gefolge der 68er-Bewegung gehen auch am Westfalenspiegel nicht spurlos vorüber.

Wirtschaftlich profitiert das Blatt zunächst vom Anzeigenboom der Jahre nach 1978, obgleich mit dem »Magazin« des Ruhrsiedlungsverbandes 1979 eine erste, neue Konkurrenz erwächst. 1980 jedoch kommt mit der wirtschaftlichen Rezession ein böses Erwachen. Die Anzeigenerlöse sind stark rückläufig, weil den Städten als wichtigen Anzeigenschaltern das Geld ausgeht; eine Besserung der Situation ist vorerst nicht in Sicht. Ab 1982 erscheint das Heft daher nicht mehr monatlich, sondern vierteljährlich.

Anfang der 90er Jahre erwacht der Verlag als Buchverlag zu neuem Leben. Der LWL wird über die Westfälisch-Lippische Vermögensverwaltungsgesellschaft zum Haupteigner. Die Druckerei Bitter, ab 1982 Nachfolger des Westfalendrucks, scheidet aus. Von den Gründern als Noch-Gesellschafter übriggeblieben sind der Westfälische Heimatbund und der Landesverkehrsverband. Der Zweck der Gesellschaft wird im Gesellschaftsvertrag nun endgültig festgeschrieben als »der Verlag, die Herstellung und der Vertrieb von kulturellen Erzeugnissen jeglicher Art, insbesondere zur Förderung der Kultur in Westfalen-Lippe«.

Mit der Reihe »Kulturlandschaft Westfalen« und dem Werk »Dichter, Stätten, Literatouren« geht der Verlag fast wie eine Neugründung an den Start. Ziel der Reihe ist es, bedeutende Stätten westfälischer Kultur im gesamtwestfälischen Überblick vorzustellen. Und damit ist der allgemeine verlegerische Auftrag jetzt musterhaft vorgegeben: Nicht als bunter Flickenteppich zufällig aneinander gefügter, artfremder Gebilde oder als Fundgrube für Anekdotensammlungen soll Westfalen dargestellt werden, sondern als historisch gewachsener Raum mit vielfältigen, ganz unterschiedlichen, aber dennoch zusammengehörenden Teilregionen. Dieses Konzept kann in der Verlagslandschaft Westfalens als einzigartig gelten, denn gewöhnlich kommen auch so genannte Regionalverlage selten über die Teilregion, wenn nicht gar das Lokale hinaus.

In diesem Sinne wird der Verlag auch zukünftig »am Ball bleiben«: Heimat nicht als volkstümelndes und nostalgisches Gut zu präsentieren und zu verkaufen, sondern als selbstverständlichen Bestandteil gerade auch unserer postmodernen Identität.

Ulrich Grabowsky