

Leipzig in ähnlichem Sinne ein in größerem Style beabsichtigtes Unternehmen angekündigt, und die bereits zahlreich angesagten Unterstützungen Seitens des Verlags- und Sortimentshandels beweisen, wie begründet die Ueberzeugung in unserem Geschäftsleben ist, daß das Bücherinserat in seiner bisherigen Verwendung auf politische Tagesblätter die alte Wirkung verloren habe. Man wünscht sich ein neues Arcanum herbei, um angemessene Erfolge erzielen zu können, und ein in dieser Hinsicht motivirter, von einer größeren Firma ausgehender Vorschlag konnte füglich nicht ohne Anklang im Buchhandel bleiben. Ob nun das Brockhaus'sche Unternehmen dieses Mittel sein wird, ist eine Frage, welche wir unerörtert lassen müssen. Der Erfolg desselben, wie er sich schon in kurzer Zeit zeigen muß, ist eine kritische Autorität, der Jeder gerne aus dem Wege geht. Vorläufig wird es uns wohl noch gestattet sein, unsere Ansichten über das Bücherinserat von unserem Standpunkte und unseren Erfahrungen aus zu erörtern.

Wie schon vorausgeschickt, ist es eine Thatsache, über die wir wohl Alle einig sind, daß — nach der Ausdrucksweise des Brockhaus'schen Circulars — bei der bisherigen Vertheilung von Inseraten an die verschiedenen Zeitungen und Zeitschriften der Erfolg der Anzeigen zu den dafür angewandten Mitteln in keinem richtigen Verhältnisse steht. Dagegen scheinen wir nicht Alle darüber einig zu sein, wer die Schuld an diesem Mißverhältnisse trägt, die Zeitungspressen oder der Buchhandel, ob nämlich die deutsche Zeitungspressen die Bedingungen nicht erfüllt, welche der Buchhandel an sie zu stellen berechtigt ist, oder aber ob letzterer der ersteren gegenüber Anforderungen und Verlangen stellt, welche ohne Verkenning der vorhandenen Verhältnisse überhaupt nicht gestellt werden können?

Die Organisation unseres Zeitungswesens ist der des Buchhandels beziehungsweise analog, sie muß ihr analog sein, da eine Wechselbeziehung zwischen der periodischen und nichtperiodischen Presse einer Nation stets anzunehmen ist. Der deutsche Buchhandel rühmt sich mittelst der ihm eigenthümlichen Verfassung das literarische Bedürfnis bis in die verstecktesten Winkel des vielgestaltigen Vaterlandes ausforschen zu können. Die deutsche Zeitungspressen darf von ihrem Standpunkte aus das nämliche Verdienst in Anspruch nehmen; neben den größeren politischen Blättern der Hauptstädte, welche das öffentliche Interesse nicht entfernt in dem Maße absorbieren, wie dies in England und Frankreich der Fall ist, haben wir, abgesehen von unseren Wochenjournalen und Fachzeitschriften, eine Legion feinarmiger Provincial- und Localblätter, welche überall hin die Kunde von dem reichen, was in der großen politischen Welt vorgeht. Will der Buchhandel eine noch feinere Gliederung? will er noch mehr publicistische Hilfsmittel, um das Volk mit der fortschreitenden Bereicherung (?) seiner Literatur au fait zu halten?

Wir glauben wohl nicht. Vielmehr könnte der deutsche Buchhandel seiner Zeitungspressen den Vorwurf machen, daß sie ihm bei Ankündigung der literarischen Erzeugnisse mit allzu großem Eifer an die Hand gehe, daß sie das Publicum hundertfach theile, zerplittere und die Bücherinserate in Kreise hineintrage, wo beim besten Willen keine Interessenten und noch viel weniger Käufer aufzutreiben sind. Dieser Vorwurf, wenn es ein Vorwurf zu nennen ist, stützt sich auf nicht läugbare und sogar sehr derb in die Augen springende Thatsachen, allein dieselben Thatsachen, so wenig läugbar sie sind, scheinen gerade von denjenigen Verlegern verkannt zu werden, welche am meisten Veranlassung haben könnten, sich von dem Mißverhältnisse zwischen den aufgetriebenen Insertionskosten und dem dadurch erzielten Erfolge zu überzeugen. Von hundert Zeitungslesern sind oft kaum zwanzig Bücherleser, vielleicht zehn nur Bücherkäufer, höchstens fünf interessieren sich für das angekündigte Buch, und ob unter diesen fünf auch nur ein Einziger ist, dem an dem

Buche Autor, Preis u. s. w. gefällt, bleibt in den meisten Fällen unwahrscheinlich. Wie soll sich unter solchen Umständen ein Inserat bezahlt machen, geschweige denn von einem Erfolge die Rede sein können?

Bei alledem halten wir dafür, daß ein Verleger nicht gut thun würde, die besseren politischen Blätter mit seinen Ankündigungen zu übergehen. Wer den Pulsschlag seiner Unternehmungen fortwährend beobachtet, dem kann es nicht entgehen, wie förderlich eine Anzahl zweckmäßig ausgestreuter Inserate der Nachfrage eines Werkes ist. Es ist eben ausgestreuter Samen, der im Vereine mit einer einsichtsvollen und sachlichen Kritik den Sinn der Menge nach und nach auf das Unternehmen lenken muß.

Hieran knüpft sich jedoch eine Einwendung, der wir keineswegs geneigt sind, entgegenzutreten. Es kann nämlich behauptet werden, daß, so geringe Aussicht bei einem großen Theile der provinziellen und localen Presse für das Bücherinserat vorhanden sei, unter das wirklich bücherkaufende Publicum gebracht zu werden, dasselbe auch nicht einmal bei diesem auf die nöthige Beachtung zu zählen habe. Die Erfahrung liefert hiervon so traurige Beweise, daß wir ohne Uebertreibung sagen können, von den zwanzig im obigen Beispiel unter hundert Zeitungslesern angenommenen Bücherfreunden sind kaum zehn, welche den Inhalt des Inserats beachten, wodurch also die Unwahrscheinlichkeit für den inserirenden Verleger, eigentliche Bücherkäufer zu finden, noch verdoppelt wird. Wenn man zur Erklärung dieses Umstandes zu bedenken gibt, wie sehr die Beachtung der Bücherinserate durch die bunte Fülle des Zeitungsstoffes geschmälert werden müsse, so behauptet man hiermit nichts Unbegründetes, immerhin aber will es uns scheinen, daß dieser Grund nicht der alleinige sei und noch andere wichtige Gründe anderswo gesucht werden müßten.

Und in Erörterung derselben scheint uns die Frage nicht ungerathet, ob Form und Inhalt der Inserate wohl immer mit der Würde des Verlagshandels in Einklang stehen? Wir verneinen diese Frage. Es ist ein Ton in unsere Bücherankündigungen gedrungen, der sich für die Verbreiter kosmetischer und hygiastischer Fabrikate als zweckmäßig erweisen mag, der sich aber für die Verbreiter und geschäftlichen Träger der geistigen Interessen des Volkes durchaus nicht eignen will. Um keinen Grund zur Verletzung zu geben, dürfen wir unseren Vorwurf nicht so allgemein fassen. Ist ja auch ein Jeder von uns im Klaren darüber, daß der Marktschreierston zunächst von den Verlegern der sogenannten populären Literatur (im vulgären Sinne des Wortes) ausgegangen ist. Jene Verleger stehen ihrem ganzen Wesen nach freilich auf keiner anderen Stufe geschäftsmännischen Ansehens als die Londoner, Pariser, Berliner und Wiener Fabrikanten der durch alle deutschen Pressorgane ausgeschrieenen Heil- und Schönheitsmittel, ihr gespreizter Krämerston in Titeln und Rasonnements muß nur einen um so übleren Eindruck hervorrufen, als sie, wenn auch nicht dem mustergültigen Theile, so doch immerhin der literarischen Verlegerenschaft angehören. Von der sogenannten populären Literatur hat sich die Marktschreiermanier auch auf benachbarte Gebiete verpflanzt, und nehmen wir die Verleger der wissenschaftlichen Literatur aus, so existirt heutzutage — persönliche Ausnahmen natürlich in Ehren gehalten — kaum noch ein Verlagszweig, welcher sich von jenem Vorwurfe ganz freihält, d. h. sich bei Ankündigungen der neuen Erscheinungen auf ein kurzes, der Praxis am zweckmäßigsten dienendes Referat über den materiellen Inhalt des angezeigten Werkes beschränkt, ohne dem Urtheile des Publicums vorzugreifen.

(Schluß in Nr. 115.)