

können solchem schönen aber aufreibenden Wettstreit mit Befriedigung zusehen. Doch — diese Ausgaben lassen sich gar nicht vermeiden.

Kl. Nicht vermeiden? Das verstehe ich nicht. Warum diese Separatkataloge? Wir haben doch an den allgemeinen Weihnachtskatalogen, die nicht so einseitiger Natur sind, vollkommen genügendes Material.

Sch. Mehr wie zuviel, alter Freund! Das ist eben meiner Ansicht nach der Grund, warum so viel Separatkataloge entstehen. Denn die großen Verleger sagen sich: Wenn ich überall hin die theueren Inserate vertheilen soll, dann ist es doch wohl vorthelhafter, eigene Weihnachtskataloge zu veranstalten und für den Vertrieb derselben die Sortimentler zu interessiren. So entsteht ein Katalog nach dem andern, die Verleger überbieten sich in der Ausstattung und Mancher glaubt es auch dem Ansehen seiner Firma schuldig zu sein, tüchtig mitzuklappern, denn das gehört einmal zum Handwerk.

Kl. Uebertreiben Sie nicht, Colleague! Die Verleger wissen schon, wo sie bleiben und verdienen, wenn sie nur gut einschlagende Artikel haben, viel Geld zur Weihnachtszeit. Was muß das für ein schönes Gefühl sein, wenn die großen Partiebestellungen einlaufen und kaum der Bedarf gedeckt werden kann!

Sch. Ja wohl, verehrter Freund! Die Sache hat nur einen Haken. Die großen Lotteriegewinne sind so vereinzelt, und man verspielt auch leicht wieder, was man gewonnen hat.

Kl. Würde ich nicht thun, komme aber auch gar nicht in die Lage. Wir armen Sortimentler! Was müssen wir uns dagegen beim Weihnachtsgeschäft quälen. Zwanzig Werke oder mehr vorlegen oder an unsere Kunden schicken, bevor vielleicht eine Kleinigkeit gekauft wird. O diese Misere!

Sch. Kenne ich, Verehrter! Habe das zwanzig Jahre mit durchgemacht. Anstrengende Arbeit und Aufmerksamkeit, die oft eine Engelsgeduld erfordern. Aber Ihre Bemühungen bleiben auch nie unbelohnt. Selbst die Verbreitung der Weihnachtskataloge, welche man Ihnen gratis oder für ein Geringes liefert, kommt Ihnen immer zu gute, wenn auch die Erfolge nicht gleich sichtbar sind. Aergern Sie sich also nicht darüber; Sie machen mit den Katalogen ohne wesentliche Unkosten Reclame für Ihr Geschäft. Unter allen Umständen halten Sie aber zu Weihnachten Ihre sichere wenn auch nicht immer befriedigende Ernte.

Kl. Nicht befriedigend? Nein, wahrlich nicht! Wir können im besten Falle von einer Mittelernte reden. Etwas müssen wir doch verdienen. Wir lauern ja das ganze Jahr auf diese „Erntezeit“, wenn Sie an dem Worte festhalten wollen.

Sch. Ja, werther Freund, bleiben wir bei diesem Vergleich. Also doch „Mittelernte“. Ich gönne sie Ihnen aufrichtig. Wenn wir Verleger nur immer dasselbe sagen könnten! Bei uns ist aber — selbst wenn die Frucht gut gerathen ist — eine „Misernte“ noch nicht ausgeschlossen. Die Feldmäuse, Verehrtester, die zehren zu viel von dem Ertrage weg; sie können, wenn wir nicht aufpassen, unter Umständen den ganzen Gewinn absorbiren.

Kl. Damit meinen Sie die Inserate; ich verstehe. Aber, Verehrtester, das liegt doch ganz in Ihrer Hand. Wenn Sie für Inserate zu viel Geld wegwerfen, sind Sie ja doch ganz allein daran Schuld. Dafür können Sie doch Niemanden verantwortlich machen.

Sch. Wohl wahr, Freund! Aber, glauben Sie nur nicht, daß es gar so leicht sei, den an uns herantretenden Verlockungen zu widerstehen, und Mißgriffe zu vermeiden. Ganz entbehren können wir ja die Inserate nicht. Wollen wir diese Verhältnisse einmal etwas näher betrachten?

Kl. Schießen Sie los, Colleague! Sie werden das wohl wieder mit allerlei Anekdoten ausschmücken wollen. Sonst, dünkte ich, müßte es mit wenigen Worten gesagt sein.

Sch. So schnell, mein Lieber, geht das nicht! Werden Sie nicht gleich ungeduldig. Ich muß systematisch zu Werke gehen, und von vorne anfangen.

Kl. Das klingt ja vielversprechend. Da werde ich Mühe haben, Wahrheit und Dichtung zu unterscheiden.

Sch. Durchaus nicht. Hören Sie nur zu. Es ist Hochsommer, die Zeit der sauren Gurken. Noch sind wir über die Enttäuschungen der letzten Ostermesse nicht ganz hinweg, da beginnt bereits der Tanz von Neuem. Zuerst nahen die Kalenderverleger, dann die Herausgeber von allgemeinen Weihnachtskatalogen. Alle wollen Inserate, möglichst ganze Seiten mit Cliches; denn das ziert am meisten.

Kl. Und da werden Sie etwas für Inserate opfern! Das leuchtet mir ein. Das Geld dafür ist nicht weggeworfen. Diese Kataloge haben ihre Berechtigung.

Sch. Ohne Zweifel, lieber Klagegern! So lange nur einige existirten, ging die Sache. Nachdem diese Kataloge sich aber in zahlloser Weise — weit über das Bedürfniß hinaus — vermehrt haben, da weiß man, zumal sie alle den gleichen Zweck verfolgen, nicht mehr, welchem dieser Unternehmungen man seine Inserate zuwenden soll. Alle kann man nicht berücksichtigen.

Kl. Ist auch nicht nöthig; ich halte die richtige Auswahl gar nicht für so schwierig. Nehmen Sie Pippertwalde und Flußmann; vielleicht auch noch einen dritten. Fürstmar nimmt ja nur ganze Seiten; wenn Ihnen das zu viel ist, wählen Sie noch Herrichs.

Sch. Ganz gut, Freund, ähnlich verfare ich auch! Das ist aber nur der Anfang. Weit schlimmer wird es im Herbst, wenn die Monatschriften mit dem schweren Geschütz in's Feld rücken. Die haben jetzt meist besondere literarische Weihnachtskataloge in eleganter und verlockender Ausstattung. Zweifacher Druck mit schönen Verzierungen. Das kostet viel und erfordert hohe Inseratpreise. Seit Gebrüder Piepvoegel damit reüssirten, sind zahllose ähnliche Unternehmungen aufgetaucht.

(Schluß folgt.)

Carl Christian Horvath,

der Begründer der Buchhändlerbörse.

(Schluß aus Nr. 35.)

Pauli fand sich bereit, Horvath zur Begründung eines eigenen Geschäftes seinen alten, wenig gangbaren Verlag um die Summe von 4154 Thlr. 7 Gr. 9 Pfg. abzutreten. Nachdem man dahin übereingekommen war, daß davon das Erbtheil seiner Stieftochter, die Hochzeits- und Ausstattungskosten mit 1492 Thlr. 4 Gr. in Abrechnung gebracht und der Rest in jährlichen Raten ohne Interessen gezahlt werden sollten, übernahm Horvath den kleinen Verlag.

In der Ostermesse 1777 bereits hatte er angefangen, mit den in Frage kommenden Werken für seine Rechnung Meßgeschäfte zu machen, d. h. er changirte sie gegen Sortiment anderer Buchhändler. Da Horvath im Laufe der Jahre in Leipzig sehr bekannt geworden war, so wurde ihm Vieles abgenommen, und er brachte ein recht gutes kleines Sortimentlager zusammen. — Jetzt trat an ihn die Frage heran, wo er sich niederlassen sollte. In Berlin legte man ihm, wie jedem Geschäftsmanne damals, viele Schwierigkeiten in den Weg; auch hatte er wenig Lust, dort zu bleiben. Man schlug ihm Halle, Potsdam und Brandenburg vor. Auf der Rückkehr von der Leipziger Messe besuchte er Halle, um diesen Ort und die Geschäftsaussichten kennen zu lernen; er fand jedoch, daß die alten