

Sprechsaal.

Die »Schleuderer,« das »solide Sortiment« und die Litteratur.

II.

Dem in Nr. 54 d. Bl. unter obiger Überschrift erschienenen Artikel sollen einige Worte erwidert werden.

Der Einsender desselben sucht die Sachlage zu verwirren, um seine Schlüsse zu rechtfertigen.

Es giebt große Sortimentengeschäfte mit bedeutender auswärtiger Kundschaft, welche die Ladenpreise festhalten. Wissen, Eifer, Tüchtigkeit des Besitzers fesseln seine Kunden an ihn. Solche Konkurrenz ist segensreich; sie zwingt, ihr mit gleichen Mitteln zu begegnen.

Der Kampf gegen die Schleuderei aber ist der Kampf gegen das selbstsüchtige Treiben gewisser Firmen, die bewußt und planmäßig durch rücksichtslosen Gebrauch des mechanischen Mittels der Preisunterbietung einen großen Umschlag zu erzwingen suchen.

Das Gefährliche dieses Treibens liegt weniger darin, daß solche Firmen anderen wirklich einen Teil des Absatzes entreißen, sondern vielmehr in der Schädigung ihrer Berufsgenossen durch die diesen aufgezwungene allgemeine Herabdrückung des Ladenpreises. Wie groß diese Schädigung ist, zeige folgendes:

In dem Sortimenterverzeichnis der drei Verlegervereine sind an 1500 Firmen aufgeführt. Deren Umschlag durchschnittlich zu 40 000 Mk., den Rabattverlust daran durchschnittlich nur zu 2% (statt 10—15%) veranschlagt, ergibt auf jede Handlung durchschnittlich 800 Mk., auf 1500 1 200 000 Mk. Rabattverlust!

Der Gesamtbuchhandel wird also, nach sehr mäßiger Schätzung, um mehr als eine Million in seinem rechtmäßigen Gewinne gekürzt, weil es einigen wenigen Firmen gefällt, ihre Sonderinteressen denen der Gesamtheit gegenüberzustellen. Ohne den Druck von deren Schleuderangeboten wäre der Kundenrabatt längst erträglich gemacht oder ganz beseitigt.

Dieserjenige Verleger — und es sind gar viele — welche der ungenannten Berliner Schleuderfirma die Wege kreuzen, werden sich nicht durch den Popanz »Schädigung der Wissenschaft« irre machen lassen: die Wissenschaft besteht auch ohne jene Firma und Genossen weiter. Es stände schlecht um sie, wenn sie von den dem Sortimenterverzeichnis abgezogenen 10—15% abhinge.

V.

Grober Unfug.

Die Revolverpresse hat es aufgebracht, günstige Kritiken und dergl. durch Inserate sich bezahlen lassen; in verschämter Form ist von nothleidenden Blättern dieses Verfahren auch dem Verlagsbuchhandel gegenüber in dem Sinne ausgenommen worden, daß vor Erscheinen einer Besprechung vom Zeitungsverleger an den Werkverleger die Mitteilung gemacht wird, eine Besprechung des betreffenden Verlagswerkes siehe für Nr. x seines hervorragenden Blattes in Sicht, es sei deshalb geboten in dieser Nummer ein Inserat über das Werk abzudrucken.

Dieses Ansuchen ist insofern ganz sinnlos, als für keine Nummer ein Inserat sich weniger eignet, als für diejenige, welche bereits eine kritische Besprechung enthält; die Aufforderung

läßt sich lediglich auf den für die Kritik unwürdigen Grundsatz deuten: »Da ut dem — Sieb Inserate, damit ich Reklame mache.«

Nachdem auch angesehene Zeitungsverleger angefangen haben, diesen Mißbrauch ohne weiteres Nachdenken mitzumachen, muß endlich einmal ernstlich Einspruch dawider erhoben werden, daß derartige Praktiken unterer Schichten in die Bräuche des Buchhandels eingeschmuggelt werden.

Eine Beurteilung des deutschen Verlagsbuchhandels.

Herr Joseph Kürschner in Stuttgart, der mit einer Reihe von Verlegerfirmen neuerdings auf gespanntem Fuße zu stehen scheint, schleudert in Nr. 25 seiner »Schriftsteller-Zeitung« gegen den modernen Verlagsbuchhandel eine Philippika, welche er bei seiner dem Buchhandel nur zu wohl bekannten Schaffensfreudigkeit lieber hätte unterlassen sollen, weil er damit eine ganze Reihe sehr angesehener Firmen verlegt, ohne dabei seiner eigenen, so äußerst ausgiebigen literarischen Mache den gebührenden Zoll zu entrichten. Kürschner sagt u. a.:

„Die deutsche Schriftstellerzeitung begann zu erscheinen, als wir kaum erst Zeugen gewesen waren einer Wandlung in der Litteratur, die heillos für diese, schmachvoll für ihre Vertreter war. Nicht das Buhlen mit wohlfeilem Ruhm und der Gunst der Menge, auch nicht eifriger Erwerbstrieb führten vom Wege ab, sondern charakterlose Gewinnsucht. Der Stolz, das Bewußtsein der Kraft, die Eigenart der Individualität — alles wurde dem Gelde geopfert. Der Beruf, der seiner Natur nach der freieste sein soll und sein muß, war der unfreieste geworden, selbst der Pegasus zwang sich mehr als einmal ins Joch, wenn ihm goldener Hafer vorgeküttelt wurde. Die Arbeit auf Bestellung florierte! Das Fabrikwesen hatte siegreichen Einzug gehalten in die Litteratur! Die Massenproduktion stieg ins Unglaubliche! Anthologien, Pracht- und Reiseverke mit eignen Holzschnitten oder fremden Clichés, Werke der Popularwissenschaft, auch wohl belletristische Neuigkeiten, selbst Zeitungen verfertigte man en gros nach landläufigem Rezept, in allen Formaten, zu jedem Preis, gebunden und broschiert. Und auf alles wurde die Geschäftsmarke gedrückt, die für die Beurteilung maßgebend war, wie die gekreuzten Schwerter für die Güte des Meißner Porzellans. Die Tendenz kann eine Feindin der Kunst werden, die Gesinnungslosigkeit ist es allemal und im Zeichen der Gesinnungslosigkeit, der absoluten Farblosigkeit und verächtlichen Liebedienerei mit dem Willen der Menge stand alles, was da »angefertigt« wurde.

Dem Publikum ging diese Vergeschäftlichung gut ein, und die Kritik kam ihm zum großen Teil dabei gern entgegen. Man sah gar nicht mehr auf den Autor und nur mehr auf den Verleger und beurteilte diesen nicht mehr nach der Bedeutung seiner Verlagsrichtung, sondern nach der Eleganz der Ausstattung, die er seinen Büchern gab. Stehende Phrasen der Kritiken beweisen das. Da hieß es: »Schon wieder beschert uns der durch seine zahlreichen Prachtwerke bekannte Verlag« zc., oder »Es versteht sich von selbst, daß der Verlag« zc., oder »Wir sind es schon ge-

wohnt, daß alles, was aus diesem Verlage kommt, sich durch prachtvolle Ausstattung auszeichnet, hier aber hat er sich selbst übertroffen; der reichgehaltene Deckel« zc., oder noch besser, »Daß alles, was aus diesem Verlage kommt, gut ist, versteht sich von selbst«, ja sogar offen »Die Eleganz dieser neuen Erscheinung des zc. besticht uns« zc. Daß »dieser Verlag« selbst auf die kulturfördernde Bedeutung des Buchhandels keinen und auf den kaufmännisch-industriellen Geist alles Gewicht legte, bewiesen seine »Waschzettel«, die immer das Zufällige, Nebensächliche als das Hauptsächliche und worauf es ankommt, hinstellten.

Das Buch als materielles Objekt trat mehr und mehr in den Vordergrund, seine technische Herstellung wurde fast Selbstzweck, der geschickte Vertrieb wichtiger für den Erfolg als der geistige Gehalt. Vereinzelt Versuche, demgemäß den Namen des Autors bei gebundenen Exemplaren zu eskamotieren, dafür aber den Namen des Geschäftsmannes unbilliger und unlogischer Weise in Gold-, Schwarz- und Blinddruck bald mehr, bald minder verschämt auf den Rücken zu setzen, fanden Anklang und vielfach Nachahmung. Dagegen stiegen Formschneider, Buchdrucker, Papierfabrikant im Wert, auch sie wurden an geeigneter Stelle im Buche selbst mit ihren Leistungen namentlich angeführt; ja es sind Beispiele vorhanden, daß selbst der gewiß sehr ehrenhafte, aber für das Gedeihen der Litteratur und das Interesse der Leser doch sicher belanglose Name des Fabrikanten der Druckerschwärze in den Büchern genannt wurde.

Einsender kann nicht unterlassen den geistreichen Wendungen des Herrn Kürschner seine Anerkennung zu zollen; aber in Anbetracht des geschmähten Verlagsbuchhandels scheint es doch nötig, Herrn Kürschner in die Grenzen ruhiger Selbsterkenntnis zurückzuweisen.

Ein Verleger, der seine gangbarsten Artikel selbst redigiert hat.

Verlagsveränderungen und deren Buchung.

Schon vor Jahren wurde in diesem Blatte die Bitte an die Verleger gerichtet, den Titelangaben bei Verlagsveränderungen stets die Jahreszahl hinzuzufügen. Leider wird aber in vielen Fällen diese durchaus notwendige Angabe unterlassen.

Bei dem vielbeschäftigten Sortimenterverleger bleibt dann leicht die Änderung im Katalog, da die Arbeit eben zu zeitraubend ist; spätere Bestellungen gehen insolgedessen meist an den im Kataloge angegebenen alten Verleger und dieser hat unnötige Arbeit. Der neue Verleger und der Sortimenterverleger haben, wenn überhaupt der Verlangzettel auf dem Umwege sein Ziel erreicht, Minderabsatz, weil das Buch nun häufig zu spät eintrifft.

Möchte doch nunmehr allseitig stets die bezeichnete notwendige Angabe hinzugefügt werden.

Ein anderer Übelstand bürgert sich leider auch immer mehr ein, indem die Aufträge zu den bei Verlagsveränderungen notwendigen Buchungsänderungen in durchaus ungenügender Weise erfolgen.

Es ist in der Ordnung, daß von dem bis-