

viel weitere Kreise aber ist die Thätigkeit der Kolportage durch den Vertrieb größerer Werke, besonders der Konversationslexika und der belletristischen Zeitschriften, gedrungen. Von ersteren sollen 80% aller Exemplare, von letzteren vielleicht doppelt soviel als durch den übrigen Buchhandel auf dem Wege der Kolportage abgesetzt werden. — Auch der Kalendervertrieb liegt wesentlich in den Händen der Kolporteurs. Man nimmt an, daß in Deutschland jährlich etwa 20 000 000 Kalender verkauft werden, wogegen der Absatz in Oesterreich durch den Kalenderstempel verhältnismäßig sehr beschränkt ist.

Ist im Vorstehenden auch das Verdienst der Kolportage um Volksbildung hervorgehoben, so wird doch nicht verschwiegen, wie gern sie auch dem Skandalbedürfnis, das den Bildungstrieb weit überflügelt, nachzukommen pflegt. Als Beispiele können u. a. die Enthüllungen der Pall-Mall-Gazette, der Prozeß gegen Professor Gräf, die Menge der nach dem traurigen Ende des Königs Ludwig von Bayern und des Kronprinzen Rudolf von Oesterreich erschienenen Kolportageromane dienen. Solche meist ziemlich wertlose Kolportageromane, »Bücherriesen« zu 10 *M* und ähnlichen Preisen, bringen durch ihre billige Bezugsweise in 10 *M*-Lieferungen massenhaft ins Volk, während man doch für den Preis eines solchen Romans aus den schon erwähnten wohlfeilen Büchersammlungen eine kleine klassische Bibliothek zusammenstellen könnte. Uebertrieben wird dennoch meist die moralisch schlechte Tendenz solcher Romane, und es darf nicht ganz übersehen werden, daß ein großer Teil des Publikums durch solche Werke Bücher lesen lernte und später zu besserer Lektüre überging.

Die Gewinnung von Abnehmern wird den Kolporteurs durch Gratislieferung der ersten Hefte, deren Ertrag vielfach gleich als Provision für die Abonnentensammler dient, erleichtert. Die Expedition der folgenden Hefte geschieht meist durch besondere Boten. — Von manchen Lieferungswerken und Zeitschriften werden erste Hefte nur à cond. geliefert, doch sind die Verlagshandlungen meist sehr bereitwillig mit nachträglicher Gutschrift.

Der Kolporteur führt bei der Verschiedenheit der litterarischen Bedürfnisse, besonders wenn er Zutritt zu Fabriken, Kontoren und sonstigen Bureauz erhält, meist verschiedene Probehefte bei sich, sei es von den gangbarsten Zeitschriften, von den Lieferungswerken des Bibliographischen Instituts, von Andrees oder anderen populären Atlanten u. s. w. Die Inhaber von Kolportagehandlungen haben natürlich ihr Hauptaugenmerk darauf zu richten, daß ihre Agenten ihnen keine Unterschriften fauler Kunden, oder gar gefälschte Unterschriften bringen, andererseits aber, daß sie gute Kunden durch pünktlichste Expedition der Fortsetzungen festhalten. Die doppelt anzufertigenden Fortsetzungskarten erscheinen für diese Zwecke unerlässlich.

Das Lager der Kolportagehandlungen ist vorwiegend alphabetisch und zwar nach den Titeln, nicht nach den Autoren zu ordnen. Besonders gilt dies für die in eigenem Alphabet zu ordnenden Kolportageromane. Auch die Zeitschriften werden besonders geordnet.

Es giebt verhältnismäßig wenig Kolportageverleger. Nichtsdestoweniger empfiehlt sich, der Bequemlichkeit, auch vielfach rascherer Expedition wegen, der Bezug durch Kolportagegroßhandlungen, die in ähnlicher Weise wie die Barsortimenter ihre Großlisten-Kataloge für Buchhändler herausgeben.

Von besonderer Wichtigkeit ist die Anwerbung geschickter Abonnentensammler und die Kenntnis der bezüglichen Gesetzesbestimmungen für den Kolportagebetrieb. Man findet einiges im vorliegenden Werk angeführt, im übrigen wird auf v. Biedermanns Anweisung für den gesetzmäßigen Betrieb des Kolportage-Buchhandels (Lpzg. 1891) verwiesen.

Der Reisebuchhandel unterscheidet sich vom Kolportagehandel eigentlich nur dadurch, daß er sich auf den Vertrieb teurerer Werke beschränkt und die Reisenden äußerlich meist feiner auftreten. Die Reisenden vertreiben mit Vorliebe die Bandausgaben der großen Konversationslexika, umfangreiche populäre und wissenschaftliche, auch religiöse und sogenannte patriotische Werke u. s. w. In der Regel wird zwischen dem Geschäftsinhaber und dem Reisenden ein Kontrakt gemacht. Den Entwurf eines solchen findet man hier wiedergegeben, ebenso Schemata von Bürgschafts- und Bestellscheinen zur Ausfüllung für die Reisenden und Besteller. Es folgen dann weiter Mitteilungen über die üblichen Provisions- und Rabattverhältnisse, über erforderliche Eigenschaften des Reisenden und über die leider auch hier oft vorkommenden Fälle, Subskribenten durch falsche Vorspiegelungen zu gewinnen. — Mißbilligt werden die häufig gegen saumseltige Zahler ange strengten Klagen und der Mißbrauch, durch das Aushängeschild von Wohlthätigkeitszwecken das Publikum zum Ankauf oft sehr überflüssiger Werke zu veranlassen. Aus solchen Gründen wäre eine gewisse Einschränkung des Kolportage- und Reisebuchhandels vielleicht zu billigen. Zur Gewinnung eines Ueberblicks über die an jedem Orte abgesetzten Werke sind nach

dem Alphabete der Orte geordnete Registerzettel mit Angabe des Bestellers, des Reisenden u. s. w. anzufertigen.

Der Verfasser bescheidet sich, daß Theorie und Praxis besonders im Kolportage-Buchhandel grundverschiedene Dinge seien, und daß eben hier Uebung und Erfahrung den Meister macht.

Kleine Mitteilungen.

Neue Bücher, Kataloge u. für Buchhändler.

Auswahl wertvollerer Werke und Neuerwerbungen aus dem Gesamtgebiete der klassischen Altertumswissenschaften: Philologie; Geschichte und Hilfswissenschaften; Archäologie. Enthaltend u. a. die Bibliothek des † Professors Heinrich von Brunn. 2. Abteilung. Antiq.-Katalog Nr. 141 von Gustav Fock in Leipzig. 8°. 82 S. 2449 Nrn.

Monatlicher Anzeiger über Novitäten und Antiquaria aus dem Gebiete der Medicin und Naturwissenschaft. 1897. Nr. 12. (Dezember.) gr. 8°. S. 85—92. Verlag der Hirschwald'schen Buchhandlung in Berlin.

Carl Georg's Schlagwort-Katalog. Verzeichnis der Bücher und Landkarten in sachlicher Anordnung. II. Bd. 1888—92, bearbeitet von Carl Georg. 33. Lieferung. Lex.-8°. S. 1025—1056 (Schulreden — Sozialdemokratie). Hannover 1897, L. Lemmermann. Erscheint in ca. 40 Lieferungen à 1 *M* 30 *J*.

Die Allgemeine Zeitung 1798—1898. Beiträge zur Geschichte der deutschen Presse. Von Ed. Deyd. 8°. IV, 352 S. München 1898, Verlag der Allgemeinen Zeitung G. m. b. H. (Leipzig, Kommissionsverlag von E. F. Steinacker.)

Die »Lancierung« des neuen Zolaschen Romans. — Seit einiger Zeit bringt das Pariser »Journal« den neuesten Roman Emile Zolas, »Paris«, den Schluß der Trilogie, »Trois Villes«, deren erste beide Teile »Lourdes« im Jahre 1894 und »Rome« im Jahre 1896 erschienen und beim Publikum diesseits und jenseits des Rheins eine recht kühle Aufnahme fanden. Was bisher von »Paris« vorliegt, das die Spalten des Pariser Blattes bis über Neujahr hinaus füllen wird, ist wahrhaftig nicht dazu angethan, die Scharte im litterarischen Ruhm Zolas auszuweichen. Der französische Romancier hat sich — darüber kann kaum noch ein Zweifel bestehen — ausgeschrieben. Bodenlose Langeweile war die Signatur von »Lourdes« und in noch verstärktem Maße von »Rome«, und sie ist auch das Zeichen von »Paris«. In diesem Zeichen wird Zola nicht siegen, sondern untergehen. In einer Art Vorrede oder Begleitschreiben, das er vor dem Erscheinen des Romans in Pariser Zeitungen veröffentlichte, hatte Zola, dem die Mängel von »Lourdes« und »Rome« hinterher zum Bewußtsein gekommen sind, versprochen, daß die Handlung in dem neuen Roman rascher und lebendiger sein würde. Diese Zusage hat er aber keineswegs eingelöst. Man kann sich kaum eine schleppendere Handlung denken, als diejenige, die sich in den beiden ersten Büchern des Romans in einer auch den geduldigsten Leser aufs äußerste ermüdenden Weise träge und stöckend abspinnt. Die alten, zur Genüge bekannten Zolaschen Fehler kehren in jeder Zeile wieder. Alt ist die Sucht der minutiösen Beschreibung, und alt ist vor allem die Manier der fortwährenden Wiederholung. Neu an diesem Roman ist eigentlich nur die Art und Weise, wie ihn das »Journal« in die Leservelt »lanciert« hat. Es verlohnt sich schon, einen Augenblick bei dieser, selbst für ein Pariser Blatt ungewöhnlichen Reklame zu verweilen.

Der Roman im »Rez-de-chaussée« — dem sich in den Pariser Zeitungen meistens noch ein zweiter auf der dritten oder vierten Seite des Blattes zugesellt — ist für den pekuniären Erfolg des Verlags oft ausschlaggebend. Mögen sich über dem Feuilletonstrich politische und soziale Leidenschaften wild durcheinander tummeln, die eigentliche Würze einer Zeitung liegt für den Pariser und — die Pariserin im Romanteil der Zeitung, wo ihnen neben den erlesensten Gerichten auch sehr zweifelhafte Ragouts — für jeden Geschmack etwas — vorgesetzt werden. Bisher begnügten sich die Pariser Zeitungen, wenn sie ihren Lesern einen neuen Roman aufstischten, in der Hauptsache damit, an den Straßenecken Nummern verteilen zu lassen, in denen die ersten zwei oder drei Fortsetzungen des Romans enthalten waren. Wenn es hoch kam, war diesen eine möglichst grelle Illustration beigelegt, in der es natürlich an etwas Blut oder einigen Leichen nicht fehlen durfte. Diese Flugblätter wurden von Vorübergehenden, gleichsam um dem Verteiler einen Gefallen zu erweisen, mit zerstreuter Hand genommen, eines flüchtigen Blickes gewürdigt und im nächsten Moment weggeworfen. Mitunter zogen es auch die mit der Verteilung betrauten findigen Camelots, die schwer überwacht werden konnten, vor, kurzen Prozeß zu machen und ihren ganzen Vorrat an den ersten besten Epicier oder Tabakshändler zum Zweck der Dütenfabrikation zu verkaufen.

Das »Journal« hat zu Gunsten des Zolaschen Romans die alten Bahnen verlassen und ist auf dem Wege der Reklame einen