

den ausschließlichen Verkauf jener Litteratur gründen, entstehen. Wir bekommen dann legitime buchhändlerische Warenlager für das arbeitende Volk, und das »solide« Sortiment verzichtet auf den Vertrieb dieser allerbilligsten Litteratur.

Robert Luz.

Die Herstellung und der Vertrieb der Bücher.

Von Gustav Uhl. Gr. 8°. (80 S. m. Kunstdruck-, Papierproben zc.) Leipzig, Verlag v. G. Uhl. 4 M.
(Haupttitel: Unterrichtsbriefe für Buchhändler.
Bd. II. Heft 7/8.)

Das Werk liegt uns in einer auf dem Umschlag nur mit dem Sondertitel versehenen Ausgabe vor. Auch fehlt auf den beiden ersten Bogen die sonst angewandte Norm des Haupttitels, eine von dem Verfasser wohl absichtlich getroffene Einrichtung, um die Selbständigkeit des Buches mehr hervorzuheben und dadurch über den Kreis der regelmäßigen Abnehmer hinaus Käufer zu gewinnen, also gleich eine praktische, wenn auch in dem Buch selbst nicht erwähnte Vertriebsmaßregel.

Von den beiden Wegen, eine Verlagshandlung zu kaufen oder selbst eine solche zu gründen, hält der Verfasser, vorausgesetzt daß es sich um gut gehende litterarische Unternehmungen handelt, den ersten für wirksamer, schon weil er verhältnismäßig weniger Betriebskapital erfordert. Unter Bezugnahme auf eingehendere Erörterung an anderer Stelle wird auch hier mit Hinweis auf Seemanns Fingerzeige zur Abschätzung von Buchhandlungen zc. eine kurze Erläuterung über den Wert eines Verlagsgeschäfts gegeben und nachgewiesen, wie unzuverlässig der anderweit aufgestellte Satz sei: »Der Kapitalwert einer Verlagshandlung ist gleich dem Fünffachen ihres Reingewinns.«

Der junge Verleger wird nach Erwerbung einiger fertigen gangbaren Artikel bemüht sein, zur Erweiterung und Auffrischung seines Verlages neue Werke ins Leben zu rufen. Er darf sich indessen nicht auf die Erwerbung angebotener und hinsichtlich eines gewinnbringenden Erfolges oft sehr zweifelhafter Manuskripte beschränken, muß vielmehr selbst auf erfolgreiche Unternehmungen fassen und für diese geeignete Schriftsteller zu gewinnen suchen. Der Verfasser schätzt in dieser Hinsicht die Erfahrungen des Buchhändlers höher als die sanguinischen und leider meist chimärischen Hoffnungen des Schriftstellers. Die Annahme, daß »der größte Teil aller Novitäten mit großem Absatzkreise seine Entstehung der Anregung der Verleger danke«, mag richtig sein; es hätte noch hinzugefügt werden können, daß der Verlag vieler der übrigen Artikel fast immer mehr oder weniger Hazardspiel sei, ausgenommen einzelne Werke berühmter Autoren oder durchaus zeitgemäße und sonst hinsichtlich des Erfolges gesicherte Werke.

Wesentlich entscheidend für den guten Erfolg eines Buches ist ein tüchtiger Schriftsteller und ein guter origineller Titel. »Herr Schubert«, der aus früheren Besprechungen der »Unterrichtsbriefe« bekannte Inhaber des alle buchhändlerischen Arbeiten in sich schließenden und hier praktisch dargestellten Geschäfts, konzentriert seine buchhändlerischen Erfahrungen zunächst auf den Verlag eines christlichen Andachtsbuchs. Fast ausschließlich an dieses Beispiel knüpfen sich die weiteren Erörterungen der vorliegenden Monographie. Ungeachtet der Menge existierender Andachtsbücher, glaubte Herr Schubert doch etwas Neues, Originelles erfunden, zudem einen tüchtigen Bearbeiter für seine Idee gefunden zu haben. Die für die Korrespondenz mit den Schriftstellern vorgeschlagenen Klugheitsregeln haben — ehrlich gestanden — nicht viel Ansprechendes. Der Schriftsteller wird hier u. G., was unter keinen Umständen gebilligt werden kann, als eine gering zu schätzende Persönlichkeit von vornherein angesehen (s. S. 10 u. f.), z. B. wenn der Verleger sich nicht gleich offen gegen ihn ausspricht und ihn glaubt durch allerhand Winkelzüge fördern zu müssen. Eine wenig erbauliche Moral spricht aus den brüsten Worten: »Ein guter Autor muß gut behandelt werden, ein schlechter schlecht.«

Erläuterungen über den Verlagsvertrag werden an verschiedenen Stellen gegeben (S. 13 ff. u. S. 21 ff.). Daß dabei besonders die Verbindlichkeiten des Verlegers bezüglich des Honorars, der Höhe der Auflagen (die aber eventuell auch ganz Sache des Verlegers sein kann), der Freieemplare, des Vertriebes zc. zur Sprache kommen, ist selbstverständlich. Daran schließen sich auch Erörterungen über das Verlagsrecht, das Urheberrecht und den Nachdruck.

Je nach der Art des Buches ist die Höhe der Auflage annähernd zu bestimmen. Ziemlich unerheblich erscheinen die verschiedenen Meinungen über den Begriff des Vergriffenseins einer Auflage. Neu war uns die Mitteilung, daß Eugen Dühring sämtliche Exemplare der Vorreden seiner Werke durch seine Ge-

mahlin unterzeichnen ließe, damit kein Exemplar über die verlagsmäßige Auflage gedruckt werden könne, ebenso (bei Erörterung des sogenannten Konkurrenzparagraphen im Verlagsvertrag), daß der Verfasser der bekannten Plateschen Lehrbücher der englischen Sprache, später unter dem Namen Degenhardt mit einem jenen Büchern ähnlichen Konkurrenzwerk aufgetreten sei. Schließlich wird das Schema eines Verlagsvertrags über das Werk »Weihestunden« zc. zwischen dem Superintendenten Dreffel und Werner Schubert aufgestellt. Beide legen sich dann ins Zeug, um das Buch bald fertig zu schaffen.

Das Manuskript wurde pünktlich vom Verfasser abgeliefert. Der Brauch, nur einseitig beschriebene Blätter in die Druckereien zu liefern, dürfte wohl weniger aus der Absicht, den Zeitaufwand beim Umwenden zu ersparen, als aus der leichteren Möglichkeit der Verteilung des Manuskripts an mehrere Setzer, der leichteren Möglichkeit, nachträglich Einschaltungen vorzunehmen und aus sonstigen Zweckmäßigkeitsgründen hervorgegangen sein. — Die Kalkulation über die Ausdehnung des Manuskripts durch Abzählen der Silben einer Zeile und der Zeilen einer Seite, der Multiplikation der Zeilen, Silben und Seiten und durch das gleiche Verfahren bei einem gedruckten Probebogen darf als allgemein bekannt vorausgesetzt werden.

Je nach dem Inhalt des Buches ist auch ein geeignetes Format zu wählen. Die vielerlei bei den Deutschen angewandten Formate sind als kein Vorzug gegenüber den feststehenden Formaten der Ausländer, besonders der Franzosen, anzusehen. Nach Gräfels Bibliothekslehre (nicht Bibliothekenlehre!) wird näheres über die Formatklassen und nach Dr. Milchsack über die Formatgesetze (bezüglich des Bundstegs, Kopfstegs und Seitenstegs) mitgeteilt. — Kaum minder wichtig als die Wahl des Formats ist die der Schrift. Der Verfasser spricht sich unter Anführung verschiedener berühmter Persönlichkeiten für Anwendung der Fraktur bei Werken in deutscher Sprache, besonders schönwissenschaftlichen Inhalts, aus.

Einen Kostenanschlag des Drucks kann der Verleger mit Hilfe des »Allgemeinen deutschen Buchdruckertarifs«, aus dem ein Auszug mitgeteilt wird (S. 38 f.), allenfalls selbst aufstellen. An einem Bändchen der Reclamschen Universal-Bibliothek und den »Weihestunden« wird dies praktisch erläutert.

Eine wichtige Rolle spielt ferner das Papier. Einer kurzen Geschichte des Papiers folgen Bemerkungen über Verkaufsnormen nach dem Gewicht zc. und besonders über die Eigenschaften des Papiers. Verfasser meint, daß ungeachtet aller chemischen und mikroskopischen Untersuchungen der Verleger doch nicht vor Ueber-vorteilungen geschützt sei. Für Prüfung des Papiers wird auf die »Chemisch-technische Reichsanstalt« in Charlottenburg hingewiesen, auch werden einige Fingerzeige für Selbstprüfung des Papiers mit Anilin zc. gegeben, merkwürdigerweise aber wird die Leipziger Papierprüfungsanstalt ganz mit Stillschweigen übergangen.

Zur weiteren Ausstattung der »Weihestunden« gehörten etliche Kunstblätter, die zu Erörterungen über Holzschnitte, Autotypieen, Kupferätzungen, Farbendrucke u. s. w. Veranlassung geben. — Der Einband führt zu näheren Mitteilungen über die Buchbinderei. Das Technische im allgemeinen wird einem Aufsatz von P. Kerstens entnommen. Weiter ist dann von schlechten und guten Fabrikeinbänden, großen Dampfbuchbindereien, Deckenzeichnungen zc. die Rede.

Soweit handelte es sich um die Herstellung des Buches. Der Vertrieb wird durch Entwurf eines geeigneten Prospektes in Szene gesetzt, bei dem besonders Angaben über Titel und Umfang, Ladenpreis, Bezugsbedingungen, Charakteristik des Werkes und Bezeichnung der Interessentengruppe in Frage kommen. Bei Besprechung der verschiedenen Formate der Prospekte hätten wir, von dem Tadel der Riesenformate abgesehen, gern ein mißbilligendes Wort im allgemeinen gehört über die unpraktische Verschiedenheit der Formate vom größten Folio bis zum winzigen Zweiund-dreißigstel-Format, gern einen Hinweis gefunden auf die sicher einst zu erzielende Möglichkeit gleichen Formates für alle Prospekte, die gleichzeitig als Grundlage für einen General-Zettelkatalog dienen könnten.

Dem Schema eines Prospektes über die »Weihestunden« werden Einzelheiten über dessen Ausstattungen zc. zc. angereicht. Die Versendung geschieht am besten unter Benutzung von Leiners Listen. Unter den Beilagen findet man ein Leinersches Preisverzeichnis. Ein Tarif der Leipziger Bestellanstalt ist eingeschaltet. Bei Versendung eines neuen Verlagswerkes darf man sich nicht auf Berücksichtigung der eingegangenen Bestellungen beschränken, muß vielmehr nach den vorhandenen Listen, am besten nach Leiners Städteliste, die Versendung sorgfältig ergänzen.

Meist unerlässlich erscheint auch die Versendung von Rezensionsexemplaren. Für den Erfolg eines neuen Werkes fallen die Besprechungen natürlich in die Waagschale. Für die vom Verfasser versandten Exemplare sind wohl eher gute Besprechungen