

<b>S. Rosenbaum, Verlag in Berlin.</b> Schafheitlin, Lyrischer Erntegang. 3 M.	6555	<b>Germann Seemann Nachfolger in Leipzig</b> ferner: Morris, Kunsthoffnungen und Kunstsorgen. 2 Bde. à 2 M. Crane, Cobden-Sanderson u. A., Kunst und Handwerk. 2 Bde. à 2 M.	
<b>Anton Schroll &amp; Co. in Wien.</b> Wiener Kunststickerei. Heft 2 u. 3. à 5 M.	6550	<b>Hugo Steinig in Berlin.</b> Reg, Fremdwörterbuch. 15. u. 16. Tausend. 1 M 50 J.	6549
<b>Germann Seemann Nachfolger in Leipzig.</b> Pennell, Die moderne Illustration. 7 M 50 J; geb. 9 M. Crane, Von der dekorativen Illustration des Buches in alter und neuer Zeit. 2. Ausg. 7 M 50 J; geb. 9 M.	6551	<b>W. Bobach &amp; Co. in Berlin.</b> von Hochfeld, Zweiundfünfzig Sonntagsgedanken. Geb. 4 M.	6554

## Nichtamtlicher Teil.

### Die Zeitungen und Bücherbesprechungen.

(Vgl. den Artikel in Nr. 181 des Börsenblattes.)

#### II.

Herr »L. Z.« macht in Nr. 181 d. Vbl. vom 6. August den Zeitungsverlegern bzw. Redaktionen den Vorwurf, daß sie zwar Rezensionsexemplare entgegennehmen, aber nicht immer die »eingegangene Verpflichtung«, auch wirklich eine Besprechung des betreffenden Buches zu bringen, ausführen.

Von einer »Verpflichtung« kann doch wohl nur dann die Rede sein, wenn eine Redaktion das betreffende Werk zur Besprechung erbeten hat, nicht aber, wenn ihr ein Verlagswerk unverlangt zugesandt wird. Herr L. Z. macht sich gewiß keinen Begriff davon, was die Anerkennung einer »Verpflichtung«, jedes einlaufende Buch einer Besprechung zu unterziehen, oder den mitgesandten Waschzettel abzu drucken, für den Zeitungsverleger pekuniär bedeuten würde, er hätte sonst diesen Angriff wohl unterlassen. Da aber über die »Revisionspflicht« der Presse bei zahlreichen Verlegern eigenartige Anschauungen herrschen, so sei es mir als Mitarbeiter einer großen Berliner Tageszeitung, früherem Sortimentler und Verleger gestattet, Aufklärung zu geben.

Bei einer großen politischen Tageszeitung bringt fast jede Post eine Anzahl Bücher, Broschüren, Waschzettel zc., die sich in der Redaktionsstube in kurzer Zeit zu Bergen anhäufen. Man berücksichtige nun, daß jeder Zeitungsverleger bei der übergroßen Konkurrenz und der dementsprechend geringeren Verbreitung des Blattes genau zu kalkulieren hat, wieviel Bogen er im Jahre liefern darf, um Einnahme und Ausgabe in Einklang zu bringen. Der von einer Tageszeitung zu bewältigende Stoff an politischen, lokalen, kommerziellen, provinziellen zc. Nachrichten ist aber allein stets ein derartig großer, daß schon hieraus eine genaue Auswahl getroffen werden muß, soll der Umfang der Zeitung nicht übermäßig vergrößert und ein Gewinn in Frage gestellt werden. Wollte der Verleger jeden einem Buche beigegebenen Waschzettel abdrucken lassen, so müßte er, um den Bogen-Etat nicht zu überschreiten, andere politische zc. Nachrichten fallen lassen. Dies läßt sich jedoch mancher Zeitungsleser keinesfalls gefallen, er sucht sich vielmehr ein Blatt, das in dieser Hinsicht mehr bietet, und geht so als Abonnent verloren. Man wird nicht zu hoch greifen, wenn man den Gesamtumfang der im Laufe einer Woche einlaufenden Waschzettel, Kritiken zc. auf einen Druckbogen (4 Seiten) gewöhnlichen Zeitungsformats veranschlagt. Was nun aber die Herstellung eines solchen Bogens bei einer Auflage von 10 000 Exemplaren und mehr an Satz, Druck, Papier und schließlich an Honorar für selbständige Kritiken kostet, wird sich Herr L. Z. als Verleger selbst ungefähr berechnen können.

Worin würde jetzt die Gegenleistung des Buchverlegers an den Zeitungsverleger für Herstellung eines solchen Bogens bestehen? Nun, man glaubt ihn ja dafür durch Ueberlassung

der Bücher entschädigt zu haben, bedenkt aber nicht, daß die meisten für die Redaktionsbibliothek nicht verwendbar sind, daß ein Teil den betreffenden Kritikern als Eigentum verbleibt, ja daß der Anschaffungswert der in dem betreffenden Druckbogen besprochenen Literatur in vielen Fällen nicht einmal die Herstellungskosten dieses Druckbogens erreicht.

Daß große Zeitungsredaktionen die »Spreu von dem Weizen« sondern und Bücher von hervorragendem Interesse schnell besprechen, darf als bekannt und selbstverständlich vorausgesetzt werden. Die von Herrn L. Z. als »rückwärtslose Behandlung« angeführte Tatsache, daß bei 900 versandten Rezensionsexemplaren nur von ca. 250 Zeitungen nachweislich Besprechungen erfolgt sind, sollte ihn vielmehr veranlassen, der Presse zu danken, daß sie ihm zu einer so vorteilhaften und billigen Reklame für das Buch verholfen hat. Statt dessen klagt er über den Gewinn, der ihm und dem Buchhandel dadurch entgangen ist, daß nicht alle 900 Zeitungen es sich eifrigst haben angelegen sein lassen, sofort die Reklametrommel für das Werk zu rühren! Ja, ja, Herr L. Z., es ist wirklich erschreckend, welches »Unrecht« die Presse gethan und welchen »enormen Schaden« sie dem Buchhandel durch diese Unterlassungssünde bereitet hat!

Kein Geschäftszweig erfreut sich tatsächlich einer solchen Bevorzugung, ich möchte sagen uneigennütigen Fürsorge, seitens der Presse, wie der deutsche Verlagsbuchhandel. Denn jeder andere Geschäftsmann muß für seine Bekanntmachungen in der Presse sehr viel bares Geld anlegen, er darf keine Waren im Werte von einigen Mark oder Pfennigen in Zahlung geben, wie dies der Buchhändler mit seinen Rezensionsexemplaren thut. Der Kaufmann muß sich vielmehr für sein schweres bares Geld noch mit einer weniger wirkungsvollen Anzeige im Inseratenteile begnügen. Der Verlagsbuchhandel hat demnach keine Veranlassung, mit der Presse unzufrieden zu sein, er ist ihr im Gegenteil zu außerordentlichem Danke verpflichtet und sollte sich durch die Verteilung bezahlter Annoncen erkenntlich zeigen.

Was würde wohl Herr L. Z. dazu sagen, wenn ihn ein Zeitungsverleger durch Gewährung eines Abonnements im Werte des in Frage stehenden Werkes etwa ersuchte, auf der letzten Seite des Buches eine Empfehlung der betreffenden Zeitung gratis zu bringen? Er würde solch ein merkwürdiges Ansinnen schnöde zurückweisen, wenn auch die betreffende Zeitung ebenfalls ihre Aufgabe darin sieht, nationale Bestrebungen zu fördern. »Was dem einen recht ist, ist dem andern billig« — dieser schöne Grundsatz würde zweifellos in diesem Falle für Herrn L. Z. nicht maßgebend sein.

Was nun die »dankenswerte Anregung« des Herrn Emil Strauß anbelangt, so wäre es interessant, zu wissen, welche Erfahrungen diejenigen Zeitungen, die ihr gefolgt sind, damit gemacht haben. Ich bezweifle sehr, daß dadurch Verleger, die bisher wenig oder gar nicht inseriert haben (wie das ja leider im Buchhandel die Regel ist), veranlaßt worden sind, aus ihrer Gepflogenheit herauszugehen, nur durch Versenden von Rezensionsexemplaren Reklame zu machen, und daß sie wirklich die Zeitung durch Ueberweisung bezahlter