

nicht viel von den fünfzig Millionen Dollar sehen werden, die Andrew Carnegie nach und nach für die Bibliotheken schenken wird.

Wenn übrigens eine Bibliothek eine Anschaffung vorhat, so wird die betreffende Bücherliste acht oder mehr Buchhändlern zur Submission zugesandt. Der Mindestfordernde erhält den Auftrag — oder trotzdem nicht, wie es mir auch schon passiert ist. Die verschiedenen Buchhändler haben nun tagelang damit zu thun, die Preise der betreffenden Bücher als Basis für die Mindestforderung aufzusuchen. Einer nur bekommt, naturgemäß, den Auftrag auf die billigst — beziehungsweise aus auch Versehen zu niedrig — angebotenen Bücher, und die andern Bieter haben ihre Zeit vergeblich aufgewandt. Die Zeit eines tüchtigen Buchhändlers, der mit den Katalogen umzugehen bezw. Preise aufzusuchen weiß, ist aber auch Geld, wenn auch verlorenes Geld. Darum überlegt man, ob auf diese oder jene Liste zu bieten, oder ob das zu unterlassen ist. Der nominelle Profit bei solchen Lieferungen deckt die Kosten nicht, läßt keinen wirklichen Profit, selbst wenn man sich nicht in die eigene Tasche gelogen hat.

Was noch einen Profit übrig läßt, sind die Verkäufe an das Publikum. Dazu muß man aber ein großes, wohlaffortiertes Lager führen. Und daß man das hat, muß bekannt sein. Das letztere habe ich durch beinahe vierzigjährige Ausgabe von Sortiment-Katalogen erreicht. Mein Lager ist so groß, daß die meisten Bestellungen, die an mich kommen, sogleich ausgeführt werden können. Alle deutschen und auch wohl alle amerikanischen Händler wissen das.

Unzählige Bestellungen kommen, die nur gelten, sofern das Verlangte sofort geliefert werden kann; wenn ich's nicht habe, so lasse ich in der Stadt danach suchen, um die Kunden zu befriedigen, und verzichte nötigenfalls auf Profit bei solchen Exemplaren.

Das ist selbstverständlich im Interesse der deutschen Verleger. In demselben Grade, wie ich gewisse deutsche Bücher sogleich von meinem Lager liefern kann, verhindere ich, daß der betreffende Bücherkäufer an deren Statt amerikanische Bücher kauft. Nicht selten heißt es: »Schicken Sie mir ein gutes Buch über . . . in Deutsch oder Englisch.«

Wie viele Hunderttausende oder vielmehr Millionen meiner Kataloge, groß und klein, für die ich also während meiner Selbstständigkeit im ganzen mehr als 250 000 \$ ausgegeben habe, alsbald in den Papierkorb gewandert sind — auch ich bekomme alltäglich eine Menge Kataloge, Prospekte und Cirkulare, die meistens denselben Weg gehen — so ist doch ein ganz kleiner Teil auf fruchtbaren Boden gefallen. Vom Präsidenten herab und den Spitzen der Behörden scheint es in weiten Kreisen bekannt zu sein, daß allein bei Steiger in New York gewisse Bücher zu haben sind. Darum kommen deren Bestellungen; und wenn ich etwas nicht habe, so besorge ich es. Und wie es mir also Unsummen gekostet hat, dies zu erreichen, so würde es einem andern ähnliche Kosten verursachen, um ebenso bekannt zu werden.

Wie viel Geld kostet es mich auch, antiquarische Kataloge zu importieren, und wie viel Zeit und Porto wird aufgewandt, um sie sorgfältig zu versenden. Das Resultat ist kaum entsprechend. Man hofft aber, daß hin und wieder ein Bücherliebhaber mit einer großen Bestellung für das vergebliche Versenden an zwanzig, dreißig oder gar fünfzig andre Entschädigung bietet.

Und so fährt man fort, statt entmutigt aufzuhören.

Bibliotheken, Schulbehörden, Geistliche, Aerzte, Apotheker und andre werden so sehr mit Katalogen, Prospekten, Schreibebriefen u. s. w. bombardiert, daß sie fast alles in den Papierkorb werfen. Nur ein anständig großer Katalog von einer bekannten hiesigen Firma wird ausnahmsweise beachtet. Zusendungen ausländischer Firmen haben noch

weniger praktischen Wert, weil es den Bücherkäufern nicht konveniert, größere Umstände mit Verbindungen in Europa zu haben als mit solchen in New York.

Wie waren doch vor zwanzig, dreißig, besonders aber vor vierzig Jahren, die Zeiten so viel besser für den deutschen Buchhändler in Amerika, als sie jetzt sind! Beinahe wehmütig denke ich daran; es thut mir aber auch wohl, mich daran erinnern zu können als ein Siebzigjähriger, der auf die schöne Zeit fruchtbringender Thätigkeit in seiner Jugend und in seinen Mannesjahren zurückblickt. Glücklich bin ich, daß ich an dieser Erinnerung zehren darf, mich an Verleger erinnern, die durch ihr Entgegenkommen den Buchhändler in den Stand setzten, in liberaler Weise für die Verbreitung gewisser Artikel Geld auszugeben. Sie sind nicht mehr.

Jetzt ist der Absatz allerdings auf den dritten oder gar noch geringern Teil des frühern Umfangs gesunken, aber die Mühe und Kosten des heutigen geringern Umsatzes sind nicht kleiner, und obendrein muß mit noch weniger Profit als früher verkauft werden. Auch sind die Geschäftsspesen größer geworden. Von all diesem wollen die jetzigen deutschen Verleger nichts wissen. Die »Modernen« haben Phrasen, wie: »Verkauft sich spielend aus dem Schaufenster« oder »Reihenweise im Schaufenster aufstellen« u. s. w. —, als ob das patent wäre.

Nun, Schaufenster giebt's hierzulande auch, die denen in Deutschland nichts nachgeben, und selbst deutsche Buchhändler haben solche. Aber in dem geschäftigen Amerika fehlt das Publikum, das Zeit übrig hat, um die Straßen auf und ab zu schlendern, vor den Schaufenstern der deutschen Importbuchhändler stehen zu bleiben und wohl gar neue Broschüren u. s. w. zu kaufen, die dort ausgelegt sind.

Dergleichen kommt hier sehr wenig vor, und solch zufälliger Absatz an Vorbeigehende ist wahrlich die sehr hohe Miete eines Geschäftslokals zu ebener Erde in einer belebten Straße nicht wert. In einer Seitenstraße und im oberen Stock kostet die Miete kaum den dritten oder vierten Teil, und die meisten Leute scheuen das Treppensteigen nicht. Manche denken auch, daß ein Buchhändler einige Treppen hoch weniger Kosten hat und daher billiger verkaufen kann, als ein Konkurrent, der schön zu ebener Erde einen Platz mit großem Schaufenster hat.

Wie ich schon gesagt habe, mache ich neun Zehntel meines Umsatzes vermitteltst Korrespondenz nach auswärts; die Bestellungen kommen infolge meiner Sortimentskataloge.

Daß diese ein gutes Mittel sind, Absatz zu erzielen, ist allgemein bekannt. So hat z. B. jemand eine kurze Reise nach Philadelphia gemacht und niedergeschrieben und gedruckt, was er dabei gesehen hat, ob nun seine Anschauungen korrekt sind oder nicht. Seine Firma schreibt nun:

»Wir glauben, daß diese Broschüre, wenn auch nicht so ganz aktuell, für deutsch-sprechende amerikanische Kreise Interesse haben dürfte. Der Vorrat derselben ist ganz gering, und wir würden Ihnen diesen zu einem billigen Pauschalpreise überlassen. Der Ladenpreis des Büchleins beträgt \$ 1.—. Das gesendete Exemplar notiren wir auf Ihr geschätztes Konto. . . .

Wären Sie eventuell geneigt, die Aufnahme obiger Broschüre in Ihren Katalog zu veranlassen?»

Das ist die gewöhnliche Anschauung: »Für Amerika immer noch gut genug«.

Wie soll ein hiesiger Buchhändler diejenigen Leute aufsuchen, die sich für des Herrn K. paar Seiten interessieren? Uebrigens ist das Probeexemplar nicht angekommen, und es wird nun Rechnungs-differenzen geben. Proben müssen gratis eingesandt werden.

Ich habe schon anderswo gesagt, daß Nord-Amerika kein geeignetes Absatzgebiet für Restauflagen ist. Am aller-