

Vertriebsarten dänischer Verlage.

Von Gustav Bargum in Kopenhagen.

Aus den letzten Monaten, wo der Wettlauf der Verleger, wer am ersten und am besten des Publikums Aufmerksamkeit fangen und festhalten könne, auch in Dänemark wieder begonnen hat, mögen ein paar Bilder intensiver Kopenhagener Verlagstätigkeit deutschen Kollegen vor Augen geführt werden, denen die in erster Linie zu schildernden Vertriebsmethoden vielfach neu sein dürften.

Der weitaus größte Verlag, Gyldendalske Boghandel Nordisk Forlag, vermag darin am meisten zu leisten (er hat übrigens in diesem Jahre eine eigene Sortimentsabteilung, verbunden mit seiner Lehrmittelhandlung, gegründet). Den Buchhandel setzt der Gyldendalske Verlag schon seit langem nur durch direkt unter Kreuzband versandte Rundschreiben, »Meddelelser« fra G. B. N. F. (wie man, auch dem Publikum bereits allgemein verständlich, den weitschweifigen Firmennamen abzukürzen pflegt), von seinen Novitäten kurz vor Erscheinen in Kenntnis. Dem Publikum dagegen werden jeden Donnerstag, in der regen Geschäftszeit auch Sonntags und häufiger, große Anzeigen mit Abdruck ganzer Bücherbesprechungen in allen Hauptzeitungen Kopenhagens und Christianias geboten. Zurzeit gilt die energische Propaganda hauptsächlich der großen neuen Kulturgeschichte »Verdens-Kulturen«, die, auf 8 Bände berechnet, à 19 bis 20 Hefte von je 2 Bogen gr. 8^o. zu 60 Öre, soeben zu erscheinen beginnt, herausgegeben von dem dänischen Historiker Dr. phil. Tage Friis, geschrieben von ersten Gelehrten aller dreier nordischen Reiche (etwa 40 Mitarbeitern), mit mehreren tausend Text- und Tafelbildern. Schon lange arbeitet der Verlag mit Plakaten in farbiger Lithographie, die nicht nur in Buchhändlerläden, sondern auch auf Straßen und Plätzen der Hauptstadt an eignen Tafeln angeschlagen werden. Am Tage vor dem Erscheinen der gleichzeitig ausgegebenen zwei ersten Hefte prangte in den Sortimenten, die ganze Fensterbreite deckend, ein farbiger Fries, den Triumphzug der Kulturträger der Menschheit, vom Altertum bis zur Neuzeit, darstellend (gezeichnet von Rasmus Christiansen), mit der Druckunterschrift, morgen erscheine das Werk; und dann außer den Schaukästen voller Bilder- und Textproben mächtige Farbenplakate nach authentischen kulturgeschichtlichen Bildern, die eine kleinere Schaufensterscheibe schon fast allein füllten, und zwar ein anderes in jedem Laden. Ein Titelplakat schließlich gibt die vergrößerte Reproduktion des Umschlagbildes, ein treffendes Symbol der Kulturarbeit: es zeigt, wie ein Maurergeselle mit seiner Hufe voller schwerer Ziegelsteine langsam die Leiter empor klimmt zu einem gewaltigen öffentlichen Gebäude, an dessen Errichtung er mitwirkt.

Neben ganzseitigen Anzeigen in den großen Tagesblättern, natürlich mit entsprechenden redaktionellen Hinweisen (die bei allen Bücherneuheiten in der Form: »Heute erscheint...« oder »Nächste Woche versendet der... Verlag« hier auch sonst alltäglich in jeder Zeitung zu finden sind), stand in der literarisch angesehenen Zeitung »Politiken« am Erscheinungstag sogar ein Feuilleton von Professor Harald Höfding, philosophische Betrachtungen über die Bedeutung eines solchen tiefgreifenden und weit ausblickenden Werks für die Forschung wie für den Lebensinhalt des einzelnen enthaltend und das Zusammenarbeiten skandinavischer Historiker an einem Ganzen freudig begrüßend. Daß reich illustrierte Prospekte zu Tausenden durch Buchhandel und als Zeitungsbeilage verbreitet wurden, bedarf kaum der Erwähnung, wohl aber, daß ein ganzes Haus zu einem Reklameanschlag benutzt war: ein im Außern fertiger Neubau in der Hauptgeschäftsstraße war unter geschickter Ver-

wendung von Tür- und Fensterfüllungen und der Stodwertgliederung als Rahmen mit einer Riesenanzeige nebst Probebildern auf Leinwand bedeckt.

Noch zwei andre, aber altbekannte Unternehmungen gaben dem gleichen Verlag zu guten Plakatanzeigen Veranlassung: die mit 1. Oktober in ihren neunten bzw. siebenten Jahrgang eintretenden Subskriptionswerke »Frem« und »Gyldendals Bibliothek for Hjemmet«. Beide liefern für 10—12 Öre wöchentlich in einem Jahrgang bogenweise (wie in Deutschland neuerdings »Aus fremden Zungen«), ersteres 3 populärwissenschaftliche Originalarbeiten, (samt einer belletristischen), letztere 9 ausschließlich belletristische der neuern dänischen Klassikerliteratur angehörende abgeschlossene Werke nebst einer dänischen Literaturgeschichte in Fortsetzungen. Die letzte Nummer des Jahrgangs bringt immer schon den Beginn der Bestandteile des neuen. Im neuen Jahrgang vom »Frem« wird ein Buch »Handwerk zu Hause« erscheinen, und hierauf nimmt das Plakat Bezug und zeigt eine Familie um die Lampe versammelt beim Stuhlbeinreparieren, Versohlen, Bucheinbinden, Zuschneiden nach Schnittmustern und die Jüngsten beim Annalen ihres Schaukelpferdes. Auf einem zweiten Plakat sieht man die Titel der neuen Werke auf dem tiefblauen Firmament als weißes Nordlicht von einer rotgelben Zentrasonne »Frem« nach allen Seiten ausstrahlen. — »Gyldendals Bibliothek« will im neuen Jahr zum ersten Mal auch schwedische Literatur (zunächst 3 Romane B. Rydbergs) in Übersetzung bringen, und darum ist als Plakatbild zur Subskriptionseinladung diesmal Königin Margarete auf der Kalmar-Unionversammlung gewählt. Ein Verlagsprospekt berechnet, daß diese 10 Werke, deren bisheriger Ladenpreis etwa 44 Kr betrug, selbst in einer billigen Volksausgabe noch 22 Kr kosten müßten, während sie so für 6 Kr geliefert werden, 4 ganze Bogen gr. 8^o. die Woche. Außerdem steht den Abonnenten jede Weihnachten ein als Festgeschenk ausgestattetes klassisches Werk zum Vorzugspreis von 1 Kr zur Verfügung (im Vorjahre Holger Drachmanns »Es war einmal«, dies Jahr Henrik Ibsens »Terje Vigen« mit Illustrationen von Chr. Krohg, Buchschmuck und Umschlag von Th. Holmboe). Die Auflage dieser Wochenschrift beträgt zur Zeit etwa 35000, während »Frem« ums Jahr 1900 (nach den Angaben J. L. Lybeders in »Danmarks Kultur ved Aar 1900«) in Dänemark und Norwegen allein 85000, in der schwedischen Ausgabe 81000 Abonnenten hatte. Auf die früheren Jahrgänge vom »Frem« eröffnet der Verlag jetzt eine »Bliks-Subskription«, wie er es nennt, die jene, in 5 Gruppen zusammengestellt, gegen halbmonatliche Zahlungen ganz oder teilweise abgibt, zusammen schon 56 Bände nordischer Dichter

Ein altes, beliebtes Mittel, um unter älteren Artikeln und Restvorräten aufzuräumen, bildet sonst in Dänemark die Ausgabe von Preisherabsetzungs-Katalogen. Sie bringt dem betreffenden Verlag in den ersten Wochen jedesmal eine sehr bedeutende Mehrarbeit in der Auslieferung, den Antiquaren einen gehörigen Schrecken, da sie nun ja noch unterbieten müssen. So ließen 1904 u. a. die Verlage B. Pio's Boghandel, Andr. Fred. Høst & Søn und G. E. C. Gad auf eine große Anzahl ihrer Bücher Preisermäßigungen eintreten; diesen Herbst folgen der altangesehene Schubothesche und der kürzlich in andern Besitz übergegangene Schönbergische Verlag. Doch gelten die Preise, auf welche das Sortiment in der Regel noch 25%, zuweilen auch höheren Rabatt und 7/6 erhält, und zwar fest in Jahresrechnung, immer nur für einen gewissen Zeitraum, 1—2 Jahre. Die Preisherabsetzung Schubothes umfaßt sowohl ältere dänische Dichter, wie Jens Baggesen, als auch neuere und moderne, wie das gesamte Repertoire des Königl. Theaters, S. Pon-