

geben für angebracht hält, ganz ungeheuer erscheint — kann oft noch eingeschränkt werden, ehe sie verhängnisvoll wird.

Das Unangenehme hierbei ist, daß durch Zeitungs-Inserate nicht die Aufmerksamkeit jedes Interessenten auf wissenschaftliche Bücher oder Werke von hohem Ausstattungswert gelenkt werden kann. Für die erstern würde die Ausgabe bei dem notwendigerweise beschränkten Verkauf zu groß sein, wobei auch in Betracht kommt, daß viele Männer der Wissenschaft keine fleißigen oder gläubigen Zeitungsleser sind, und was die letztern Werke anbetrifft, so muß man sie sehen, um sie voll zu würdigen. Im allgemeinen kann behauptet werden, daß — mit Ausnahme der Buchhändler in Universitätsstädten — das englische Sortiment sich nicht dem Absatz wissenschaftlicher Literatur widmet. Infolge dieser Tatsache sind viele Zweige des wissenschaftlichen Verlags so unrentabel geworden, daß sie ganz den wissenschaftlichen Vereinen überlassen werden, während sie in Deutschland einen Teil des regelrechten, nutzbringenden Geschäfts der Verleger und Sortimenter bilden.

Aber sogar was den Absatz von Literatur für das Volk betrifft, müssen wir zu andern Verbreitungsmethoden unsere Zuflucht nehmen, als die Sortimenter sie bieten, und hierin hat Amerika den Weg gezeigt, dem wir Engländer folgen. Die ersten im neuen Lande unternommenen Schritte, um Bücher aller Art zu verbreiten, verursachten ein Kopfschütteln unsrer ehrwürdigen konservativen Kollegen, denn sie standen im Gegensatz zu allem Brauch und aller Überlieferung der Vergangenheit. Jedoch »das Alte stürzt«, und neue Methoden jeder Art drängen sich auf. Bei uns in England stehen diese neuen Methoden noch im Anfangsstadium. Deshalb wird es wohl besser sein, ich beschränke mich auf die Beschreibung der zwei oder drei Methoden, die mit außerordentlichem Erfolg in Amerika angewandt wurden und die bei uns noch im Versuchsstadium sind.

In erster Linie steht das System der Bücherreisenden. Es kommt der viel gerühmten »Kolportage« sehr nahe, mit dem Unterschied, daß hier gebildete Leute, z. B. begabte Frauen, diesem Beruf ihr Leben und ihre Tatkraft widmen und bemerkenswerte Erfolge erzielen, besonders bei kostspieligen Büchern und wenn Fachwerke über Medizin, Architektur, Rechtswissenschaft usw. für bestimmte Kreise in Betracht kommen. Gewöhnlich werden diese Bücher nach dem Abzahlungssystem, d. h. zu einer festgesetzten, monatlich abzuzahlenden Summe verkauft, und dieses Geschäft hat eine solche Bedeutung erlangt, daß mehr als eine amerikanische Verlagsfirma alle ihre Mittel und sogar mehr anlegen mußte, um den Reisenden nur die Provision auf die empfangenen Aufträge auszahlen zu können. Bedeutende Vermögen sind in Amerika durch diese Geschäftsmethode erworben worden, und allein der Verkauf von Klassiker-Sammlungen ist einer der einträglichsten Zweige in einem Land, wo jedermann danach trachtet, sich weiterzubilden, und Unterricht und Bildung für die Jugend sucht.

Ein andres System, das in Amerika ebenfalls beträchtliche Erfolge erzielt hat, ist das sogenannte »Postversandgeschäft«. Es wird mittels Zirkulars direkt vom Verleger oder durch Zwischenhändler gemacht. Der Verleger versendet ein Zirkular und empfiehlt eins seiner Werke. Er verschickt es nach allen Richtungen an bestimmte Volksgruppen, z. B. an tausend Bibliothekare, tausend Architekten, tausend Leute in einer gewissen Straße, tausend Landleute u., und er bietet sich, ein solches Werk zur Ansicht zu schicken, wobei er die Transportkosten hin und zurück trägt. Bekommt der Verleger innerhalb 14 Tagen keine Antwort, so fragt er an, ob das Zirkular angekommen sei, und lenkt die Aufmerksamkeit seines »Opfers« auf diese günstige Gelegenheit, ein berühmtes Werk ohne Kosten und Mühe zu sehen. Wenn wieder keine

Antwort kommt, so läßt er zwei, drei, ja auch vier Briefe folgen, beginnt mit einer Art Entschuldigung, daß er sich wieder an den Adressaten wende, und besleißigt sich eines ausgesucht freundlichen Stils. Auf jeden dieser Briefe wird er eine Anzahl Anfragen und Gesuche empfangen, und von deren Prozentsatz hängt es wesentlich ab, ob sich die Sache mit einer bestimmten Gruppe Personen und mit dem ganzen System bezahlt macht. Natürlich führt er eine Liste aller Personen, die das Zirkular bekommen haben, und notiert darauf jeden folgenden Brief, ebenso das Endergebnis des ganzen Angriffs. Die erfolgreichen Namen werden herausgezogen, getrennt geführt, und bilden den Stamm, die Seele des Geschäfts. Der Ansichtsendung wird vom Verleger oder seinem Versand-Agenten ein weiterer Brief beigelegt und dieser Brief wird so abgefaßt, daß der Kunde es schwierig findet, einen Grund für die Rücksendung anzugeben. Von den infolge von Anfragen zur Ansicht ausgeschiedenen Büchern kommt nur ein sehr kleiner Prozentsatz zurück; denn die Erfahrung hat gelehrt, daß, sobald man einmal ein Ding in seiner Wohnung hat, man sich keine große Mühe gibt, es wieder los zu werden, wenn es nur annähernd der gemachten Beschreibung entspricht. Natürlich hängt sehr viel von der geschickten Abfassung des Prospekts ab, und noch mehr von dem Takt und der überzeugenden Sprache der dem ersten Zirkular folgenden Korrespondenz. Die Frage schlechter Schuldner ist von sehr geringer Bedeutung. Sie belaufen sich in Amerika auf nicht mehr als 5% und betragen nicht mehr als 3% in England, wo das System versucht worden ist.

Die dritte Methode, Bücher zu verkaufen, besteht in ungeheuren Zeitungsinserten, die jedesmal einen besondern Artikel betreffen, wie es z. B. die Londoner Times seit einiger Zeit mit außergewöhnlichem Erfolg macht, so groß, daß wenigstens drei oder vier große Vermögen das unmittelbare Ergebnis sind. Bei dieser Methode wird das Risiko des Unternehmens gewöhnlich zwischen dem Verleger und der Zeitung oder dem mit Ausbeutung des fraglichen Verlages betrauten Konsortium geteilt; der Verleger stellt das Buch her, die Zeitung oder das Syndikat besorgt die Inserate, Zirkulare, Korrespondenzen u., während der Ertrag nach Verhältnis geteilt wird, was der allgemeinen Feststellung Ausdruck gibt, daß es schwieriger ist, Bücher zu verkaufen, als zu verlegen.

Bei allen diesen Methoden sieht man das Ziel, ein Mittel zu finden, die allgemeine deutsche Art, das Buch im Lande zu verbreiten, durch eine andre zu ersetzen, die einem sehr verschiedenen Felde angepaßt ist. In Amerika würde z. B. die Verbreitung der Bücher in Kommission auf so ungeheure Entfernungen ganz unausführbar sein; in England könnte sie sicher nur im eignen Land auf diese Weise erfolgen, nicht aber in den Kolonien, die doch ein so bedeutender Büchermarkt sind.

Viele werden vielleicht einwenden, daß marktstreuerische Zeitungsinserte der Literatur unwürdig sind; aber wir leben in einem Zeitalter der Selbstwürdigung und Reklame. Natürlich muß letztere ein Buch herabwürdigen, wenn sie unwahre und schwindelhafte Behauptungen aufstellt, wie es leider in manchen Fällen nachzuweisen war; andererseits aber kann sie die wirklichen Verdienste eines empfehlenswerten Buches dem großen Publikum besser vor Augen führen.

Für mich erwächst nun die Frage, ob diese Anstrengungen, das außerhalb des Buchhandels stehende Publikum heranzuziehen, dem Verlagsgeschäft und der Literatur nützlich sind. Unser englisches Sortimentsgeschäft hat sich lange in einem untätigen, vernachlässigten Zustande befunden, obwohl wir einen Nettoverkaufspreis festgesetzt haben, der das Sortiment gegen jeden unlauteren Wettbewerb und gegen jedes Unterbieten schützt; von einer Rabattbewilligung auf ein net-Buch hat man seit