

In dieser prekären Lage erscheint denn der uns so nahe-
stehende Verlag wiederum als rettender Engel. Mit Pro-
zenten in allen Höhenstufen und Bruchteilen, mit Vorzugs-
offerten und feinen Begleitessays sucht er dem armen Sorti-
ment über alle Leiden dieser Zeitlichkeit hinwegzuhelfen,
und — ist's Traum oder Wirklichkeit — manchmal beschleicht
uns in der Tat das angenehme Gefühl, als sei angesichts
der vielen abgesetzten »Tausendauflagen« das goldne Zeit-
alter des Buchhandels wenigstens in Sicht! Dennoch will
die liebe Seele des Sortimentes nicht recht zur Ruhe kommen;
namentlich von der Ostseite des Reichs her wird auf ein
Sonderrezept, die Erhöhung des Minimalrabatts, gedrungen.
Es ist ja richtig: der erhöhte Rabatt kann uns nur da nützen,
wo wir ihn am nötigsten brauchen; denn im Durchschnitt
wird leider nur noch das absolut Notwendige gekauft. Eine
Prämie allein auf den Novitätenvertrieb hieße die übrige
Arbeit zu gering einschätzen, die doch auch bezahlt werden
muß. Immerhin liegt der Schluß nahe: Reicht das
Entgegenkommen des Verlags über 20—25 Prozent nicht
aus, das Sortiment sicherzustellen, so kann die Hilfe
auch nicht allein in den Prozenten gesucht und gefunden
werden. Dann geht die Macht der Dinge ihren eignen
Weg, und es fragt sich nur, ob wir sie gebührend in
Rechnung ziehen.

Der deutsche Buchhandel erfreut sich einer beneidens-
werten Organisation, und alle Ehre den Männern, die sie
immer mehr zu festigen suchen. Aber innerhalb derselben
leidet er bekanntlich an seinem eignen Schwergewicht, an
dem fatalen Mißverhältnis zwischen Produktion und Absatz.
Ist es einfach unmöglich, daß das Kaufen mit dem Tempo
der Produktion gleichen Schritt halten kann, ist es ebenso un-
möglich, die Fülle des Gebotenen auch nur im kleinern Teile
aufzunehmen und zu verarbeiten, so ist es geradezu wunder-
bar, daß sich der Buchhandel an seiner eignen Sphinx noch
nicht verblutet hat. Hier liegt der Urgrund des Übels, über
den wir uns nicht hinwegtäuschen wollen, wenn es darauf
ankommt, die notwendigen Folgen gerecht zu beurteilen.

Es ist eine eigne Sache um den Kauftrieb, auf den
schließlich alles ankommt und der doch nach der ideellen
Seite hin zu schwach ist. Obgleich er mit allen erdenklichen
Mitteln angeregt wird, so hat er doch immer wieder seine
bestimmte Grenze an Zeit, Geld und Kraft derer, auf die
wir nun einmal angewiesen sind, ja mehr noch an der
innern Schranke — der Psyche des Menschen. Nichts ist
bekanntlich auf die Dauer schwerer zu ertragen — von
Goethes glücklichen Tagen ganz zu schweigen — als die
Überfülle des geistigen Stoffs. Man braucht kein Philosoph
zu sein, um zu erkennen, daß wir mehr oder weniger dem
»Naturgesetz der Geisteswelt« unterliegen, das jeden an das
Maß seiner Kraft bindet und jedem Hochdruck das
entsprechende Minimum folgen läßt. Es ist schwer,
diesen Rader von Geist in die kaufmännische Kalkula-
tion hinein zu zwingen, und gerade der Buchhandel
scheint sich manchmal gewaltig an ihm zu verrechnen.
Oder sollte der Erfolg aller unsrer Anstrengungen wirklich
im lohnenden Verhältnis stehen zu den unglaublichen Opfern,
die für die Mobilisierung des Büchermarkts gebracht werden?
Was bedeuten die wenigen hervorragenden Glücksfälle
gegen die Masse der verunglückten Spekulationen, deren Vor-
räte gen Himmel schreien?! Und es ist wahrlich nicht immer
das Schlechteste, was dem ewigen Schlaf verfällt. Wie so
manche Lieblingskinder, auf die man die größte Hoffnung
gesetzt, findet man auf verlorenen Wegen wieder! Wie kann
es auch anders sein, wenn wir sehen, daß die Tages- und
Wochenpresse durch unzählige Kanäle die schöne Morgenkraft
der Volksseele vorwegnimmt und für die Vertiefung in
unsre getreuen Bücherstücke wenig Zeit und Lust übrig

läßt! Immer geringer wird die Zahl der großen
Geschäfte, die das Risiko auf die eigne Schulter
nehmen, immer mehr wird versucht, hinterm Rücken
des Sortimentes zu operieren, und immer schwerer wirds dem
Sortiment, sich gegen den Ansturm auf die wirklichen Bücher-
käufer zu behaupten. Wer sähe nicht mit Schmerz, wie es
auch im Buchhandel nur noch dem Großkapital gelingt, auf
Kosten der Schwächeren emporzukommen, und wie nun
diese Schwächeren im unfruchtbaren Wettbewerb sich die
Existenz streitig machen!

Aus dieser kritischen Gesamtlage ergibt sich von selbst
die Spannung zwischen Verlag und Sortiment. Beide Teile
stehen sich vielfach unbefriedigt gegenüber, weil sie zu viel
von einander erwarten. Seien wir gerecht! Mit den
Leiden des Sortimentes gehen parallel die Leiden des Ver-
lags. Er hat an seiner eignen Konkurrenz und seinem
Risiko mehr zu tragen und zu verlieren, als jenes. Immer-
hin ist er noch der stärkere Teil, und wenn er als solcher
die Zügel der Produktion nicht festzuhalten vermag, wie soll
es dem Schwächeren möglich sein, für die vielen Mittelmäßig-
keiten, die auf den Büchermarkt geworfen werden, Inter-
essenten zu finden! Die Spekulation bewegt sich leider viel-
fach zu sehr in der Luftlinie und übersieht den harten
Boden der Wirklichkeit. Die ernstlichen Bücherfreunde sind
kritischer, als man beim Projektieren voraussetzt, haben
durchaus ihren Kopf für sich und lassen sich keineswegs vom
Sortimenter in dem Grade beeinflussen, wie es uns oft
genug vom Verleger zugemutet wird. Der selige Grunow
sagte einmal in idealem Aufschwung in den Grenzboten: Der
Deutsche kauft gern und willig Bücher. Wer je hinterm
Ladentisch gestanden und noch steht, weiß ein andres Lied
zu singen von des Deutschen Kauflust und Kaufkraft, wie
es Felix Dahn in dem bekannten Vers zum schlagenden
Ausdruck gebracht hat. Was braucht denn auch der bildungs-
hungrige Mensch heutzutage noch Bücher zu kaufen, wo man
von allen Seiten einschließlich des Buchhandels eifrig be-
strebt ist, ihm den Weg zum Nichtkaufen zu ebnen! Die
Bibliotheken und Beseselegenheiten schießen wie Pilze aus
der Erde, und so erfreulich deren Frequenz an und für sich
ist, so befördern sie doch nicht gerade die Kauflust. Es wäre
unnütz, gegen den Kulturfortschritt zu eifern, wie er sich im
Leihwesen ausprägt, zumal die Bibliotheken das Rückgrat
des Buchhandels bilden. Aber wie soll aus diesem Zwie-
spalt der Bewegung der klingende Gewinn herauspringen?
Muß der Käuferkreis nicht immer kleiner werden, je mehr
es allen denen, die noch kaufen könnten und sollten, leicht
gemacht wird, sich vom eignen Besitz zu drücken? Und es
ist eine große Schar aus allen Kreisen des Volks, die sich
diese schöne Gelegenheit zu nütze macht.

Der Berg der Überproduktion kann sonach nur eine
Maus gebären, und die Fülle von Wagemut, Intelligenz
und Tatkraft, die der Buchhandel an seine Existenz setzt,
kann mit wenigen Ausnahmen nur in beschränktem Maß ihren
Lohn finden. Die Verkennung der beiderseitigen Schwierig-
keiten hieße die kritische Lage noch verschärfen.

Darum sollten Verlag und Sortiment nicht allein vom
Standpunkt des Gewinns weiter operieren, sondern das
Ausgabe- und Spesentkonto einer gründlichen Revision unter-
ziehen. Denn hier sind beide Teile entschieden zu hoch be-
lastet. Was z. B. der Verlag an seinen Vertriebsmitteln zu-
setzt, geht nachgerade ins Uferlose, und es ist doch Tatsache,
daß sie fürs Publikum mehr eine Last als eine Lust sind.
Die große Kellame mag momentan Erfolge bringen; aber
sie erzieht uns keine Kunden, und Selbsthilfe um jeden
Preis dient nicht dem Ganzen. Vereinfachung und Konzen-
trierung müßten angestrebt werden, wenn nicht Papier-
händler, Drucker und Zeitungen den alleinigen Nutzen davon