

sie fälschlich versteht hat, kaufen sie Bücher von oft sehr fragwürdigem Werte. Das ist ein eigentümliches Geschäftsgebaren und einer großen Zeitung nicht würdig! Sonderbar ist es, daß das Tageblatt in den seitenlangen Inseraten diese Wendung fortläßt, sie aber in den kleineren, die zwischendurch erscheinen, gebraucht. Glaubt es etwa, daß kleinere Inserate der Aufmerksamkeit der Buchhändler entgegen, daß diese von dem Studium der großen Inserate schon genug haben, während die kleinen beim Publikum ihren Zweck erfüllen?

Auch der »Hannoversche Anzeiger« sucht seine Abonnenten in den irrigen Glauben zu versetzen, sie erfreuten sich der ganz besonderen Guld des Verlegers. In Riesenbuchstaben setzt er über sein Inserat: »Weihnachtsbücher für unsere Abonnenten.« Wozu diese absichtliche Irreführung? Weder das Tageblatt noch der Anzeiger denken daran, Nichtabonnenten die Lieferung der »Weihnachtsbücher« zu verweigern! Im Gegenteil! Die Zeitungsverleger wünschen sehnlichst, daß möglichst viele die Bücher kaufen, damit sie desto mehr verdienen, und um das zu erreichen, wird dem Unwissenden vorgespiegelt, es handle sich um ein Sonderangebot für Abonnenten.

Das verfehlt nie seine Wirkung, und die muß das Inserat haben, weil die Zeitungsverleger heute gezwungen sind, große Quantitäten des Buches fest zu kaufen, um der Verlagsdruckerei die Bedingung aufzuerlegen, nur ihnen das betreffende Werk zu liefern. Dadurch soll das unangenehme, das Geschäft störende Vorkommnis verhindert werden, daß mit geringem Nutzen arbeitende Sortimentbuchhändler die als ungeheuer billig angepriesenen Prämien mit 2 M 50 J statt der vom Zeitungsverlag geforderten 3 M verkaufen könnten und früher tatsächlich verkauften.

Die Zeitungen beginnen also ihren Beutezug in den Geschäftsbereich der Buchhändler damit, daß sie der Verlagsdruckerei unter dem Druck ihrer, durch den Zusammenschluß verschiedener Zeitungen ermöglichten Aufträge, die freie Verfügung über ihre Werke nehmen. Danach kann man schon beurteilen, was es mit der angeblichen gemeinnützigen Absicht der Zeitungen auf sich hat. Ein Geschäft soll gemacht werden, und dabei wird die Macht, welche ihnen der Zusammenschluß zu einzelnen Konzernen verleiht, rücksichtslos ausgebeutet. Ebenso rücksichtslos wird dem Buchhandel das Weihnachtsgeschäft verdorben. Das ist aber nicht nur für den Buchhandel, sondern für die geistige Entwicklung des ganzen deutschen Volkes eine schwere Gefahr. Bei der Abneigung des Normaldeutschen, sich Bücher zu kaufen, ist der deutsche Verleger und Sortimentler nicht auf Rosen gebettet. Trotzdem hat er es verstanden, für die Verbreitung der Werke unserer Gelehrten, Schriftsteller und Dichter Hervorragendes zu leisten, so daß wir auf den deutschen Buchhandel stolz sein können. Wie manches Genie, wie manches Talent hätte ohne die wirksame Verbreitung seiner Schriften durch den Buchhandel elendiglich verkümmern müssen! Diese Erfüllung seiner Aufgabe hat dem Buchhandel oft schwere Opfer auferlegt, und nur die Tatsache, daß zu Weihnachten auch solche Leute Bücher kaufen, denen das im übrigen Teile des Jahres als ein Verbrechen vorkommen würde, vermag einen Ausgleich zu schaffen und die Leistungsfähigkeit zu erhalten.

Nun sind seit einigen Jahren die Zeitungsverleger auf die für ihre Taschen sehr vorteilhafte Idee gekommen, sich selbst den Abonnenten gegenüber als Weihnachtsengel auszugeben, dabei aber in Wahrheit dem Buchhandel diese Weihnachtsgeschäfte, die naturgemäß in der Wahl ihrer Einkäufe sich leicht lenken läßt, abwendig zu machen. Der Gedanke ist einfach, die Ausführung mittels der Riesenreklame, die in den eigenen Zeitungen ja fast nichts kostet, sehr leicht und das Risiko verschwindend gering. Der Erfolg hat dann

den Zeitungsverlegern auch gezeigt, wie richtig sie die Seele des Volkes beurteilt hatten, und schmunzelnd steckten sie den schönen Extraverdienst ein, den sie dem Buchhandel entzogen hatten.

Geht das so weiter, so kann mancher Sortimentler sein Geschäft nur aufgeben. Wir treiben der Zentralisierung auch auf buchhändlerischem Gebiete zu. Die Herren Warenhausbesitzer und Besitzer der sogenannten Anzeigerpresse, die heute schon durch ihr gemeinsames — so ist die Sache weit billiger — Berliner Bureau in Schlesien, Westpreußen, Sachsen, Hannover, Hessen, Rheinland, Württemberg, Bayern usw. die »öffentliche Meinung« verzapfen lassen, werden dann auch die Lektüre des deutschen Volks bestimmen!

Billiger Preis, billige Herstellung, etwas sensationelle Aufmachung sind entscheidend, ob ein Werk in die Liste der Weihnachtsbücher aufgenommen wird, und nur die darin aufgenommenen Bücher haben Aussicht auf größeren Absatz. Der Verleger wird es sich zehnmal überlegen, ob er ein Werk, speziell das eines Anfängers, verlegen soll, der Sortimentler wird sich nach jeder Richtung einschränken müssen und die Kraft und Freude, an der geistigen Fortentwicklung unseres Volkes mitzuarbeiten, verlieren. Dann gibt es nur noch Massenfäbrilation einiger weniger Bücher, und über die Verbreitung entscheiden Warenhaus und Zeitungsbesitzer, die alles andere eher sind, als Fachmänner in literarischen Fragen.

Das sind keine leeren Phantasten und grundlosen Befürchtungen, sondern wir befinden uns schon mitten in dieser Entwicklung. Davon kann man sich leicht überzeugen, wenn man sich den großen Absatz der oft sehr minderwertigen Werke, die von den Zeitungen vertrieben werden, vergegenwärtigt. Allerdings müssen heute noch allerlei Mittel angewandt werden, um das Publikum anzulocken. (Folgen einige Beispiele minderwertiger Zeitungs- »Weihnachtsbücher«.)

So stellt das Ganze ein vorzügliches Geschäft dar.

Der »Anzeiger« hat unrecht, wenn er sagt: »Sowohl inhaltlich wie in der Gesamtausgabe stellen unsere Weihnachtsbücher hervorragend gelungene Werke dar.« Er läßt sich auch nicht »in erster Linie von der Absicht leiten, jedem etwas Passendes und Nützliches zu bringen und zugleich ganz bedeutende Bezugsvorteile zu schaffen«, sondern von der Absicht, ein gutes Geschäft zu machen, dem Buchhandel zwar die mühevoll, kostspielige Arbeit des Kleinverkaufs während des ganzen übrigen Jahres freundlichst zu überlassen, ihm aber die goldene Ernte vor Weihnachten abzunehmen.

Was heute dem Buchhandel geschieht, kann morgen jedem andern Zweige des Handels drohen. Es kann irgend einem mißgünstigen Geschäftsmann einfallen, die Zugartikel seines Nachbarn als »Prämie« für seine Kunden billig zu verkaufen. Er überläßt dem Nachbar nach dem Beispiele der Zeitungsverleger die ungezählten Kleinigkeiten der betreffenden Branche, auf denen ein großer Teil der Spesen ruht, die aber im Interesse der Allgemeinheit geführt werden müssen, nimmt einige der besten Artikel und bietet sie mit schreiender Reklame als »Prämie« an.

Das würde ja zu einer allgemeinen Verwirrung führen und nicht nur der betreffenden Branche, sondern dem ganzen Wirtschaftsleben schweren Schaden zufügen.

Es ist deshalb Pflicht jedes Kaufmanns, hier Standesbewußtsein zu zeigen, sich solidarisch mit dem bedrohten Buchhandel zu erklären. Die Zeiten, in denen der Kaufmann in jedem anderen Kaufmann den Konkurrenten sah, sind glücklich vorbei, ob auch das Ge-