

Nichtamtlicher Teil.

Musik und Musikalienhandel.

I.

»Der Musikalienhandel singt das alte Klagegedicht«, heißt es in dem Geschäftsbericht des Vereins der Buchhändler zu Leipzig für das Jahr 1910 (Börsenblatt Nr. 54 vom 6. März 1911), und selten ist wohl ein Stoßseufzer so berechtigt gewesen wie dieser.

Auch der Druckfehlerteufel hat dazu einen recht guten Witz geliefert. In Nr. 124 der V. N. N. vom 5. Mai wird der Jahresbericht des Börsenvereins im Auszug wiedergegeben; bei der »Überproduktion« wird gesagt: »Seit Jahren schwillt die Masse der Moritäten — «! Wie treffend ist diese Bezeichnung für die — Masse der Novitäten! Tot oder dem Tode geweiht, ehe sie das Licht der Welt erblickten.

Welche Berechtigung haben wir zu diesem Klagegedicht? Was verlangt das Publikum, und was hat der Musikalienhändler zu verkaufen?

Der Geschmack des Publikums hat sich vollkommen geändert; die Komponisten und nicht zuletzt die Verleger haben dieser Geschmacksrichtung schleunigst Rechnung getragen und überschwemmen den Markt mit leichtester und leichtester Musik. »Schlager« ist das Wort, das zurzeit die Musikkultur beherrscht, ob Operette, ob Kabarett, ob Marsch, ob Walzerlied, ob Salonstück — alles schreibt, komponiert, druckt und preist an: Schlager!

Aber in der gleichen Hast, mit der diese Schlager produziert und herausgebracht werden, verschwinden sie wieder wie Eintagsfliegen, und es wäre leicht, eine dreistellige Zahl aus den Erscheinungen der letzten drei Jahre zusammenzustellen, die wohl »eingeschlagen« haben, aber im zweiten Jahr schon verblaßten und im dritten nicht einmal mehr »in der Provinz« verlangt oder gar verkauft werden.

Für den Sortimenter sind ja diese Schlager »tägliches Brot«; ihr Verkauf erfordert keine Anstrengung, höchstens bleibt einmal ein Posten des einen oder anderen liegen, wenn er zu früh — ehe er zum Gassenhauer wurde, oder zu spät — als er sein junges Leben schon ausgehaucht hatte, in größerer Anzahl bestellt wurde. Dafür fehlt aber im Sortiment der Verkauf des ehemals so beliebten »Salonstücks«. Behr, Richter, Spindler und ihre Nachfolger Eilenberg, Heins, Simon sind vom Ladentisch und aus dem Schaufenster verschwunden; über sie braucht keine vom musikpädagogischen Kongreß eingesetzte Kommission zu urteilen, ob sie zur musikalischen Schundliteratur gehören oder nicht. Ihre Werke sind schlafen gegangen, und eine Schutzfrist von 30 Jahren nach dem Tode des Verfassers ist dafür schon viel zu lange. Ihnen wird auch eine 20 oder gar 10 Pfennig-Ausgabe nicht wieder zu neuem Leben verhelfen. Aber sie haben mehr als eine Generation erfreut und überdauert, so daß es daher auch möglich war, durch Verleihen eine gute Verzinsung des darin angelegten Kapitals zu erzielen. — Aber nicht nur diese leichtere Salonmusik ist verschwunden, auch die besseren Komponisten dieser Zeit, wie Gade, Heller, Hofmann, Raff, Rubinstein, Volkmann, u. a. sind durch die Flut der Schlager hinweggeschwemmt. Wenige ernsthafte Klavierspieler erinnern sich ihrer hier und da noch, und wo es geschieht, stoßen sich Lehrer und Schüler an den hohen Preis und sagen — ob mit Unrecht? —: ehe ich für ein Heller-Album 6 oder gar 8 \mathcal{M} bezahle, kaufe ich doch lieber Brahms!

Hierbei macht sich die Konkurrenz der billigen Albums bemerkbar. Ebenso wie durch ihr massenhaftes Auftreten die Leihinstitute geschädigt wurden, so ist auch durch sie der

Geschmack des Publikums verwässert worden. »Von jedem etwas« — aber nichts Ganzes und nichts Halbes bietet solch ein Album; immer findet man als Füllmaterial mehr oder weniger klassische Kompositionen, ganz abgesehen von der Überfüllung des Publikums durch derartige umfangreiche Bände. Wie viele gutsituierte Familien besitzen z. B. die ersten Bände von »Sang und Klang«, wie verhältnismäßig wenige — alle 5 Bände! Die bedeutendsten Verlagshäuser setzen alle Hebel in Bewegung, um die Verlängerung der Schutzfrist auf 50 Jahre zu erreichen und geben gleichzeitig Lizenzen für den 50 $\%$ -Vertrieb ihrer gangbarsten Verlagswerke — ohne Rücksicht auf das Musiksortiment.

»Alle« kaufen nicht Musikalien in der Buch- und Musikalienhandlung, sondern im Warenhaus, und solche Ausgaben führen den Warenhäusern immer mehr Kunden zu. Wenn dann noch bei einzelnen speziell für den Warenhaus-Vertrieb zugeschnittenen Albums der Brutto-Verdienst 15 Prozent beträgt — Verkaufspreis im Warenhaus 2.65 \mathcal{M} , einzelne Exemplare beim Verleger 2.25 \mathcal{M} —, dann ist ein »Klagegedicht« wohl berechtigt.

Die Konkurrenz des »angeschlossenen« Warenhauses mag für den gewandten und tüchtigen Sortimenter noch angehen; das bestgeleitete Warenhaus wird nie ein Spezialgeschäft ersetzen und die Gepflogenheit der Auswahlendungen, wie sie im Buch- und Musikalienhandel üblich sind, mit übernehmen können.

Aber die Ausnutzung der »Schlager« als Lockmittel zu Schleuderpreisen, wie sie beinahe täglich im Inseratenteil der Tageszeitungen der Großstädte zu finden sind, bildet eine ernste Gefahr für das Sortiment, das den Kampf gegen diese Schleuderei nur mit Unterstützung der Verleger aufnehmen kann.

Es ist m. W. zuerst — und mit Erfolg — bei den Richard Wagner-Alben versucht worden, durch Numerierung der ganzen Auflage ein Merkmal zu schaffen, das den einzelnen Band unzweifelhaft identifiziert und bei genauer Kontrolle den Weg angibt, den der Band auf seiner Reise bis in das schleudernde Warenhaus genommen hat.

Bisher sind nur die Sortimenter die Leidtragenden bei dem Kampf gegen die Schleuderei gewesen, sie haben ihre Kundschaft zum Teil verloren oder doch mit Geld blüßen müssen, was andere ungestraft taten und noch heute tun. Nun ist es an den Verlegern, wenn es ihnen erust mit dem Kampf gegen die Schleuderei ist, durch unausgesetzte scharfe Kontrolle die Mittelspersonen festzunageln.

Ein Glück, daß die »Mode« ein wenig Leben auch in das Musikaliengeschäft bringt. Wie man in der Papierindustrie (abgesehen von der Baukunst u. a.) seit einigen Jahren Empire- und Biedermeierstil mit Erfolg wieder zu neuem Leben erweckt hat, so hat man in der Musik das Lauten- und Gitarrespiel hervorgefucht und dabei eine Literatur darüber und dafür ins Leben gerufen, die pilzartig hervorschießt. Solange diese neueste Mode anhält, wird sie dem Musikalienhändler willkommen sein.

Von besonderem Wert für die Geschäftsbibliothek ist der I. Nachtrag zu Ernst Challiers Verlags-Nachweis im Musikalienhandel. Wie alle seine praktischen Bedürfnissen entsprechenden Kataloge zur Unterstützung des siebartigen Gedächtnisses unserer Gehilfen und Lehrlinge, bietet der alte Freund auch hier eine dankenswerte Bereicherung unserer Handkataloge.

Als bemerkenswert ist auch die Mitteilung der Firma B. Schott's Söhne zu verzeichnen, die auf eine bevorstehende