

Verletzung des 'Abkommens', Nettowerke nur ohne Rabatt an Nicht-Buchhändler zu liefern, durch den Vorstand in Zukunft zu verhindern.

Ein anderer Vorschlag geht dahin, die ungesunden Zustände des Berramschens und des Restbuchhandels zu sanieren; gewiß ein lobenswerter, wenn auch frommer Wunsch!

Am sonderbarsten dürfte die deutschen Verleger und Buchhändler folgender Vorschlag berühren: »Die Versammlung ist der Ansicht, daß das Freiegemplar sich überlebt hat, da es dem Buchhändler viel unnütze Arbeit macht und ihn hindert, sich ein größeres Lager hinzulegen. Ferner benachteiligt das Freiegemplar den Absatz der Werke weniger bekannter Autoren und der teureren Werke, wie es auch die in den Provinzen wohnenden Buchhändler schädigt!« In Deutschland dürften diese Gründe gegen das Freiegemplar schwerlich als stichhaltig anerkannt werden. Als letzter Vorschlag ist eine Besprechung über die weitere Ausdehnung der à cond.-Sendungen, die in England fast gänzlich unbekannt sind, in Aussicht genommen.

Wie man sieht, ist es ein sehr reichhaltiges Programm, das die Generalversammlung der Associated Booksellers zu diskutieren hat. Falls der Samstag nicht das Ende der Debatte sieht, soll auch der folgende Montag noch zu Verhandlungen verwandt werden. Die etwaigen Beschlüsse sollen jedoch bis zu ihrer Verwirklichung als vertrauliche Mitteilungen behandelt werden!

Eine etwas eigentümliche Geschichte wurde mir betreffs des Börsenblattes mitgeteilt. Ein Professor in Cambridge erhielt von einer Firma eine aus dem Börsenblatt ausgeschnittene Bücheranzeige zugestellt, auf deren Rückseite ein anderes Werk mit 33 1/3 % angezeigt war. Da jeder Buchhändler verpflichtet ist, das Börsenblatt nur an Buchhändler zum Lesen zu geben, waren die Cambridge Firmen über diesen Vertrauensbruch nicht mit Unrecht empört! Wäre es nicht angebracht, um solche Vorkommnisse zu vermeiden, wenn alle Bedingungen nur auf den dem Börsenblatt beiliegenden Bestellzetteln erschienen?

Auch betreffs der an die Universitäten abzuliefernden Pflichtexemplare sind die englischen Verleger gesonnen, Protest zu erheben. Bis jetzt müssen, und zwar innerhalb von 12 Monaten vom Datum des Erscheinens an, von jedem in England erschienenen Werke fünf Pflichtexemplare geliefert werden und zwar an das Britische Museum, die Universitäten Oxford und Cambridge, die Advocates Library in Edinburgh und an Trinity College in Dublin. Im Falle der Nichtbefolgung durch den Verleger kann auf eine Strafe von 5 £ (100 M) erkannt werden. Mr. Murray protestiert nun in den »Times« vom 7. Juli gegen den Vorschlag, daß die neue für Wales zu begründende Staatsbibliothek ebenfalls das Recht auf ein Pflichtexemplar haben soll, und Publishers' Circular vom 15. Juli fordert die Publishers' Association auf, sich gegen diese Regierungsmaßregel zu wenden oder wenigstens dahin zu wirken, daß die Lieferung von Pflichtexemplaren auf in Wälsch gedruckte Werke beschränkt wird.

Zum Schluß möchte ich noch die neue Encyclopoedia, die von der rührigen Firma Thomas Nelson & Son herausgegeben wird, erwähnen. Dieses Konversationslexikon in englischer Sprache erscheint in 25 einzeln käuflichen Bänden im Schillerformat zum Preise von je 1 M in Leinen gebunden. Die Bände sind gut gedruckt, die Artikel knapp, aber korrekt und wissenschaftlich abgefaßt. Bis jetzt sind 8 Bände erschienen. Der schwächste Teil dieses preiswürdigen Unternehmens sind die teilweise an alte Klischees erinnernden Illustrationen. Der Absatz dieses billigen, wohl einzig dastehenden Konversationslexikons soll ein geradezu phänomenaler sein.

London, Juli 1911.

W. von Knoblauch.

Außerlichkeiten im Sortimentsbuchhandel.

In den Wartezimmern von Ärzten habe ich oft die gleichen Eindrücke gehabt: der kleine in peinlicher Sauberkeit gehaltene Raum zeigt eine einfache, aber gediegene Einrichtung, bei der die kunstfertige Hand des Tischlers, des Schlossers, des Malers und Tapezierers mitgewirkt hat. Prächtige Bilder in modernen Umrahmungen zieren die Wände und vervollständigen den harmonischen Eindruck. Doch welch ein Kontrast: auf den Tischen liegen — den Besuchern des Wartezimmers zur Benutzung anheimgegebene Bücher, Zeitschriften, Wigblätter — *horribile dictu* — in geradezu ekelregendem Zustande! Ein unsagbar trauriger Anblick, besonders für einen Buchhändler. Den Besuchern des Wartezimmers einen halbzerberrochenen, schmutzigen Stuhl anzubieten, würde sich die Hausfrau sicherlich schämen, aber das unanständige Aussehen der Bücher geniert sie keineswegs. Mit einer verhältnismäßig kleinen Ausgabe im Jahr könnte der Arzt in diesem Punkt Besserung schaffen, die jeden Besucher angenehm berühren würde. Viele der Herren Kollegen vom Sortiment werden mir diese kleine Schilderung aus eigener Anschauung bestätigen können. Aber was würden sie sagen, wenn ich sie in ihren Buchladen führte und sie fragen würde, ob nicht auch von ihnen in gleicher Weise, nur in dem umgekehrten Falle, gesündigt würde?!

In den letzten Monaten hatte ich Gelegenheit, auf geschäftlichen Reisen mehr als 60 Städte in Nord-, Mittel- und Süddeutschland zu sehen. Naturgemäß war es für mich von großem Interesse, die mir durch meine Verlagstätigkeit bekannten Sortimentshandlungen der betreffenden Städte durch den Augenschein kennen zu lernen; ich erlebte vielfach die gleichen Eindrücke wie in — den Wartezimmern der Ärzte. Da, wo sich meine Phantasie ein schön eingerichtetes Geschäft ausgemalt hatte, fand ich einen recht kümmerlichen Laden, ein altes Holzfirmentisch mit verwaschener Aufschrift, innen unmoderne Regale, gestifte Pulte, wackelige Stühle, auf welchen Platz zu nehmen sich das Publikum genieren mußte. Die Schaufenster ohne Regel, wahllos mit Büchern, zum Teil populären Genres, ausgelegt, geschmacklos ausgestattet, jeder Anziehung entbehrend. So wie der Arzt wenig beachtet, daß in seinem Warteraum saubere und gute Bücher ausgelegt werden, so gibt mancher Sortimentler wenig Acht auf die Ausstattung seines Lokals.

Eine später vorgenommene Einsicht in die Konten der Firmen jener Orte vervollständigte das Bild dahin, daß diejenigen Handlungen, trotz altangesehener Firma, in ihrem Umsatz weit zurückstanden solchen Handlungen gegenüber, deren schöne Lokaltäten und geschmackvolle Schaufenster ich hatte bewundern können. Ein gut gepflegtes Schaufenster, ein wohlthuend und anziehend wirkendes Geschäftslokal trägt in jedem Falle zur Belebung des Geschäftes bei. Jeder Sortimentler sollte recht ernstlich darauf sehen, auch durch ein schönes Äußeres seines Geschäftes die Käufer anzuziehen. Gut eingerichtete Buchhandlungen mit kunstsinng ausgestatteten, vorzüglich ausgenutzten Auslagen habe ich besonders in Badeorten gesehen. Hier heißt es, die Saison auszunutzen und das sogenannte Lauspublikum anzuziehen. Da müssen die Sortimentler in Badeorten darauf bedacht bleiben, immer wieder durch eine veränderte Auslage das Auge des Badegastes auf die Buchhandlung zu lenken. Es ist ordentlich auffällig, wie wenig Sortimentsbuchhandlungen auf ein gutes Firmentisch bedacht sind und ordentlich erfreulich, wenn man einmal in einer Stadt, sogar in einer Kleinstadt — sagen wir Rastatt — über den Marktplatz geht und sich plötzlich zwei eleganten Buchhandlungsschaufenstern gegenüber sieht, die mit einem schönen, mit Goldbuchstaben gezierten Schild gekrönt sind. Und einen wohlthuenden Eindruck macht es, einmal in einer Stadt — sagen wir Nürnberg — in einem stilvollen Hause ein stilvoll angepaßtes Buchhandlungslokal mit charakteristisch abgestimmter Firmenaufschrift zu sehen. Im allgemeinen habe ich gerade die Firmenschilder von Buchhandlungen auf einem beklagenswert tiefen Niveau gefunden.

Gerade im Buchhandel sollte sich doch das Bestreben geltend machen, bei dem Firmentisch durch Material und Ausführung künstlerisch zu wirken und nicht bloß dem geschäftlichen Zweck zu