

»Vorträge müssen gehalten werden«, Vorträge über diese Dichter, Vorträge von diesen Dichtern, Vorlesungen aus ihren Dichtungen. Gut. Wer »macht« es aber? Da stehen wir gleich zu Anfang vor einer schweren Frage. Der Schriftsteller, soweit er dies berufsmäßig ist und wenn er noch lebt, ist wohl, wenigstens zum Vorlesen, leicht zu gewinnen, soweit es sich um die einfache Tatsache handelt. Kommt aber der Kostenpunkt zur Sprache, so wird sich meist zeigen, daß der Mann nicht in der Lage ist, das Unternehmen zu finanzieren. Als Berufsschriftsteller verfügt er über seine Zeit frei; diese will er auch gern opfern, im Hinblick auf die zu erwartende Vorbeerente. Es sind aber die Reisespesen zu bezahlen: Fahrgeld hin, Behergeld, Fahrgeld heim, Toiletteausgaben usw. Müssen für einen solchen Abend zwei Reisetage gerechnet werden, so sind leicht 40—50 M. verbraucht; so viel kostet der Vorbeer in einer Stadt! Aber eine Schwalbe macht keinen Sommer und ein Vortrag noch lange keinen Stern 2. bis 3. Größe zu einer Sonne am literarischen Himmel. Propaganda zu beginnen, hat nur dann Aussicht auf Erfolg, wenn man nachhalten kann. Außer den gewöhnlichen Menschenneven gehört ein sehr kräftiger nervus rerum zu einem solchen Unternehmen. Ganz gleich, ob man Stiefelwische oder Dichtungen bekannt machen will.

Der Autor wird in den seltensten Fällen in der Lage sein, für seinen Ruhm oder, wenn er kaufmännisch rechnet fürs Geschäft, derartige Opfer zu bringen; denkt man billig, so genügt auch schließlich von seiner Seite das Zeit- und Kraftopfer.

Er muß also, soll er vorlesen, für die entstehenden Ausgaben entschädigt werden. Das kann auf verschiedene Art geschehen; er muß suchen, gegen Eintrittsgebühren zu lesen: oder sein Verleger muß die Unkosten tragen.

Das erstere wird in den meisten Fällen nicht möglich sein oder wenigstens zu einem ungünstigen Ergebnis führen.

Nehmen wir an, der Dramatiker Meyer habe bereits einige Bücher verlegt; sie sind auch von der Kritik günstig aufgenommen worden. Nun läßt er in Khausen durch Zeitungsinsertate und Plakatanschläge bekannt machen, daß er am 15. November abends 8 Uhr im Saale des Bayerischen Hofes aus seiner neuesten Bühnendichtung einige Akte lesen werde. Die Preise der Plätze betragen 3, 2 und 1 M.

Ist es, wie unser Großstadtpublikum ist, möglich, daß der Saal auch nur einigermaßen voll wird? Wer gibt für das Vergnügen, den Herrn Meyer sprechen zu hören, sein Geld aus? Von Glück wird er sagen können, wenn ein literarischer Verein eine Anzahl seiner Mitglieder hineinsendet, damit die Öde im Raum nicht allzu groß und bedrückend ist. Von großem Glück darf Herr Meyer sagen, wenn ihm nach Deckung der Kosten für Saalmiete, Beleuchtung, Beheizung, Insertion, Plakatierung noch soviel bleibt, daß er bescheiden ein Glas Bier trinken und wieder heimfahren kann — des Beifalls seiner Zuhörer wohl froh, aber sonst wenig erhoben durch den Verlauf der Dinge. Eine Hoffnung hat er noch: seine Bücher werden nun in Khausen gekauft werden, denn man kennt ihn jetzt dort und beklatschte ihn sogar.

Er geht nach Wochenfrist zu seinem Verleger und erkundigt sich, wie denn der Absatz seiner Werke nun in Khausen sei. Man stellt fest, daß einer der Barsortimenter 11/10 bestellt habe und 3 Khausener Firmen zusammen 5 Exemplare der Dichtung bar, aus der er vorgelesen! Ich phantasiere hier nicht, sondern der Schilderung liegt ein Erlebnis zugrunde. Nehmen wir an, der Herr Meyer habe Pech gehabt, trotzdem er ein Schriftsteller von Ruf ist. Was wäre aber gewonnen, wenn der Saal voll, wenn jeder der 500 Besucher sein Drama zu 3 M. gekauft hätte? Die Ausgaben für den Vortrag, mit allem, was drum und dran hängt, belaufen sich auf nahezu 400 M! — Und dann: Herr Meyer zahlt

die Unkosten, sein Verleger verdient! Kann das sein? Wird aber der Verleger die 400 M. bezahlen können? Ein glänzendes Ergebnis wäre es, wenn infolge einer solchen Veranstaltung jeder fünfte Mann eins der Bücher Meyers gekauft hätte, wenn also 100 Exemplare abgesetzt wären!

Wie würden da aber erst Auslagen und Ergebnis sich gegenüberstellen!

Günstiger, in materieller Beziehung, gestaltet sich ein derartiges Unternehmen, wenn der Autor von einem Vereine eingeladen wird, dort zu lesen. In diesem Falle fallen die Kosten für Miete diesem zur Last; es wird die Vereinsleitung auch das mögliche tun, alle Interessenten des Ortes an diesem Abend zu versammeln. Die Veranstaltung bekommt einen intimeren Charakter und der oder die Buchhändler des Ortes können schmunzelnd eine ganze Anzahl von Meyers Büchern absetzen.

Wo eine solche Grundlage für Vortragsabende geboten ist, sind sie selbstverständlich im Interesse des Sortimenters, des Verlegers und des Autors nur zu empfehlen. Mit Aussicht auf ein günstiges Resultat, aber auch dann noch eher für Klein- und Mittelstädte als für Großstädte.

Nun möchte ich noch darauf hinweisen, daß es für weitstichtige Verleger — vorausgesetzt, daß sie über hoffnungsvolle Autoren verfügen — immerhin keine allzu wüste Spekulation ist, wenn sie diese auf wohlbedachter Marschroute auf Vortragsreisen schicken. Wenn sich die Hoffnung bewährt, daß der fragliche Autor sich zum Modeschriftsteller durchliest, kommen die Zinsen des Anlagekapitals und schließlich dies selbst reichlich wieder heraus.

Eine andere Frage ist, ob sich ein derartiges »Machen« eines Namens vor der Zukunft verantworten läßt, da die Gefahr dabei besteht, daß Meising für Gold gehalten wird und schwache Menschen, wie es die meisten sind, noch etwas mehr von ihrer eigenen Urteilsfähigkeit verlieren. Was dann davon übrig bleibt, wird allerdings kaum mehr meßbar sein. Nirgends ist ja so schon die kritiklose Nachbeterei größer als in künstlerisch-literarischen Dingen. Doch das gehört ja eigentlich nicht hierher; wir haben vom »materiellen« Vorteil zu sprechen.

Ob nach dem bereits Gesagten der Sortimenter in der Frage der Vortragsabende etwas tun kann?

Ich denke, nur dann, wenn er es versteht, die Spesen auf andere abzuwälzen. Ob dies der Autor selbst ist oder eine Vereinigung, wird für ihn einerlei sein; die Hauptsache bleibt für den Sortimenter, daß er eine Anzahl Bücher mehr verkauft, — je mehr, desto besser.

Von einem Autor, der sich in Amerika Ruhm und goldene Berge versprach, hier ein kleines Geschichtchen.

Der Autor war ein sehr teurer Autor; er schrieb glänzend. So wie er schrieb, wollte er auch leben. Dazu mußte ihm sein Verleger helfen; der tat's, denn er war ein guter Mann.

Er konnte also nicht nein sagen, als der teure Autor das Amerikafieber bekam, und da es schon nicht mehr darauf ankam, pumpte er dem präziösen Autor auch noch ein paar weitere Stangen Goldes. Der schwamm nun in Glück und nach Amerika. Drüben hielt er da und dort seine Vorlesungen aus seinen schönen Büchern; man streute ihm Weihrauch und schöne Frauen liebten ihn. Der kostbare Autor schwamm in eitel Wonne und schweren Herzens wieder über den großen Teich zurück. Da besuchte er den guten Verleger und erzählte gar viel von seinen Fahrten und dem glänzenden Ruhm, den er geerntet. Der gute Verleger aber wartet noch heute auf die goldenen Stangen, die er dem teuren Autor geborgt hat; er wartet auch noch auf die amerikanischen Dollars, mit denen man ihm die schönen Bücher des teuren Autors ablaufen soll. Friemar.