

Produkt ein neuer großer Abnehmerkreis eröffnet werden kann, daß die breite Masse, für die das Buch heute noch ein Luxus ist, dem Büchermarkt erobert werden kann. Die Entwicklung drängt also auf das billige Buch hin, es wird sich eine besondere Stellung auf dem Markt schaffen. Die Vorbereitungen dazu sind gegeben, denn die Ausnutzung der modernen technischen Hilfsmittel setzt uns in die Lage, das Buch, das in Massen gedruckt werden kann, zu einem billigen Preis in den Handel zu bringen. Wir sind imstande, die Bücherproduktion ins Riesenhafte zu steigern, Bücher in großen Auflagen in kürzester Zeit herzustellen. Aber auf keinem anderen Markt bleibt die Konsumfähigkeit des Volkes so weit hinter den technischen Produktionsmöglichkeiten zurück wie im Buchhandel.

Wir sehen an den Erfahrungen im In- und Auslande, daß die Zeit gekommen ist, das Buch populär zu machen, und zwar das Buch unserer Tage, das lebendige aus unserer Zeit geschöpfte Werk, das zu Hunderttausenden sprechen soll. Eine starke literarische Kultur kann von diesem neuen demokratischen Buchtypus ausgehen und von nicht geringer Einwirkung auf die literarische Produktion werden.

Die Gefahr, daß das billige Buch den Instinkten der Masse entgegenkommt und viel mehr Schaden als Nutzen stiften kann, ist nicht von der Hand zu weisen, und es ist nicht daran zu zweifeln, daß der Markt mit geringwertiger Literatur übersättigt werden wird. Die Frage ist nur die, ob wir deshalb darauf verzichten wollen, dem guten Buch den Weg zum Volk zu bahnen, und ob das gute Buch nicht imstande sein wird, das schlechte zu bekämpfen und das allgemeine Kultur- und Geschmacksniveau zu heben. Von den Dichtern wird es abhängen, ob sie zur Masse stark genug sprechen können, ob sie von ihr gehört und verstanden werden. Das Tempo und der Rhythmus unserer Zeit, die Ausbreitung von Bildung und wirtschaftlicher Kultur weisen auf das Buch zum billigen Einheitspreis, das bequem und leicht wie die Zeitung ins Haus gebracht oder jedem Passanten zugänglich gemacht werden kann. Der Massenvertrieb solcher Bücher kann sich nicht auf die bisherigen Vertriebsmittel des Sortimentebuchhandels beschränken, er drängt auf die Straße und ins Haus, und es wird Sache des Buchhandels sein, auch den Markt des demokratischen Buches zu organisieren, was übrigens für die Bahnhöfe durch den Bahnhofsbuchhandel zum Teil schon geschehen ist.

Im Sortimentebuchhandel ist die Meinung verbreitet, daß das billige Buch zum Einheitspreis zu einer Schematisierung des Büchermarkts führen und daß es den Büchern mit differenzierten Preisen erhebliche Konkurrenz machen könnte. Ich glaube an beides nicht. Das differenzierte Buch wird seine Stellung im Büchermarkt behalten, es wendet sich an einen anderen Kreis und ist für die große Masse vorerst nicht geeignet. Es handelt sich bei dem billigen Buch gar nicht um eine Umgestaltung, sondern um eine Erweiterung des Büchermarkts fürs Volk. Das billige Buch wird, wenn es die große Zukunft bekommt, die mir vorschwebt, das Sortiment auf eine breite und gesunde Basis stellen. Ein neuer großer Käuferkreis kann dem Buchhandel erschlossen werden. Heute ist es das billige Buch; aber morgen kann der Leser dieses Buches schon in die Reihe der verwöhnteren Bücherkäufer einrücken, denn wer einmal Bücher in sein Haus geschafft hat, ist in die Kulturschicht der Bücherkäufer eingetreten. Sorgen wir rechtzeitig dafür, daß das Buch fürs Volk nicht das Monopol einiger Unternehmer wird, und daß sich nicht neben dem legitimen Buchhandel ein illegitimer Bücherhandel ausbreitet, der das Sortiment in eine unpopuläre und isolierte Stellung drängt. Auf die Steigerung der literarischen Konsumkraft des Volkes durch Vermittelung des Sortiments kommt es an; gliedern wir dem alten exklusiven Büchermarkt den neuen demokratischen Markt an, was dem Zug der Zeit ent-

spricht, und der Sortimentebuchhandel geht verjüngt und gekräftigt aus diesem Prozeß hervor.

Die jetzige Organisation des Buchhandels hat seit bald einem Jahrhundert ihre Kulturmission glänzend erfüllt; sie allein ist befähigt und berufen, das billige Buch vor Verelendung zu schützen und zu verhüten, daß es zum Tummelplatz von Hintertreppenromantik herabgedrückt werde. Die besten Verleger müssen ein Interesse daran haben, diesen Buchtypus für populäre Ausgaben ihres Verlagsbestandes zu pflegen.

Nicht alles Heil kann von dem billigen Buch kommen, aber es ist mehr als andere ein bedeutendes Mittel, die literarische Kultur auszubreiten, das Buch zu popularisieren, die Freude am Buch in jedes Haus zu tragen.

Und bringen wir überdies die moderne Dichtkunst in Berührung mit den Massen, so tun wir einen großen Schritt, den Dichter mit dem Volk in fruchtbare, in wechselseitige Beziehung zu setzen.

S. Fischer, Verlag in Berlin

1886—1911.

Mit dem 1. September 1886 war die Berliner Verlagsbuchhandlung Steinitz & Fischer in Liquidation getreten. Sie war dadurch entstanden, daß der Verlag von Hugo Steinitz, Centralbuchhandlung in Berlin, am 1. Oktober 1883 vom Sortiment abgetrennt und für diesen Verlagszweig, nachdem Herr Buchhändler S. Fischer als Teilhaber eingetreten war, die selbständige Firma Hugo Steinitz & Co. und vom nächsten Jahre (1. Oktober 1884) an die Firma Steinitz & Fischer angenommen worden war. Dieser Verlag, der sich in der Hauptsache mit populärwissenschaftlicher Literatur befaßt hatte, wurde also zu obigem Zeitpunkt in freundschaftlichem Abereinkommen aufgelöst, und jeder der Teilhaber, Hugo Steinitz und S. Fischer, erhielt einen Teil der Verlagsartikeln, die dann den Grundstock der neuen Verlagsfirmen Hugo Steinitz Verlag und S. Fischer, Verlag, bildeten. Während Hugo Steinitz den größeren Teil des Verlags übernahm — die Firma Hugo Steinitz Verlag besteht ebenfalls heute noch in Ehren; seit 1. September 1909 ist sie im Besitz der Herren Moritz Krahn und Paul Lehmann —, kamen auf die Seite von S. Fischer nur die drei Zeitschriften »Commission und Export«, »Berliner Hotel-Courier«, »Berliner Wespen« und die kleineren Verlagsartikeln »Welthandel in Bildern«, »Familien-Almanach«, »Berliner ABC-Kursbuch«, »Stangens Führer von Berlin« und ein »Plan von Berlin«.

Auf Grund dieser Teilung hätte man annehmen müssen, daß sich Herr S. Fischer, der vor seinem Eintritt in den Buchhandel eine Wiener Handelsschule absolviert und sich dann der kaufmännischen Laufbahn gewidmet hatte, den praktischen Fragen des Handels und Verkehrs zuwenden und auf diesen Gebieten seine Verlagstätigkeit entfalten würde. Aber er hatte andere Interessen, er verfolgte höhere Ziele. In fünfjähriger selbständiger buchhändlerischer Tätigkeit mit Hugo Steinitz zusammen hatte er einen genügenden Einblick in das literarische Leben der damaligen Zeit gewonnen, und es drängte ihn, in eigener Verlagsproduktion aufstrebenden Talenten Geltung zu verschaffen. Wie dies der verständnisvollen und zielbewußten Arbeit des Herrn S. Fischer in den vergangenen 25 Jahren gelungen ist, davon legt der zum Jubiläum erschienene Verlagskatalog mit seinen reichen Literaturschätzen bereites Zeugnis ab.

Die oben erwähnten, in den eigenen, am 1. Oktober 1886 gegründeten Verlag übernommenen Zeitschriften führte Herr Fischer nicht lange weiter. Der »Berliner Hotel-Courier«, sowie das Spezial-Offertenblatt für das Kommissions- und Export-Geschäft »Commission und Export« gingen ein, nachdem das letztere noch als »Börsenblatt« 1883 und 1889 erschienen war, während die »Berliner Wespen« später »Deutsche Wespen«, herausgegeben von Julius Stettenheim, im Juli 1890 an den Verlag von Hugo Steinitz übergangen.

Damit hatte sich Fischer möglichst frei gemacht für die Pflege moderner Literatur und schon in dem Gründungsjahr und dem darauffolgenden (1887) beschäftigte er sich mit der Ausgabe von Werken von Karl Bleibtreu —