

## Nichtamtlicher Teil.

### Musik und Musikalienhandel.

#### III.

Die regelmäßige Folge meiner Berichte ist leider durch dringende berufliche Arbeiten länger, als es mein Wunsch war, unterbrochen worden — die geehrten Leser wollen das gütigst verzeihen! Ein Hauptwert meiner Versuche, im Börsenblatt über »Musik und Musikalienhandel« für meine buchhändlerischen Herren Kollegen Nützliches und Anregendes darzubieten, muß natürlich in der Regelmäßigkeit und in der schnellen Berichterstattung liegen. Der vorhandene gute Wille dazu ist leider nicht immer leicht in die Tat umzusetzen.

In Leipzig haben in den letzten Tagen die beiden für den Musikalienhandel wichtigen Vereinsversammlungen stattgefunden, nämlich am 2. Mai die Hauptversammlung des Deutschen Musikalienverleger-Vereins und am 7. Mai diejenige des Vereins der Deutschen Musikalienhändler. In letzterer war der Besuch von auswärts ein erfreulich reger, und der lebhafteste Meinungsaustausch dürfte für alle Anwesenden von Wert gewesen sein. Auf beiden Versammlungen hat man sich in erster Linie mit dem Entwurf neuer Verkaufsbestimmungen beschäftigt. Man war sich aber ohne großen Widerspruch darüber einig, daß es einstweilen noch bei den zurzeit üblichen Kundenrabatten bleiben muß. Die Musikverleger haben eine für die Sortimentler höchst beruhigend wirkende Erklärung abgegeben, dahingehend, daß man die Sorgen der Sortimentler verstehe und keineswegs beabsichtige, spätere Kürzungen des Kundenrabattes auch zu Kürzungen des Händlerrabattes auszunutzen, vielmehr im allgemeinen einen Händlerrabatt von 40—50% anerkenne, ohne sich natürlich im einzelnen binden zu können. Im Verein der Deutschen Musikalienhändler ist die Frage wieder angeschnitten worden, ob man bei gänzlicher Abschaffung des Kundenrabattes doch noch den Musiklehrern und Musikern, d. h. solchen Leuten, die Geschäfte vermitteln, Wiederverkauf an Schüler betreiben oder durch irgendeine Müheverwaltung Anrecht auf Vergütungen haben, Ausnahmerabatte offenhalten solle. Über die Sache selbst und über deren praktische Lösung sind allerdings die Meinungen sehr geteilt, weil die üblichen Gebräuche in den einzelnen Gegenden Deutschlands ganz verschieden sind. Eine größere Kommission ist eingesetzt worden, die die Rabattfragen studieren und vor allen Dingen auf die Verleger und deren Maßnahmen im Interesse der Sortimentler einzuwirken versuchen soll. Schutz dem Sortimentler! Das war der Angelpunkt der diesjährigen Hauptversammlungen.

Die Kapellmeister und Vereinsdirigenten, die Vereinsvorstände, Konzertunternehmer und ausübenden Künstler, sie alle beschäftigen sich in der gegenwärtigen Zeit, nach Abschluß des musikalischen Winterhalbjahrs eingehend mit den Vorbereitungen für die nächstwinterlichen Konzerte und musikalischen Unternehmungen. Die Eigenart des Ausbaues unseres deutschen Musiklebens erfordert es, daß schon vor Beginn des Sommers die wichtigsten Entscheidungen und Bestimmungen für die Konzerte des kommenden Winters getroffen sein müssen. So ist es jetzt auch an der Zeit für die Musikalienhändler, Verleger wie Sortimentler, mit den Künstlern und leitenden Persönlichkeiten zu verhandeln, ihnen Neuigkeiten zu empfehlen und sie auf aufführungswerte Werke hinzuweisen. Das Hauptaugenmerk richtet sich dabei immer wieder auf Neuigkeiten, und da drängt sich eine Frage auf, die einmal näher erörtert zu werden verdient, nämlich: Ist die geradezu epidemisch gewordene Sucht nach Ur- und Erstaufführungen berechtigt? Und warum hört man bei uns so selten von Wiederholungen der in den Konzertsälen

bei ihren Erstaufführungen erfolgreich aufgeführten musikalischen Neuigkeiten?

Wir haben im wesentlichen zwei Arten von Dirigenten: solche, die im altgewohnten Geleise bleiben und meist immer dieselben Werke aufführen, und solche, die sich auf Erstaufführungen, wenn möglich Uraufführungen kaprizieren. Gewiß, Erstaufführungen zu veranstalten ist ein Verdienst, ein Verdienst, das den Autoren zugute kommt. Man vergißt aber, daß mit einer Erstaufführung den Beteiligten erst der kleinere Dienst geleistet wird. Der Autor, wie der ihn stützende Verleger, brauchen auch Wiederholungen dieser Erstaufführungen.

Wie ist der Verlauf einer solchen Premiere? Nehmen wir das Werk eines wirklichen Talents, ein Werk, das tatsächlich Erfolg hat. Es wird mit Pomp die Uraufführung angekündigt. Das Publikum folgt mit Interesse der Darbietung, es zollt dem Komponisten Beifall, die Kritik tritt dem Urteil bei und lobt die Arbeit wie die Aufführung. Nehmen wir diesen, gewiß nicht alltäglichen günstigen Fall an. Was geschieht? — Nach der höchst schmeichelhaften und für Autor wie Verleger aussichtsreichen Premiere verschwindet das Werk in der Versenkung. Damit ist dem talentreichen Komponisten ebensowenig gedient wie dem Verleger, der gewöhnlich größere materielle Opfer gebracht hat. Es müßte doch der Stolz des Dirigenten sein, ein Werk, dem er zu solchem Erfolg verholfen hat, zu wiederholen und dadurch den Beteiligten wirklich auch den ideellen wie den so notwendigen materiellen Nutzen zu verschaffen. Eine einzige Aufführung, und wenn sie auch günstig aufgenommen wurde, genügt selten, um dem Werk eine weitere Verbreitung zu schaffen. Die Dirigenten anderer Städte lesen die Berichte, die günstigen Kritiken, die gute Aufnahme beim Publikum. Nach 14 Tagen wird der Bericht durch einen anderen verdrängt. Das Werk ist vergessen. Es ist auch möglich, daß sich die Dirigenten sagen: wer weiß, ob der Bericht so ernst zu nehmen war! Wer weiß, ob es lohnt, das Werk bei uns einzuführen! Nein, wenn der Dirigent ein Werk zum Erfolg geführt hat, wenn er dem Komponisten eine berechtigte Anerkennung verschafft hat, so sollte er ihm auch den zweiten, weit wertvolleren Dienst leisten: er sollte das Werk wiederholen. Die Wiederholung erst beweist, daß der günstige Bericht wirklich so zu verstehen war und der Erfolg ein gerechter, ein ernsthafter gewesen ist. Wie ist es denn bei den Bühnenwerken? Erst die häufigen Wiederholungen setzen ein Stück durch.

Ein weiteres Beispiel sei ein Werk für Chor und Orchester. Kann der Dirigent nicht den folgenden Winter solch ein Chorwerk wiederholen? Der Chor ist geschult und kann nach einigen auffrischenden Proben im nächsten Winter in kurzer Zeit wieder ganz seine Aufgabe beherrschen. Umsomehr Zeit hat der Dirigent dann für eine andere Uraufführung des Winters übrig. Die Mitwirkenden und die passiven Mitglieder des Chorvereins werden für das Werk tieferes Interesse gewinnen, werden neue Schönheiten daran entdecken — kurz, werden in nähere Beziehung zu dem Werk und seinem Autor treten. Die Wiederholung macht Eindruck auf die Dirigenten anderer Vereine. Damit ist dem Komponisten der rechte Dienst erwiesen. Ganz ähnlich geht es auch mit Orchesterwerken. Welches von all den Werken der letzten Zeit, die ehrlichen Erfolg hatten, hat es zu einer Wiederholung an derselben Stelle gebracht? Weder Taubmann noch Juon, noch Sibelius, noch Hausegger haben solche Wiederholungen aufzuweisen, selbst ein Reger und ein Mahler kaum. Also: der Ehrgeiz des Dirigenten sollte nicht nur dahin gehen, eine Erstaufführung zu veranstalten. Er sollte auch ein Werk, das Erfolg gehabt, tatsächlich durchzusetzen suchen. Die Komponisten und die Verleger