

Nichtamtlicher Teil.

Stuttgarter Briefe.

V.

(IV siehe Nr. 230.)

Einen Beitrag zu dem Kapitel »Das Deutschtum im Ausland« liefert die hiesige im Jahre 1895 gegründete Firma H. D. Sperling. Ein Jahr nach der Gründung rief sie ein Zweiggeschäft in Zürich ins Leben. Beide Häuser, in Stuttgart und Zürich, befaßten sich vorwiegend mit dem Reisevertrieb. Wie die Reisenden des Stuttgarter Hauses in Frankreich, Luxemburg, Holland und anderen Ländern zu arbeiten begannen, so dehnten die des Züricher Hauses ihre Pionierarbeit nach Italien aus, wo sie unter den dortigen Deutschen einen sehr aufnahmefähigen Boden fanden. Diese italienischen Geschäfte fanden ihre Erledigung von Zürich aus; mit der wachsenden Ausdehnung der Verbindungen stellte sich aber die Notwendigkeit heraus, in Italien selbst vertreten zu sein, so daß am 1. Juni 1899 eine Zweigniederlassung in Mailand ins Leben gerufen wurde, in die am 1. Januar 1911 der langjährige Geschäftsführer Richard Kupfer als Teilhaber eintrat. Die Firma lautet von da ab Sperling & Kupfer. Wie sich dem Reisegeschäft ein Versandgeschäft angliederte, dem sich dann eine Sortiments-Abteilung anreichte, wie ferner eine Kommissionsabteilung ins Leben trat, die italienische Sortimenter für ausländische und italienische Literatur zu Kunden hat, wie endlich in der jüngsten Zeit noch eine Exportabteilung gegründet wurde — das alles erzählt ein kleines, den Freunden der Firma gewidmetes, zweifarbig gedrucktes und mit Abbildungen versehenes Heft, das gelegentlich der Übersiedlung in neue, größere Geschäftsräume des Mailänder Hauses herausgegeben wurde. Selbstverständlich ist die kurze, aber inhaltsreiche Geschichte der Firma darin ausführlicher, wenn auch ohne alle Ruhmredigkeit erzählt, als es hier geschehen kann. Einen Katalog ihrer Exportabteilung, den ersten italienischen Katalog dieser Art, haben Sperling & Kupfer außerdem hinausgehen lassen, er ist nach Art der Barsortimentskataloge in Autor-, Schlagwort- und Titelregister eingeteilt.

Das gute Beispiel, das der hiesige Buchhandel mit seiner gemeinsamen Oster-Reklame gegeben hat (vgl. Stuttgarter Briefe II in Nr. 105 d. J.), fängt an, für das Weihnachtsgeschäft eine erfreuliche Nachfolge zu finden. Mein gut Stuttgarter Herz wurde von besonderer Genugtuung erfüllt, als ich aus dem Artikel »Plakat-Reklame« in Nr. 237 d. Bl. ersah, daß der Stuttgarter bzw. Württembergische Buchhändler-Verein, die Herr M. Holland auf der Herbstversammlung der Kreis- und Ortsvereine vertrat, die Anregung gegeben hat, daß der Münchener Buchhändler-Verein (E. V.) das in dem Artikel veröffentlichte Schreiben an die sämtlichen Kreis- und Ortsvereine versandt hat. Der Artikel spricht in der Hauptsache vom Plakat und erbittet Mitteilung, wie man über Klischees von diesem und Reklamemarken denkt. Doppelt genährt hält besser, d. h. Inserate sollten m. E. unbedingt mit herangezogen werden. Was die Warenhäuser tun: vor Weihnachten kräftig inserieren, sollten die Sortimenter nicht lassen, und wenn die Kosten gemeinsam getragen werden, so werden sie sich auf viele Schultern verteilen und für den einzelnen nicht so fühlbar werden. Das Kriegführen gegen die Indolenz des Publikums läßt sich eben ohne Geld nicht bewerkstelligen. Zudem wäscht eine Hand die andere, und wenn wir die Zeitungen mit Anzeigen unterstützen, so werden wir auch die Presse für den Buchhandel günstiger stimmen. Sie wird sich den Bücherrezensionen gegenüber geneigter zeigen und ihnen mehr Raum als bisher zur Verfügung stellen. Vielleicht geben die Anzeigen auch eine wirksame Waffe beim weiteren Sturm auf gegen

Zeitungsprämien. Im übrigen sei der Artikel »Plakat-Reklame« eindringlicher Beachtung nochmals empfohlen und der Hoffnung Ausdruck gegeben, daß die Mahnung, »die Arbeit (für eine gemeinsame Propaganda) müsse nun erst recht an allen Ecken und Enden einsetzen«, auch befolgt werde. Auch der Börsenvereins-Korrespondenz würden die gemeinsamen Aktionen der Vereine zu wirksamer Unterstützung bei der Presse dienen. Über die »Deutsche Bücherei« des Börsenvereins unterrichtete uns die hiesige Presse durch zwei Artikel, von denen sich einer auf einen Aufsatz von Dr. E. Ehlermann gründete.

Über die im letzten Stuttgarter Brief erwähnte, vom Pfarrer Adolf Risch verfaßte »Festschrift zur Jahrhundertfeier der Privileg. Württ. Bibelanstalt« (Verlag der Bibelanstalt in Stuttgart), kann der Brieffschreiber infolge Raumbeschränkung nicht so viel sagen, wie sie es verdiente. Sie ist sieben Bogen in Lexikon-Oktav stark, von J. J. Steinkopf vollendet gedruckt, mit über 50 Abbildungen geziert und kostet dabei — ein Zug echt schwäbischer Liberalität — elegant kartoniert nur M 1.—. Ohne jegliche Frömmerei geschrieben, bietet sie ein fesselndes Bild der Verbreitung des »Buchs aller Bücher«, das namentlich in seinem ersten Teile »Wie die Bibel ein deutsches Volksbuch ward« mancherlei Streiflichter auf Buchdruckerkunst und Buchhandel wirft. Um auch die geschäftliche Seite zu berühren, sei erwähnt, daß schon im 17. Jahrhundert (von August Hermann Francke) der Grundgedanke ausgesprochen wird, die Bibel unter Ausschaltung des Buchdrucker- und Buchhändlergewinns durch ein gemeinnütziges Unternehmen zum Selbstkostenpreise abzugeben. Die Stuttgarter Bibelanstalt hat hier von allerdings eine Ausnahme gemacht, was zu ihrer Ehre hier ausdrücklich hervorgehoben sei. Um die Verbreitung der Bibel in allen Schichten des Volkes zu steigern, beschloß sie, sich auch der Vermittlung des Buchhandels zu bedienen, dem nach dem Vorgang der Londoner Bibelgesellschaft ein kleiner Rabatt gewährt wurde. »Die anderen deutschen Bibelgesellschaften äußerten bei Besprechung dieser Frage auf der allgemeinen Konferenz Bedenken, ihrerseits diesen Schritt zu tun. Sie hoffen, durch Vermittlung der Tochtergesellschaften, Pfarrämter und Kolporteurs für den nötigen Absatz zu sorgen.« (NB. Die Kataloge der Barsortimenter für das Publikum haben in dankenswerter Fürsorge für das Sortiment bei den Bibelausgaben auf einen Portozuschlag hingewiesen.) Die Bibelanstalt hält über 600 Muster auf Lager, die Blindenbibel erschien nach Übereinkunft mit allen deutschen Bibelgesellschaften im Jahre 1897 nur in Stuttgart. Satz und Druck erfolgen, wie uns die Festschrift belehrt, nicht in der Anstalt selbst. Der Satz einer jeden Bibel wird in der Bibelanstalt in Schränken mit je 170 Fächern aufbewahrt und ist in Rahmen von der Größe eines Druckbogens eingespannt. Der Satz der Großoktab-Bibel wiegt 100 Zentner und hat einen Wert von 15 000 M. Von einem einzigen Satz können 500 000 bis 600 000 Abzüge gemacht werden. Die Lettern selbst werden unmittelbar zum Druck verwendet. Wenn der Verfasser sagt, daß der stehende Satz gegenüber dem früher sehr beliebten Stereotypdruck den Vorzug habe, daß nachträglich entdeckte Druckfehler leichter verbessert, abgesprungene oder schadhafte Buchstaben eher ersetzt werden könnten als bei den massiven gegossenen Druckplatten, so dürfte dies wohl einigen Bedenken begegnen. Wir wollen ihm gern glauben, daß die Stuttgarter Bibeln den Ruhm haben, fast völlig fehlerfrei zu sein, aber andererseits lesen wir auch in Lords »Herstellung von Druckwerken« gerade im Gegenteil, daß außer feststehendem (d. h. nicht geändertem) Text die Stereotypie Grundbedingung für ein fehlerfreies Buch sei: »so konnte die Universität Oxford eine