

Die Absatzmöglichkeit des deutschen Buchhandels in China.

In Nr. 235 des Börsenbl. 1912 ist eine Denkschrift des Vorstandes des Börsenvereins über die Begründung einer Vereinigung zum Export deutscher Lehr- und Lernmittel nach China zum Abdruck gebracht worden, in der u. a. auch auf die Bestrebungen des »Ostasiatischen Lloyd«, der deutschen Geistesarbeit und speziell dem deutschen Buche einen stärkeren Anteil in China zu sichern, hingewiesen wird. Da diese Pionierarbeit in wirksamer und zweckmäßiger Weise den Boden vorbereiten hilft, auf dem der Börsenverein in erster Linie für den deutschen Lehrmittelhandel zu ernten hofft, so dürften die nachstehenden Ausführungen vielleicht mit dazu beitragen, ihm die für einen Erfolg unbedingt notwendige Unterstützung der beteiligten Kreise zu verschaffen. Der Artikel bildet den ersten Teil einer unter dem Titel »Praktisches zur deutschen Kulturpolitik« im »Ostasiatischen Lloyd« erscheinenden Aufsatzreihe und darf um so mehr Anspruch auf Beachtung machen, als angesichts der bevorstehenden Erschließung Chinas im weitesten Sinne die anderen Nationen sich einen möglichst günstigen Platz an der Sonne zu sichern suchen. Daß der Börsenverein nicht daran denkt, die dem Deutschen bisher im Völkerverwettbewerb traditionell überlassene Rolle des armen Poeten zu übernehmen, der sich erst einfindet, wenn die Welt weggegeben ist, geht aus der Notiz hervor, die er durch sein Pressebureau dieser Tage an die maßgebenden Zeitungen versandte und die unter der Spitzmarke: »Die Hebung des Exports deutscher Lehr- und Lernmittel nach China« an der Spitze der Kleinen Mitteilungen in dieser Nummer abgedruckt ist.

Red.

Eine der vornehmsten Erzeugungen Deutschlands ist immer noch die geistig-literarische, und einer der vornehmsten Handelszweige in Deutschland ist in steigendem Maß der Buchhandel, überhaupt die Herstellung und der Vertrieb von Geistesprodukten in Gestalt von Büchern fast jeder Art und für jedes Bedürfnis, von Lehrmitteln usw., und die weitestgehende Verbreitung von künstlerischen Werten, einschließlich der außer dem eigentlich literarischen und dem musikalischen Gebiet liegenden. Am bewundernswertesten muß aber dem Beobachter auf diesem ganzen Gebiet die Organisation von Erzeugung und Vertrieb sein, das System, das die ganze geistige Erzeugung, fast automatisch, jedermann zugänglich und so tatsächlich zum Eigentum des ganzen Volks macht. Diese Organisation ist einzig in der Welt, an sich schon ein echtes Kind des systematischen, systematisierenden deutschen Geistes, der hier einmal in wohl ausschließlich erfreulicher Weise zur Geltung kommt. Der Deutsche daheim nimmt es hin und nutzt es als selbstverständlich aus, ohne sich weiter Gedanken darüber zu machen. Man lernt es erst bewußt schätzen, wenn man einmal in irgendeinem andern Land das zweifelhafte Vergnügen gehabt hat, sich irgendein Buch, das man gerade notwendig braucht, zu beschaffen. Ist man noch so naiv, beim ersten besten Bücherverkäufer ein Buch verlangen zu wollen, das nicht gerade auf dem Ladentisch liegt oder im Fenster steht, so wird der gute Mann meist verdutzt dreinschauen, und die Möglichkeit des »Bestellens« wird ihm oft nur einleuchten, wenn er zufällig nicht bloß Bücherträger ist, sondern mit dem gerade in Frage kommenden Verlag in besonderer Verbindung steht. Selbst bedeutendere Werke kann man in Paris oder London unter Umständen nicht einmal durch den Verleger selbst erhalten, und man bekommt oft solche ausländische Werke durch die bekannten Spezialisten in Berlin oder auch durch den ersten besten deutschen Sortimenter, durch dessen Leipziger Agenten und seine ausländischen Verbindungen, die sich auf dem Laufenden zu halten wissen, schneller, als wenn man sich in Paris oder London selbst auf die Suche begeben wollte. Die einzigartige deutsche buchhändlerische Organisation, auf der solche Erfolge beruhen, ist wohl in den Grundzügen bekannt. Aber die ungeheure Bedeutung eines solchen Systems für den Kulturstand eines Volkes ist uns vielleicht nicht immer genügend bewußt. Deshalb ist es nötig, im Zusammenhang mit den deutschen kulturpolitischen Fragen in China auch darauf einmal hinzuweisen.

Hier interessiert uns nun zunächst die Wirksamkeit dieser Organisation gegenüber dem Ausland, besonders vom Standpunkt der Durchsetzung der deutschen Kultur in China. Und da ist die betrübliche Feststellung zu machen, daß das System zwar, wie

wir eben gesehen haben, beim Auffuchen ausländischer Werke, also gewissermaßen bei der Auffaugung auf fremdem Boden erzeugter Schätze, mit seiner vorzüglich durchgearbeiteten Organisation und seinen ausgezeichnet durchgebildeten und wachsenden Organen auch über das eigentlich organisierte Gebiet hinaus bis ins Ausland wirkt, daß es aber umgekehrt, gewissermaßen expansiv, wenig wirksam ist. Uns ist sogar ein Fall bekannt, wo jemand in einem kleinen Ort Deutschlands durch einen Sortimentsbuchhändler ohne irgendwelche eigenen Umstände zu einem in Peking chinesisch gedruckten Buch gekommen ist, dessen Namen er nicht einmal genau bezeichnen konnte. Nun male man sich aber einmal aus, wie etwa in einer, selbst größeren, bedeutenden Stadt seines Landes ein Chinese, der von den paar deutschen Buchhandlungen in Tsingtau und Shanghai vermutlich keine Kenntnis haben wird, zu einem in Berlin erzeugten Buch, Lehrmittel, Kunstblatt oder dergleichen kommen mag, von dem er einmal hat läuten hören oder von dem er eine (natürlich druckfehlerentstellte) Angabe in einer Zeitung gesehen hat! Wenn er nicht sehr hartnäckig ist und ihm nicht etwa ein hilfreicher Missionar beispringen kann, wird er es bei seinem frommen Wunsch betwenden lassen und sich mit englischen und amerikanischen Erzeugnissen, die er — im Original oder chinesisch bearbeitet — vielleicht schon in der nächsten Straße haben kann, zufriedengeben. Und er wird sich sagen: »Da sieht man einmal wieder, Englisch ist doch das einzig Richtige für uns in China!«

Man darf sich nicht wundern, daß auf diese Weise der chaotische englische und amerikanische Buchhandel in ganz China durchgedrungen ist, während der so vollkommen organisierte deutsche Buchhandel sich bei der Durchdringung des chinesischen Geistesmarktes überhaupt nicht bemerklich macht. (Die erwähnten paar deutschen Buchhandlungen liefern natürlich auch an Chinesen, Studenten usw., die sich an sie wenden; aber sie sind ihrer ganzen Anlage nach notwendig auf die Bedürfnisse der Fremden, ebensowenig auf eine Eroberung des chinesischen Marktes eingestellt, wie die nach China liefernden Exportbuchhandlungen in Deutschland.) Es sind nicht nur die bekannten historischen Gründe und der bekannte Mangel an geistiger Expansion der meisten Deutschen in China, sondern es ist vor allem die Eigenart des an sich so vollendeten deutschen Systems. Das, wie oben hervorgehoben war, fast automatische Funktionieren der wunderbaren, feinen »Bildungskanalisation«, das der deutsche Buchhandel und die verwandten Zweige darstellen, versagt natürlich im Ausland, besonders in China, wo eben die Leitung und die Anschlüsse fehlen. Der englische und der amerikanische Produzent dagegen, der eine so ausgezeichnete, automatisch funktionierende Einrichtung nie gekannt hat, weiß von vorn herein, daß er sich, genau wie jeder andere Produzent, den Absatz selbst suchen muß; wie er in der eigenen Heimat den Absatz selbst organisieren muß, so hat er auch in China mit eigener Initiative zugegriffen und sich mit doppeltem Eifer den für ihn jungfräulichen Markt erobert. Gerade so wie etwa mit seinen Zigaretten, Haarschneidemaschinen, Rasierapparaten, ist er auch mit seinen Geistesprodukten gleichsam als Musterreiter ins Land gezogen. Natürlich hat er sich die Mitwirkung der vielen Missionare, Lehrer usw. gesichert. In Shanghai zum Beispiel hat eine Missionsdruckerei mit Filialgeschäft im Gebäude des chinesischen »Christlichen Vereins Junger Männer« die Vertretung des bekannten New Yorker Verlags von MacMillan. Gelegentliche, mit Hilfe amerikanischer Missionare und ihrer Mitarbeiter veranstaltete, meist zwar recht chaotische, immer aber reichhaltige und anregende und starken Besuch findende »Ausstellungen« mit englischen und chinesischen frommen Sprüchen und mehr frömmelnden als schönen Bildern an den Wänden fördern das Geschäft ganz bedeutend. Die würdigen englischen und amerikanischen Missionare verfehlen bei dem leichtfertigen Shanghaier mit seinem unterschiedslosen Gang sowohl für alles Abergläubische und Übernatürliche wie für alles Kultische und Frömmelnde nie ihre Wirkung. Die amerikanische Firma MacMillan & Co. hat nicht nur einen offenbar gewaltigen Absatz für ihre allgemeine Produktion, sondern vertreibt vor allem auch eine vielseitige, eigens für den chinesischen Bedarf hergestellte, teils englische, teils chinesische, teils zweisprachige Literatur