

Dieffenbach wandte sich nach Capri; dort wußte er sein Leben und seine Arbeiten mit dem der Allgemeinheit in Einklang zu bringen und hat mit seinen Kindern in der Stille einen friedlichen Abschluß seines unruhigen Daseins erlebt.

Sprechsaal.

(Ohne Verantwortung der Redaktion; jedoch unterliegen alle Einsendungen den Bestimmungen über die Verwaltung des Börsenblatts.)

Von den Grundlagen des verlegerischen Erfolges.

(Vgl. den Artikel an der Spitze dieser Nummer.)

Als wir Herrn Georg Hecht mit der Bearbeitung des vorstehenden Themas betrauten, gingen wir von der Meinung aus, daß es nicht ohne Interesse für den Fachmann sein würde, einmal zu hören, wie sich in dem Kopfe eines Schriftstellers die Aufgaben und Erfolgsmöglichkeiten eines Verlegers malen und wie er ihnen beizukommen suchen würde, wenn ihn das Schicksal auf den Platz des Verlegers gestellt und ihm dessen Arbeit und Wirkungsbereich zugewiesen hätte. Wie jeder Mensch in einer müßigen Stunde wohl schon mit dem Gedanken gespielt hat, was er tun würde, wenn er einmal der Herrgott wär, so hat gewiß auch schon mancher Schriftsteller sich über die Verleger, die er ja meist auch für kleine Herrgötter hält, seine Gedanken gemacht. Nur sind diese Gedanken meist nicht die Gedanken der Verleger und seine Wege nicht ihre Wege. Denn im Reiche der freien Geister sehen die Dinge meist anders aus als in der erdgebundenen Wirklichkeit. Zudem sind die Gedanken der Nachbarn, auch wenn man Tür an Tür mit ihnen wohnt, oft mehr auf den eigenen Vorteil als auf den der anderen gerichtet und nicht immer so idealer Natur wie in der Darstellung des Herrn Hecht. Das Streben der Besten unseres Berufs geht wohl aber kaum dahin, alles durch ihre Autoren und nichts durch sich selbst sein zu wollen. Nur ein Verleger, der selbst eine Persönlichkeit ist, die ihr Licht nicht von anderen, sondern von sich selbst aus empfängt, wird Persönlichkeiten in seinen Bann ziehen und, Verwandtes zu einer Einheit zusammenschließend, seinem Wert Ziel und Richtung geben können, auch wenn er nur die Werke seiner Autoren für sich sprechen läßt. Denn so wenig jemand ein Baumeister genannt zu werden verdient, der Stein an Stein fügt, ohne ihm seine zweckmäßige Stellung im Bau anzuweisen, so wenig macht die wahllose Aneinanderreihung von Verlagswerken den Verleger. Es wäre auch, trotz der schlechten Zeiten, weniger schwierig Verleger zu sein, wenn die Grundlagen des Erfolges im Verlagsbuchhandel rein materieller Natur wären. Daß sie das nicht sind, beweist wohl am besten der Umstand, daß der Buchhandel auf den Ruhmestitel, Förderer der Literatur und Wissenschaft zu sein, in weit geringerem Maße Anspruch erheben kann, seit das Großkapital auch im Buchhandel seinen Einzug gehalten hat und neben die großen, von weitaushauenden, scharf ausgeprägten Persönlichkeiten getragenen Verlagsgeschäfte von bestimmendem Einfluß auf die Literatur zahlreiche nicht minder große, aber unpersonliche Aktiengesellschaften getreten sind. Was unsere raschlebige Zeit erstrebt, ist der schnell wechselnde Umsatz aller Werte, der Augenblicks- oder Tageserfolg, der so rasch als möglich das aufgewandte Kapital wieder für neue Unternehmen freizubekommen sucht, um das Spiel von neuem zu beginnen. Denn ein Spiel ist es, solange der Einsatz derselbe bleibt. Und Spiel und Spielerei rächen sich meist dadurch, daß der Nutzen mehr als der Gewinne sind. Es ist längst kein Geheimnis mehr, daß einzelne Verleger Werk auf Werk bloß deswegen herausbringen, weil sie hoffen, daß sich ein großer Erfolg doch einmal bei einem davon einstellen müsse.

Daß das Thema mit den u. G. sehr beherzigenswerten Ausführungen des Herrn Hecht nicht erschöpft ist, hat der Verfasser selbst zugegeben, indem er seine Arbeit als einen »Versuch« bezeichnet. Mehr kann sie bei dem Mangel an Vorarbeiten auf diesem Gebiete auch nicht sein, wohl aber läßt sich das Thema von verschiedenen Seiten aus beleuchten. Und kann es wohl eine fruchtbringendere Beschäftigung geben, als den Ursachen des Erfolges im geschäftlichen Leben nachzugehen, da doch die Arbeit eines jeden von uns auf Erfolg, im Sinne von Wirkung, gerichtet ist, wenn auch jeder darunter etwas anderes versteht? Wohl sollen wir alle das Höchste erstreben, ein jeder nach Maßgabe seiner Kräfte und im Bewußtsein, daß sie in demselben Maße wachsen, in dem er Gebrauch von ihnen macht. Aber begnügen müssen wir uns alle mit weniger, und oft genug müssen auch die anderen den guten Willen für die Tat nehmen. Man wird es daher auch gelten lassen müssen, wenn man die Dinge etwas mehr vermenslicht als Herr Hecht und auch die Erfahrungen der Praxis mit in Berücksichtigung zieht, zumal »der Streifen goldener Farbe« aus dem Bilde schon deswegen nicht entfernt werden kann, weil er auch dann noch »Erfolge« bedeutet, wenn er nur Mittel zum Zweck ist, nur den Untergrund abgibt, ohne am Bilde selbst

etwas zu ändern. Ja, die Grundlagen des Erfolges werden umso sicherer sein, je mehr zu dem ideellen auch der materielle Gewinn tritt. Für den wirklich erfolgreichen Verleger ist das eine ohne das andere kaum denkbar, und wenn zu seinem idealen Streben noch die Kunst des Aushaltens kommt, so wird ihm auch der klingende Lohn nicht versagt bleiben, am wenigsten vielleicht gerade dann, wenn er nicht das Endziel seines Strebens ist. Denn liegt nicht zuletzt bei vielen Verlegern der Mangel an Erfolg, wie sie ihn verstehen, darin, daß sie ihn so krampfhaft suchen und vom Heute und Morgen erwarten, was ihnen die Zukunft freilich schon deswegen nicht gibt, weil sie weder mit ihr rechnen, noch daran glauben? Auf diesen Glauben aber kommt es an, denn wenn er auch nicht über die Bedeutung eines Verlegers entscheidet, so bildet er doch die Voraussetzung dafür in allen den Fällen, wo es sich um eine starke Persönlichkeit handelt, bereit, mit zielsicherem Willen sich für eine Idee, ein Unternehmen einzusetzen.

Es ist indessen nicht unsere Absicht, mehr als Wege zu zeigen, wie einer praktischer gearteten Behandlung des Themas beizukommen ist. Dieser Wege gibt es genug, und wo eine Predigt im Stile des Herrn Hecht versagt, tut es vielleicht ein praktischer Leitfaden, obwohl sich die Kunst des Verlegens so wenig lernen läßt wie die Kunst, glücklich zu sein. Jeder wird, hier wie dort, seine eigenen Wege gehen müssen, aber es lohnte sich wohl, den Wegen einmal nachzuforschen, die andere große Männer unseres Berufes vor uns gegangen sind. Was hat die Cotta, Goetschen, Perthes, Brockhaus groß gemacht, und auf welche Voraussetzungen gründen sich ihre Erfolge? Sind sie lediglich an ihre Person und ihre Zeit gebunden oder lassen sich daraus Grundsätze von allgemeiner Bedeutung auch für uns und unsere Zeit herleiten? Wie müssen die geistigen und materiellen Grundlagen für eine Erfolgsmöglichkeit beschaffen sein, und wie sich die Beziehungen zum Buchhandel und Publikum gestalten, da es sich doch nicht lediglich um das Verhältnis eines Verlegers zur Literatur handelt? Heißt doch heute vielfach die Parole des Verlegers: mit oder ohne den Buchhandel und noch öfter für und gegen das Sortiment, je nachdem er glaubt, seine Stellung von der jeweiligen »Lagerung des Falles« abhängig machen zu müssen. Führt hier nun »die gerade Linie« zum Erfolg, oder ist wirklich, wie uns so viele glauben machen wollen und sich selbst einreden, »die Politik von Fall zu Falle« der Weisheit letzter Schluß?

Weiter: Was läßt sich von den erfolgreichen Verlegern der Gegenwart lernen, und womit haben sie Autoren, Buchhandel und Publikum für sich gewonnen? Worin unterscheidet sich der Geschäftsverleger von dem Kulturverleger, und was hat es mit dem unpraktischen Idealisten, dem Snob, dem gerissenen Freibeuter und all den anderen modernen Verlegertypen für eine Bewandnis? Liegt nicht vielleicht die Erfolglosigkeit so vieler Verleger darin, daß ihr Blick mehr der Vergangenheit und Gegenwart als der Zukunft zugewandt ist, daß sie für Forderungen des Tages halten, was nur Wünsche einzelner oder einer kleinen Gemeinde sind, und daß ihre Arbeit immer nur in die Breite, nie in die Tiefe geht? Soll sich der Verleger spezialisieren, das Gesamtwerk eines Autors zu sich herüberziehen, statt der Bücher Schriftsteller suchen, sie sich dienstbar machen oder soll er ihnen dienen? Wie kann er einer besseren Organisation des Büchermarktes die Wege bereiten, Überflüssiges von sich fernhalten und seine Autoren zur Mitwirkung an dem Aufbau seines Verlages als eines Gesamtorganismus heranziehen?

Auch »die kleinen Mittel« dürfen nicht außer acht gelassen werden. So die Frage der Gründung von Zeitschriften als Selbstzweck oder als Mittel zum Zweck einer engeren Fühlung mit allen in Betracht kommenden Faktoren, sei es, um dadurch einen Stamm von Autoren, ein bestimmtes Publikum oder beides zu gewinnen. Und nicht zuletzt wäre wohl auch des Anteils zu gedenken, der der Reklame und ihren verschiedenen Formen an dem Erfolge beizumessen ist, der Verbindung mit Vereinen, Gesellschaften und dergleichen, in der heute alle diejenigen ihr Heil suchen, denen die Personen mehr gelten als die Persönlichkeit.

Wie aber auch das Thema behandelt werden mag: ob man aus den Schicksalen einzelner Verleger oder bestimmter Bücher — es sei nur an Scheffels Ekkehard, an Schopenhauers und Nietzsche Werke erinnert — oder aus dem Gesamtbilde des deutschen Verlagsbuchhandels und den Erfahrungen der Praxis zu einem Ergebnis zu gelangen sucht, es wird seinen Reiz in sich tragen, auch wenn die Kinder der Welt es anders ansehen als die Kinder des Lichts.

Es mag als ein Beweis unseres Vertrauens zu der Bereitwilligkeit der Leser, an der Gestaltung dieses Blattes mitzuwirken, angesehen werden, daß wir diese Anregung — unbekümmert um die wenig günstige Zeit — auf den Boden des Sprechsaals stellen, um von hier aus eine weitere Behandlung mit Unterstützung der Leser in die Wege zu leiten und ihr das Thema: Von den Grundlagen des Erfolges im Sortiment anzuschließen.