



# Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint wöchentlich. Für Mitglieder des Börsenvereins ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag eingeschlossen. Weitere Exemplare zum eigenen Gebrauch kosten je 30 Mark jährlich frei Geschäftsstelle oder 36 Mark bei Postüberweisung innerhalb des Deutschen Reiches. Nichtmitglieder im Deutschen Reich zahlen für jedes Exemplar 30 Mark bez. 36 Mark jährlich. Nach dem Ausland erfolgt Lieferung über Leipzig oder durch Kreuzhand, an Nichtmitglieder in diesem Falle gegen 5 Mark Zuschlag für jedes Exemplar.

Die ganze Seite umfaßt 360 viergespalt. Petitzeilen, die Zeile oder deren Raum kostet 30 Pf. Bei eigenen Anzeigen zahlen Mitglieder für die Zeile 10 Pf., für  $\frac{1}{2}$  S. 32 M. statt 36 M., für  $\frac{1}{4}$  S. 17 M. statt 18 M. Stellengesuche werden mit 10 Pf. pro Zeile berechnet. — In dem illustrierten Teil: für Mitglieder des Börsenvereins die viergespaltene Petitzeile oder deren Raum 15 Pf.,  $\frac{1}{2}$  S. 13.50 M.,  $\frac{1}{4}$  S. 26 M.,  $\frac{1}{8}$  S. 50 M.; für Nichtmitglieder 40 Pf., 32 M., 60 M., 100 M. — Beilagen werden nicht angenommen. — Beiderseitiger Erfüllungsort ist Leipzig

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 12.

Leipzig, Freitag den 16. Januar 1914.

81. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil.

### Am Strome der Zeit.

Rückblicke und Ausblicke auf Literatur und Buchhandel.

I.

Das hinter uns liegende Jubiläumjahr, das uns reichlich Gelegenheit zu Rückblicken und Vergleichen gegeben hat, führte uns wieder einmal die seit einem Jahrhundert geleistete Arbeit auf geistigem und technischem Gebiete vor Augen. Schon ein Vergleich der literarischen Produktion mit dieser Arbeit ist ein guter Gradmesser des Kulturfortschrittes; er läßt aber auch als bedenkliches Moment die gewaltige Beschleunigung im Tempo dieser Entwicklung erkennen und gibt zu Zweifeln Anlaß, ob dieses Tempo dem Menschen zum Segen gereicht. Mag dem sein, wie ihm wolle. Wir bleiben die Kinder unserer Zeit und müssen uns mit den Dingen abfinden. Die Beschaulichkeit und die patriarchalischen Zustände, wie sie vor hundert Jahren in unserem Berufe herrschten, können in unserem Herzen nur ein wehmütiges Gedenken wachrufen, wenn wir uns vergegenwärtigen, wie verschieden doch unsere Arbeit von der unserer Großväter und Urgroßväter ist und ein wieviel größeres Maß von geistiger und geschäftlicher Regsamkeit von uns gefordert wird. Seit Beginn des letzten verfloßenen Jahrhunderts hat sich unsere literarische Produktion nahezu verzehnfacht. Für den geistigen Stand eines Volkes ist das ein gutes Zeichen. Das Niveau der allgemeinen Bildung hat sich nach Konsolidierung der äußeren und inneren politischen und nach Gesundung und Festigung der wirtschaftlichen Verhältnisse nicht unbeträchtlich gehoben. Der bedeutsame Anteil, der an dieser Entwicklung dem Buchhandel zukommt, wird leider heute noch vielfach verkannt, wenn auch eine allmähliche Würdigung seiner Verdienste um die Volksbildung durchzudringen scheint. Die Einführung der Gewerbefreiheit schuf eine breitere Basis für den Büchermarkt und spornte den Einzelnen zu immer größeren Leistungen an. Die Technik eröffnete neue und verbesserte Möglichkeiten der Herstellung, und der anschwellende Umfang des meist in einer Hand liegenden Gewerbes führte allmählich zur Arbeitsteilung. Druckerei, Verlag- und Sortimentsgeschäft traten zunächst als Spezialbetriebe auf, um später weitere Äste von sich abzuzweigen. Während das Druckereiwesen sich nach der industriellen Seite hin separiert hat und nur in wenigen Fällen noch als Bestandteil des Buchhandels auftritt, bilden heute Verlag und Sortiment in ihren verschiedenen Arten und Abstufungen jene Gewerbeeinheit, die man, kaufmännisch ausgedrückt, unter der buchhändlerischen »Branche« versteht.

Ob die Art der Arbeitsteilung immer im richtigen Verhältnis zu der buchhändlerischen Produktion gestanden hat und ob nicht einige Abzweigungen, wie z. B. der Kolportage- und Reisebuchhandel, die Bewegungsfreiheit des Sortiments eher eingengten als erweiterten, mag dahingestellt bleiben. Jedenfalls sind die Bemühungen, das Sortiment auf den weniger lukrativen Vertrieb der wissenschaftlichen Literatur zurückzudrängen, ein bedenkliches Zeichen in einer Zeit, die mehr als jemals einen gut gebildeten und dabei lebensfähigen Sortimenterstand erfordert. Ein Teil der Schuld an dieser ihm nachteiligen Entwicklung fällt freilich auch auf ihn zurück. Viel zu lange hielt er in konser-

vativem Sinne am Alten fest und wollte nicht auf die Stimme der Zeit hören, die gebieterisch eine Anpassung an die neuzeitlichen Betriebsformen verlangte und auf eine Verschmelzung buchhändlerischen und kaufmännischen Geistes hinwies. Die Existenzbedingungen für das Sortiment haben sich dadurch sichtlich verschlechtert, und auch sein äußeres Ansehen hat nicht dabei gewonnen. Diese Erkenntnis ist notwendig, um auf die Wege zu führen, auf denen eine Erstarbung dieses wichtigen Zweiges des Buchhandels erreicht und die ihm im öffentlichen Leben gebührende Stellung wiedergewonnen werden kann. Als erstes Erfordernis einer solchen, von den Prinzipien der Selbsthilfe ausgehenden Verbesserung muß eine verstärkte Anteilnahme an allen Vorgängen des öffentlichen und literarischen Lebens angesehen werden und eine von modernem Geschäftsgeist getragene Anwendung der Politik aller ihm zu Gebote stehenden kleinen und großen Mittel, die geeignet sind, die innere Organisation des Geschäfts zu vereinfachen und die äußere Vertriebstätigkeit zu erweitern. Die gewaltige Informationsarbeit des Sortimenters, die in dem Studium der ihm im Zettelpaket oder direkt zugehenden Zirkulare und Angebote, in der sorgfältigen Lektüre des Börsenblatts usw. besteht, erfordert heute außerordentlich viel Zeit, um die Summe der praktischen Ergebnisse für das einzelne Geschäft herauszufinden und die Arbeit danach einzustellen.

Hier soll die neue Artikelfolge orientierend eingreifen, die heute unter dem oben genannten Titel begonnen wird, und ihre Entstehung einer Anregung der Redaktion dieses Blattes verdankt. Mit ihr soll der Versuch gemacht werden, aus all den Äußerungen unseres öffentlichen und literarischen Lebens die Stimme des Zeitgeistes zu Gehör zu bringen und besonders denjenigen Erscheinungen Aufmerksamkeit zuzuwenden, die für die praktische Arbeit des Buchhändlers von Bedeutung sind. Mehr als irgend welche Einzelercheinungen auf dem Büchermarkt kommen dabei Zeitereignisse, Zeitströmungen und literarische Richtungen in Frage, die, mittelbar oder unmittelbar in das Geschäftliche des Buchhandels eingreifend, beispielsweise dem Verleger andeuten können, wo die Wurzeln neuer Unternehmungen liegen, dem Sortimenter sagen, welche Art von Schaufensterdekoration oder welche besondere Vertriebsmanipulation sich für ihn empfiehlt. Da es sich hierbei nicht darum handeln kann, daß nur der Einzelne sich bemüht, im Kampfe mit der Konkurrenz stark zu bleiben, sondern daß eine innere und äußere Kräftigung unseres Standes unter Benutzung aller großen und kleinen Mittel angestrebt werden muß, so bedarf es keiner weiteren Begründung eines solchen Versuches, dessen Gelingen allerdings weniger von der Arbeit eines Einzelnen, als von der Mitarbeit aller abhängig ist. Seine Durchführung wird daher nur dann in der den Absichten der Redaktion entsprechenden Weise möglich sein, wenn alle Zweige des Buchhandels das nötige Informationsmaterial der Redaktion zur Verfügung stellen, damit namentlich auch auf das Kommende, soweit es in den Rahmen dieser Betrachtung gehört, rechtzeitig hingewiesen werden kann. Wie bereits angedeutet, berührt sich die wichtige Propaganda durch das Schaufenster aufs engste mit den Absichten und Zielen der neuen Artikelfolge. Es soll deshalb nicht versäumt werden, auch an dieser Stelle nochmals darauf hinzuweisen, daß der Ausschuß für