



# Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint werktäglich. 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 Kreuzband, 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. 27.

Leipzig, Dienstag den 3. Februar 1914.

81. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil.

### Allgemeiner Deutscher Buchhandlungs-Gehilfen-Verband.

Im vergangenen Monat Januar wurden ausgezahlt:

- 2172.— Krankengelder,
- 600.— Begräbnisgelder,
- 891.91 Witwen- und Waisengelder,
- 212.97 Invalidengelder.

Leipzig, 2. Februar 1914.

Der Vorstand.

### Münchener Briefe.

I.

Rezensionsexemplare und Rezensionen. — Die Empfehlung des Sortimenters. — Propaganda-Ausschüsse. — Dr. Conrad und das Ansehen der Literatur. — Eine Feier der Firma J. F. Lehmann's Verlag. — Art. 3 der Novelle zum Postgesetz. — Die Buchgewerbe-Ausstellung des Münchener Bundes. — Verleger Sorgen.

Einen nicht geringen Anteil an den Propagandakosten bilden für jeden Verlag die Rezensionsexemplare. In nur ganz wenigen Fällen kann der Erfolg dieser Werbearbeit nachgewiesen werden, und dies ist wohl die Ursache, warum in gar so freigebiger Weise mit ihnen verfahren wird. Werden sie direkt verlangt, ob durch oder ohne vorherige Antrage, ist hier nebensächlich, dann ist ja ein Interesse für das Werk als vorhanden anzunehmen. Ganz anders, wenn sie den Schriftleitern ohne weiteres übersandt werden; die Freigebigkeit wächst sich in diesen Fällen zur Verschwendung aus. Es ist gewiß ein großer Fehler gerade an den Rezensionsexemplaren zu sparen, was ich aber jemand aufdränge, verliert ohne weiteres an Wert.

Dem Fehler allzu großer Freigebigkeit wird aber meist noch ein anderer beigegeben: durch die Waschzettel. Wer im Antiquariat, in das ja die Rezensionsexemplare meist wandern, so eine Fuhre durchgesehen und dabei die Waschzettel durchmustert hat, der findet, daß die Besprechungen sehr selten sachlich sind. Sie bringen so erschrecklich oft eine Zusammenstellung landläufiger und dabei nichtsagender Redensarten, daß man wirklich nicht erkennen kann, was eigentlich das neue Werk vor andern auf dem Gebiet bereits erschienenen auszeichnet, wodurch doch die Bedürfnisfrage begründet wird. Wie oft würde nicht ein kurzer Auszug aus dem Inhaltsverzeichnis dem Leser zeigen, daß hier gerade der Stoff behandelt ist, der ihn am meisten interessiert, wie oft würde nicht der Abdruck der oder jener Stelle des Buches die Diktion des Werkes zeigen! Aber fast ausnahmslos wird statt Brot Stein dargeboten.

Und wie es mit den Waschzetteln ist, so ähnlich ist es mit der Mehrzahl der Besprechungen. Man merkt den meisten zu sehr an, daß der Rezensent Literaturgeschichte und Ästhetik studiert hat und nun in schön gebauten Perioden literaturgeschichtliche Wertungen von sich gibt. Er speit Perlen, wo das werktätige Volk, das breite Publikum eine einfache, leicht faßliche Inhaltsangabe nötig hat. Es ist ein gewaltiger Fehler der Kritik, daß sie glaubt, das lesende Publikum sei für die beste Darstellungsweise empfänglich. Der Jurist, der Kaufmann, der Ingenieur, sie alle alle stecken im Bannkreis ihres Berufes und sollen nun mit einem Sprung ihren Ideenkreis wechseln können? Das heißt Unmögliches

fordern! Und deswegen werden wir auch immer finden, daß nicht etwa die Bücher von bleibender Bedeutung den größten Leserkreis haben, sondern diejenigen, die keine großen Anforderungen an die geistige Mitarbeit stellen, die das, was die Masse nur zum Hausgebrauch besitzt: Gemüt und Empfindung, zur breiten Basis ihres Handlungsgehalts nehmen, oder auch so nebenbei an einigen wissenschaftlichen Fragen (über die sexuelle oder die soziale Frage: Michaelis, Das gefährliche Alter, — Bellamy, Rückblick aus dem Jahre 2000) teilnehmen lassen.

Wie oft werden aber nicht Bücher, die die beste Aussicht auf guten Absatz hätten, von der Kritik in aller Güte totgeurteilt! Die immer wiederkehrenden Phrasen: gesunder, echter Humor, ergreifende Tragik, psychologische Entwicklung, starke dichterische Kraft, seelische Vertieftheit usw. usw., sie können den Leser, weil er ihnen zu häufig begegnet, nicht zum Kauf anregen. Andere Kritiker verfallen wieder in den Fehler begriffshäufender Darstellung: bedeutungsvoll wiederkehrende symbolische Situationen mit Parallelfällen. Und wieder andere benutzen die Beurteilung eines Buches zu langatmigen Abhandlungen über irgend ein Literaturgebiet, das mit dem im Werke selbst vertretenen in nur ganz lockerem Zusammenhang steht. Solche Kritiken ermüden und lenken die Leser, die eigentlich erreicht werden sollen, ab.

Wir dürfen uns daher nicht wundern, wenn die Statistik uns so einen schlechten Erfolg der Rezensionsexemplare zeigt. Was wir fordern würden, wäre also eine Reform der Kritik. Doch liegt dies eben leider außer der Zuständigkeit des Buchhandels; er kann wohl vorstellen und wünschen, kann vielleicht auch seinen Einfluß geltend machen bei den einzelnen Tageszeitungen, vielleicht auch in der Fachpresse, wie im Literarischen Echo, auf das Unzweckmäßige derartiger Rezensionen aufmerksam machen, eine entscheidende Änderung aber wird er schwerlich herbeiführen können. Wir sind da auf Gnade und Ungnade der Kritik verfallen.

Es bleibt daher dem Buchhandel als Retter immer nur die mündliche Empfehlung. Für sie kann der Sortimenter vor allem sorgen. Leider kommen die meisten Verkäufer aber auch nicht aus den landläufigen Redensarten heraus, denn das Verkaufen haben die allerwenigsten von ihnen gelernt. Die größte Kunst des Sortimenters soll von den jungen Leuten so nebenbei aufgeschnappt werden. Sie erhalten auch nicht die geringste Anleitung dazu; zum guten Verkäufer muß man also im Buchhandel direkt geboren sein. Während der Kaufmann seine systematische Schulung bekommt, muß sich der Sortimenter, dem schon die Kenntnis seiner Ware besondere Schwierigkeit macht, stets seine eigene Technik in der Bedienung zurechtlegen. Da aber auch hier die Erfahrung alles ausmacht, kommt der Buchhändler meist erst in den späteren Dienstjahren zu einer sachgemäßen Behandlung der Kunden, die ihm das Vertrauen des Publikums erwirbt. Wenn wir auch eine ziemliche Auswahl an kaufmännischer Literatur über das Problem des Verkaufens besitzen, die auch der Buchhändler in ihren Grundzügen benutzen kann, die Eigenart des Buchhandels würde es doch bedürfen, daß er eine besondere Schulung erhält. Hier würden die Gehilfenvereinigungen ihren Mitgliedern praktische Hilfe angedeihen lassen, wenn sie das Thema in ihr Programm aufnahmen. Die dabei notwendigen Beurteilungen der Autoren würden den jungen Kollegen eine gute Anleitung zum tieferen Genuß der betreffenden Werke geben, zugleich aber auch