



# 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. 68.

Leipzig, Dienstag den 24. März 1914.

81. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil.

### Buchhändlerische Zeit- und Streitfragen.

I.

Offener Brief an die Redaktion des Börsenblattes, Leipzig.

Mit großem Interesse habe ich Ihre Nachschrift zu meinen Ausführungen »Nachdenkliche Betrachtungen über Mißstände im Musikalienhandel« in Nr. 62 dieses Blattes gelesen und mit Freuden festgestellt, daß wir in unseren Ansichten gar nicht so weit auseinandergehen, um nicht die verbindende Brücke leicht zu finden. Ich kann wohl verstehen, daß Sie meine Anschauungen als »nicht der Kistkammer der Gegenwart entnommen« bezeichnen, »sondern einer Zeit, deren geruhames Dahinleben sich heute mit dem Rhythmus und den Anschauungen unseres Erwerbslebens nicht mehr in Einklang bringen läßt«, obwohl mir keineswegs der an seiner Geschäftstür mit der langen Pfeife im Munde und dem Müßchen auf dem Kopfe stehende Inhaber vorschwebt, wie es einstens war. Warum soll sich mein Wunsch nach entsprechender Vorbildung und nach Einschränkung der Gewerbefreiheit nicht mit den modernen Anschauungen vertragen? Sind diese etwa von bestimmten Paragraphen abhängig? Tatsächlich haben die bisherigen Machtmittel des Börsenvereins zur Unterdrückung der nicht anerkannten Verkaufsstellen von Büchern und Musikalien nicht ausgereicht, denn sonst wären manche Auswüchse schon im Keime erstickt worden, anstatt daß sie weiter wuchern und sich allmählich zu einem schweren Übel entwickeln.

Kurz möchte ich auch Stellung zu Ihren Ausführungen des zweiten Abschnittes nehmen, der mit den Worten beginnt: »Andererseits ist aber nicht zu verkennen, daß, wie das billige Buch Tausende von Käufern angelockt hat, die bisher überhaupt nicht für die Literatur in Frage kamen, auch die billigen Ausgaben im Musikalienhandel ihre Werbekraft an vollständig neuen Käuferkreisen erprobt haben. Und dieses Neuland sollen die Musikalienhändler den Warenhäusern überlassen, bloß weil diese die billigen Ausgaben auch führen? . . .«

Diese Auslegung meiner Zeilen kann ich nicht stillschweigend hinnehmen. Zunächst möchte ich bemerken, daß billige Ausgaben im Musikalienhandel seit Gründung der Edition Peters bekanntlich bestehen, der später ähnliche Unternehmungen, wie Litolf, Breitkopf, Steingraber usw., folgten, und daß Einzelausgaben zu 10 und 20 S auch nichts Neues sind. Aber hier handelt es sich um die begründete Gefahr, daß durch die jüngste derartige Schöpfung die 20 S-Ausgabe sich als Unterrichtsmaterial einbürgert, da viele Lehrer ihren Schülern nicht gern einen Band in die Hände geben, sondern Einzelausgaben bevorzugen. Und wenn erst einmal die Bresche geschlagen ist, dann ist es zu schwer, für neue Werke zu den üblichen Ladenpreisen Absatz zu finden. Außerdem muß der Sortimenter dabei zugrunde gehen, da bei Musikalien nie und nimmer die Verbilligung des Ladenpreises durch größeren Umsatz ausgeglichen werden kann. Das ist doch aber alles so selbstverständlich, auch daß für Musikalien neue Käuferkreise nicht gewonnen werden! Wohl kann dieses bei Büchern der Fall sein, obwohl ich bezweifle, daß das Warenhaus hierzu beigetragen hat. Würde das letztere neue Käuferkreise für Bücher gewonnen haben, dann wäre doch die Klage des Sortiments hinfällig! Tatsächlich hat das Warenhaus, wie es selbst zugibt, das Bilderbuchgeschäft und die Jugendliteratur an

sich gerissen. Außerdem sind die Verhältnisse ähnlich wie bei Musikalien: besonders günstige Angebote in den Anzeigen und Auslagen, die sich bietende Gelegenheit bei Besuch des Warenhauses, wie ich in meinem Artikel vom 14. Februar im Börsenblatt bereits ausgeführt habe! Daß im deutschen Volke ein erhöhtes Streben nach geistiger Ausbildung vorhanden ist, ist unzweifelhaft, und damit geht natürlich Hand in Hand eine stärkere Nachfrage nach Büchern. Aber der einfache Mann, der sich selbst weiterbilden will, der sich über die Errungenschaften der Technik, Elektrizität, Aviatik usw. — wir leben ja in einer Zeit der höchsten Entwicklung — unterrichten will, dürfte kaum der Warenhaustunde sein, sondern er liebt es, einen kleinen Laden aufzusuchen, da er sich in den großen vornehmen Geschäften geniert fühlt. Meiner Erfahrung nach sind es die regelmäßigen Warenhausbesucher, die von der billigen Gelegenheit Nutzen ziehen, und das sind die gutsituierten Kreise! Man komme mir nicht mit philanthropischen Anwandlungen, sondern bleibe mit beiden Beinen in der Wirklichkeit. Am allerwenigsten haben solche Anwandlungen hinsichtlich der Musik eine Berechtigung. Für Musikalien kommen zunächst die allereinfachsten Kreise überhaupt nicht in Betracht, da die Musik eine reproduzierende Kunst ist, also der Käufer von Musikalien das Spielen eines Instruments erlernt haben muß. Ist er musikalisch talentiert, so ist sein Bedarf ziemlich beschränkt. In meinem Artikel »Die 50jährige Schutzfrist — eine Notwendigkeit für den Deutschen Musikverlag« sage ich hierüber folgendes:

» . . . Ein wirklich musikalischer Mensch hat aber verhältnismäßig keinen sehr großen Notenbedarf. Mit dem einfachen Herunterspielen begnügt er sich nicht, denn bis er ein Werk technisch und inhaltlich beherrscht, kann eine lange Zeit vergehen. Außerdem greift er wieder und wieder zu ihm zurück, da die Entwicklung bei fleißigem Üben stets fortschreitet, ganz gleich, um welches Instrument es sich handelt, so daß er schließlich das Werk immer vollendeter zum Vortrag bringen kann. Während ein sich geistig Fortbildender einen dauernden Bedarf an Lesestoff hat, braucht ein Musikbesessener verhältnismäßig wenig Notenmaterial, um sich trotzdem auf seinem Gebiete bis zur höchsten Vollendung auszubilden.«

Und daß für derartige Interessenten, selbst wenn sie ganz wenig bemittelt sind, genügend billiger Stoff in den erwähnten Editionen erschienen ist und sich für sie auch sonst Gelegenheitskäufe in jedem regulären Sortiment bieten, weiß jedermann. Diejenigen aber, die in der Jugend Klavierunterricht genossen und zu Hause beinahe unbenuzt ein Klavier stehen haben, sind keine neuen Käuferkreise, die durch billige Ausgaben gewonnen werden, sondern höchstens Reflektanten auf die neuesten Gassenhauer und die Schlageralbums. Auch ist es eine Tatsache, daß die einfachen Leute, die ihrer Tochter Klavierunterricht geben lassen, weil sie »so musikalisch« ist, als Höchstleistung der Errungenschaft die Wiedergabe der modernsten Schlager ansehen. Nein, geehrte Redaktion, auch in der Musik ist nicht der in seinen Mitteln beschränkte Interessent der Käufer der ganz billigen Sachen, sondern das zahlungskräftige Publikum, das so gern »die ganze Hand nimmt, wenn man ihm nur den kleinen Finger reicht«.

Berlin.

Otto Wernthal.