

sie zu uns und holen sich Rat bei uns und in den Büchern, die wir ihnen verkaufen. Wir sind eine Art organischer Bestandteil ihres Lebens geworden, weil wir ihnen Kraft abgeben und ihre eigene Kraft steigern können. Keine Zeit bedarf aber so sehr des gegenseitigen Kraftaustausches, des Kraftausgleiches wie die Zeit der Not und Gefahr, die der Weltkrieg über unser Vaterland gebracht hat. Darin darf der Buchhändler einen guten Trost erblicken. Mag mancher das Buch als Luxusgegenstand betrachten und die Geldausgabe dafür in jetziger Zeit als überflüssig ansehen, wer aber an den Dingen und Erscheinungen unseres Lebens, zumal an dem großen Erlebnis der Zeit nicht achtlos und gedankenlos vorübergehen will, bedarf eines gedanklichen Kraftaustausches. Der beste Beweis dafür ist das diesjährige Weihnachtsgeschäft im Buchhandel. Die Befürchtungen, daß es direkt schlecht werden würde, haben sich als unbegründet erwiesen. Manche Erscheinungen, besonders auf schönwissenschaftlichem Gebiete, erfreuten sich wie sonst lebhafter Nachfrage. Der Schlager führte zwar wie immer das Regiment, es zeigte sich aber doch, daß bereits in den letzten Jahren der Geschmack des großen Publikums über den sogenannten Familienroman hinausgelangt ist. Daß Bücher von Frenssen, Herzog, Bloem und anderen in Massen gekauft werden, ist eigentlich eines der erfreulichsten Zeichen der Zeit. Immer mehr steigert sich das Verlangen nach künstlerisch wertvollen Erscheinungen, ein Zeichen wachsender geistiger Kraft unseres Volkes. Freilich fehlt es auch nicht an Versuchen derjenigen, die die Konjunktur nicht rasch genug ausnutzen können. Es verrät wenig Takt, wenn schon jetzt mitten in dem unentschiedenen Kriegszustande der in wenigen Monaten mit Fleiß zusammengeschriebene Kriegsroman in den Vordergrund geschoben wird. Daß man dagegen die wertvollen Erscheinungen, die zum Kriege von 1870/71 in Beziehung stehen, stärker hervorhebt und beachtet, liegt in der Neigung zum Vergleiche des gegenwärtigen und des vorausgegangenen Krieges begründet. Die rein geistige Stellung, die wir zum Kriege einnehmen, hat sich ja nur wenig gewandelt, tritt vielleicht angesichts der Größe und Schwere des gegenwärtigen Ringens nur schärfer und allgemeiner hervor. Wenn der Krieg beendet ist, werden wir eine reiche Memoirenliteratur haben, die viel wertvolles Quellenmaterial zur Geschichte und Kulturgeschichte des Krieges beibringen wird. Wie schnell unsere Zeit in dieser Beziehung arbeitet, beweist, daß schon heute allerlei Sammlungen von Feldbriefen erscheinen. Erstaunlich und sicher auch ein Zeichen geistiger Kraft ist es z. B., daß der bekannte Romandichter Paul Oskar Höcker seine bisherigen Kriegserlebnisse in einem bereits vorliegenden fesselnden Buche (*An der Spitze meiner Kompagnie*. Drei Monate Kriegserlebnisse von Paul Oskar Höcker, Hauptmann der Landwehr. Berlin, Ullstein & Co., Kart. N<sup>o</sup> 1.—) niedergelegt hat. Auch in der bisherigen Leistung des Buchhandels, in der Erzeugung von Kriegsliteratur muß eine Art Kraftwunder erblickt werden. Man begnügt sich nicht mit der Herausgabe von Lieferungswerken und Einzelschriften, die den Ereignissen auf dem Fuße folgen, sondern hat bereits ganze Kriegskollektionen geschaffen, z. B. die bei S. Hirzel erschienene Sammlung »Zwischen Krieg und Frieden«. Nur scheint es, als ob diese Kraftentfaltung oft eine zu schwere Last für die Schultern des Sortimentbuchhandels wäre. Hier heißt es nun, die Kraft der Organisation derart zu steigern, daß wenigstens das Gute und Wertvolle aus diesen Erscheinungen seinen Weg ins Volk findet. Mittel zum Zweck ist gesteigerte Reklame- und Propagandaarbeit, intensiver und rationeller Kolportagevertrieb der Lieferungswerke, sorgfältige Pflege des Schaufensters, Veranstaltung von Ausstellungen und zeitgemäßen Vorträgen. Wie leicht ist es doch gerade jetzt, das Schaufenster besonders anziehend zu gestalten, indem man es zum Spiegel der Zeit macht. Wie leicht ist es, unter Zuhilfenahme eines reichen und täglich noch reicher werdenden Materials an Broschüren, Büchern, Bildern und Plakaten, über den Krieg jetzt ein zugkräftiges und dabei doch schönes und geschmackvolles Schaufensterbild zu erzielen! Sehr wichtig sind heute die Plakate mit Wortreklame, die auf das Buch als Liebesgabe hinweisen. In je weniger und kürzeren Worten die Wichtigkeit des Gedankens und die Notwendigkeit des Handelns dem Publikum vor Augen geführt wird, desto größer

wird die Suggestivkraft des Plakats. »Legt Euren Liebesgaben Bücher bei! Unsere Soldaten brauchen draußen auch geistige Nahrung« oder »Sendet Bücher ins Feld«, solche und ähnliche Sätze, sei es mit oder ohne Unterstützung des Bildes, können nicht deutlich genug dem Publikum vor Augen geführt werden und tragen sicher erheblich dazu bei, das Geschäft zu beleben. So wird ein Papierstreifen zur Kraftquelle weitgehender und nachhaltiger Wirkung zum Besten aller Beteiligten. Eine wertvolle Unterstützung können diese Bestrebungen durch die oft leicht zu erlangende Mitwirkung der Tagespresse erfahren, wenn man deren Bedürfnisse genauer kennt und die geeignete Form der Mitteilung zu finden weiß. Denn wie überall, kommt es auch hier auf das Wie an. Empfehlenswert ist es auch, ein besonderes Fach als Liebesgaben für geeignete Soldatenlektüre einzurichten und sich dadurch die Bedienung des Publikums zu erleichtern. Aus den Bestellungen aus dem Felde und anderen Äußerungen kann man ja unschwer erkennen, welche literarischen Erscheinungen dabei in erster Linie in Frage kommen. Für die schnelle Abfertigung der Kundschaft dürfte außerdem das soeben im Verlage der J. C. Hinrichs'schen Buchh. in Leipzig erschienene Verzeichnis »Deutsche Kriegsliteratur von Kriegsbeginn bis Anfang Dezember 1914«. Teildruck aus dem Register zu Hinrichs' Halbjahrs-Katalog, eine wesentliche Erleichterung bedeuten (Preis 70  $\text{M}$ ). Auf dieses Verzeichnis wird an anderer Stelle dieses Blattes später noch näher eingegangen werden.

Über der Kriegsliteratur soll man aber die anderen Erscheinungen nicht vergessen. Wenn auch viele Jünger der Wissenschaft im Felde stehen, so heißt es doch einer großen Anzahl der Daheimgebliebenen zu dienen und die guten Beziehungen mit den wissenschaftlichen Verlegern aufrecht zu erhalten. Auch an größeren lohnenden Objekten fehlt es trotz des Krieges nicht. Die neue Ausgabe des großen Andreeschen Handatlas ist rechtzeitig vor Weihnachten fertig geworden. Bei dem großen Bedürfnis, sich über die auf allen Meeren abspielenden Vorgänge des Seekrieges geographisch zu orientieren, wird es nicht schwer werden, bemittelte Kunden zu einer Bestellung zu veranlassen, zumal man ihnen die Versicherung geben kann, daß die Verlagsbuchhandlung nach dem Kriege eine Ergänzung mit den eintretenden Gebietsveränderungen liefern wird. Man vergesse auch nicht, daß in diesem Jahre eine Anzahl Dichter und Komponisten sowie andere Autoren freigeworden sind und erhöhter Nachfrage begegnen werden, unter ihnen Geibel und Heinrich Laube, Smetana und Karl August Görner. Auch der berühmte »Büchmann« in der Fassung der letzten von Büchmann selbst bearbeiteten Auflage von 1882 wird nachdruckfrei. Freilich ergeben sich hier allerlei Schwierigkeiten. Die Ausgabe von 1882 ist natürlich veraltet, enthält auch nur etwa die Hälfte der Zitate der letzten Auflage. Bei der Herausgabe von Neuausgaben unter Zugrundelegung des Textes in der letzten Fassung Büchmanns sind allerlei Rechtsfragen zu beachten, so daß es nicht unwahrscheinlich ist, daß bei der eigenartigen Lagerung des Falles erst eine gerichtliche Entscheidung volle Klärung in jedem einzelnen Falle bringt. Inzwischen hat die Verlagsbuchhandlung dem Sortiment in Gestalt einer wohlfeilen und gut ausgestatteten Volksausgabe ein lohnendes Objekt in die Hand gegeben, das sich wohl niemand entgehen lassen wird. Es dürfte sich auch empfehlen, die Vorgänge auf dem Lebensmittelmarkt zu verfolgen und die Literatur über billige Küche zur Hand zu haben. Andere Erscheinungen der Zeit, die beachtet sein wollen, sind der in diesem Jahre nur in geringem Umfange ausgeübte Wintersport und die Neigung, an Stelle ausgefallener Vergnügungen patriotische und andere Theateraufführungen zu setzen. Das an sich geringe, aber doch sonst vorhandene Karnevalsgeschäft dürfte in diesem Jahre wohl ganz ausfallen. Dort, wo das Geschäft noch etwas belebt werden muß, möge man sich nicht scheuen, zugkräftige Nebenartikel aufzunehmen. Ich erwähne hier nur Gedenkblätter für Gefallene, allgemeine Kriegsgedenkblätter, Sammelmappen für Feldpostbriefe, Kriegszeitschriften, Zeitungsausschnitte und Extrablätter, bessere Kriegsmedaillen, Kriegsspiele für die Jugend und dergleichen.

Man vergesse auch nicht des Kaisers Geburtstag am 27. Januar, eine gute Gelegenheit, das Schaufenster nicht nur zweck-