

die Art der verkauften Literatur meist stark bemerkbar gemacht, aber doch nicht in dem Maße, wie man gefürchtet hatte. Der Stimmung gemäß wurden vaterländische und religiöse Werke mehr als sonst bevorzugt. Gehaltvolle geschichtliche sowie überhaupt Bücher ernsteren Charakters fanden guten Absatz. Einzelne Kunden lehnten sogar auf den Krieg bezügliche Bücher ab, eigentlich eine bei literarisch interessierten Leuten natürliche Reaktion, die sich allerdings nicht so allgemein zeigte, daß sie entscheidenden Einfluß auf das Weihnachtsgeschäft hätte gewinnen können. Auf dem Gebiete des Romans beherrschten einige Schlager, z. B. Bloem, Das verlorene Vaterland, Herzog, Das große Heimweh, Frenssen, Bismarck, den Markt. Dabei hat es aber keineswegs an erfolgreichen Bemühungen gefehlt, für andere gute Autoren, z. B. Bücher von Barisch, Greinz, Schredenbach, Zahn, Spedmann, und gute ältere Werke Abnehmer zu finden. Als ein erfreuliches Zeichen muß die Herausgabe einiger gehaltvoller Erscheinungen der Kriegsliteratur betrachtet werden, die sich starker Nachfrage zu erfreuen hatten. Einen solchen wohlverdienten Erfolg hatte z. B. das Buch „Drei Monate an der Spitze meiner Kompagnie“ von Paul Oskar Höcker. Mit den „Tagebuchblättern eines Daheimgebliebenen“ von Jacobskötter ist ein guter Erfolg erzielt worden, sobald der Buchhändler seine Kundenschaft dafür zu interessieren suchte. Das gleiche war noch bei mancher anderen Erscheinung zu beobachten, besonders auch bei Werken von örtlicher oder sonst begrenzter Bedeutung. Unter den Frauen scheinen für Thea von Harbous Buch „Der Krieg und die Frauen“ leicht Abnehmerinnen gewonnen worden zu sein. Das Interesse für Kunst und Musik ist leider nur gering gewesen. Auffallend still lag das Klassikergeschäft. Ob es sich hier lediglich um eine Folge des Krieges und nicht auch um eine Ermüdung des Marktes durch die Überproduktion der letzten Jahre handelte, möge dahingestellt bleiben. Der Jugendschriftenverkauf bewegte sich, rein stofflich betrachtet, fast in den üblichen Bahnen, nur mit dem Unterschied, daß Büchern, die auf den Krieg Bezug nehmen oder vaterländische Stoffe behandeln, der Vorzug gegeben wurde. Wenn auch hier weniger über die Zurückhaltung der Käufer geklagt wird, so scheint doch die Nachfrage nach billigeren und kleineren Büchern vorgeherrscht zu haben. Wiederholt wurde beobachtet, daß gerade der wohlhabende Teil der Bevölkerung mit seinen Einkäufen zurückhielt, während der Mittelstand stärker als sonst das Buch als Weihnachtsgeschenk bevorzugte. Es scheint doch, als ob heute die Schule und die Lehrerschaft in Verbindung mit der Presse (Mitteilungen gegen Schund, über Volksschule, Wert des guten Buches) Einfluß auf weitere Kreise zugunsten des Buches und der regulären Buchhandlungen ausüben. Im großen und ganzen wurde der Einfluß des Krieges auf das Jugendschriftengeschäft quantitativ weniger als qualitativ empfunden. Vielfach wurde die Erfahrung gemacht, daß das Warenhaus das Wilderbuch- und Jugendschriftengeschäft sehr beeinträchtigt.

Der ausländischen Literatur gegenüber verhielt sich das Publikum teils gleichgültig, teils ablehnend. Die Nachfrage nach Tauchnitz-Bänden war gering, wie überhaupt die Abneigung gegen das Englische sich durchgängig bemerkbar machte und selbst Dichter wie Dickens und Shakespeare nicht verschonte. Überall im Buchhandel ist die Empörung über die Schmähungen ausländischer Autoren von in Deutschland stark verbreiteten Werken zu spüren, eine Wirkung, die sicher noch lange anhalten wird.

Sehr bemerkenswert, aber grundverschieden waren die Erfahrungen, die mit Bücherbeförderungen ins Feld gemacht worden sind, so verschieden, daß man vermuten muß, der Erfolg oder Mißerfolg sei im wesentlichen von der Art der gemachten Reklame bestimmt worden. Es erscheint uns — Ausnahmen zugegeben — ausgeschlossen, daß das große Publikum von selbst auf den Gedanken kommen sollte, Bücher ins Feld zu senden. Wenn es die Zigarren- und Schokoladengeschäfte für angebracht halten, ständig durch Aushängen von Plakaten und Auslegen von geeigneten Packungen im Schaufenster auf die Liebes-

gabenpflicht der Daheimgebliebenen aufmerksam zu machen, so bedarf das Buch zum mindesten ebenfalls einer solchen Empfehlung. Dort, wo die am besten dafür geeignete Form gefunden worden ist, dürfte der Erfolg kaum ausgeblieben sein. Wenigstens findet sich unter den Antworten auf unsere Rundfrage die Mitteilung einer Handlung, daß von ihr etwa 12000 Bücher auf diese Weise durch Anwendung einer geeigneten Reklame verkauft worden seien. Andere Firmen wollen wenig oder gar nichts davon bemerkt haben, daß viele Bücher ins Feld geschickt wurden. Für die Wahl kleiner und billiger Erscheinungen waren die postalischen Vorschriften über die Feldpostsendungen bestimmend, die trotz der Eingabe des Börsenvereins, für Bücherbeförderungen ganz oder zeitweise die Gewichtsgrenze entsprechend hinaufzusetzen, keine Änderung erfuhren. Die Käufer mochten sich auch sagen, daß es nicht empfehlenswert sei, das ohnehin schon schwere Soldatengepäck mit größeren Büchern zu belasten. Infolgedessen gingen meist nur solche Bücher ins Feld, deren Beförderung als Feldpostbrief möglich war, wobei die billigen Kollektionen von Reclam, Hesse, Engelhorn, Hillger, Schaffstein, die Ullstein-Bücher, Insel-Bücher, Wiesbadener Volksbücher u. a. bevorzugt wurden; z. T. war auch der Bedarf von Sprachführern und Wörterbüchern bedeutend. Daneben wurden noch viel Kriegsliteratur, politische und religiöse Broschüren, sowie Zeitschriften und Zeitungsnummern ins Feld gesandt. Was den Inhalt der Bücher anbetrifft, so ist es interessant, zu sehen, daß sich der Bedarf nicht auf leichtere Unterhaltungslektüre beschränkte, sondern sich vielfach auf Einzelausgaben klassischer Werke, z. B. Goethes Faust, und Bücher ernster, sogar philosophisch-wissenschaftlicher Art erstreckte. Unter den Antworten findet sich eine in dieser Beziehung sehr bemerkenswerte lakonische Notiz: „Nie leicht oder grob“. Unter den Gründen, die das Publikum von der Beförderung von Büchern ins Feld abgehalten haben, begegnet man auch dem Mißtrauen gegenüber der Feldpost auf Grund gemachter schlechter Erfahrungen.

Über den Einfluß der Warenhäuser, Vereins- und Zeitungsbuchhandlungen sowie anderer nichtbuchhändlerischer Geschäfte geht die allgemeine Meinung dahin, daß er sich eher schwächer als stärker erwiesen habe. Nach wie vor tut das Warenhaus dem Jugendschriften- und Wilderbuchgeschäft Abbruch. Daß die Konkurrenz sich nicht so stark fühlbar gemacht habe, wie sonst, wird der Zurückhaltung der Warenhäuser in der Aufgabe großer Inserate zugeschrieben. Ebenso scheinen die Vereinsbuchhandlungen und auswärtigen Versandgeschäfte nicht wie sonst das Publikum mit ihren Prospekten und Katalogen überschwemmt zu haben. Nur in seltenen Fällen ist man, z. B. bei Angeboten von Zeitungsprämien und bei Schleuderverkäufen, zu Abwehrmaßnahmen geschritten, leider meist ohne nennenswerten Erfolg.

Bei der Auswahl der Bücher scheint das Publikum in stärkerem Maße als sonst den Rat des Buchhändlers in Anspruch genommen zu haben, besonders wenn es sich um Kriegsliteratur handelte, in der es sich schwer zurechtfindet. Namentlich wurde die Beratung von Frauen verlangt, die in Abwesenheit ihrer Männer diesmal allein die Büchereinkäufe übernehmen mußten.

Unzuträglichkeiten und Erschwerungen mancherlei Art, besonders bei der Reichspost, weniger durch die Eisenbahn, machten sich vielfach und z. T. recht empfindlich bemerkbar. Wenn man sich auch der Wichtigkeit der gegenwärtig ausschlaggebenden militärischen Interessen nicht verschließen konnte, so herrscht doch der Eindruck vor, daß die Post auch dort vielfach versagte, wo sie solche Gründe nicht als Entschuldigung geltend machen konnte. In den buchhändlerischen Zentren naheliegenden Plätzen machte sich dieser Mangel weniger fühlbar, trat aber bei größeren Entfernungen und namentlich im Verkehr zwischen Nord- und Süddeutschland teilweise recht unangenehm hervor. Am meisten hatten die österreichischen und ungarischen Firmen zu leiden, die auch noch die zeitraubende Zensur nicht allein über ihre Sendungen, sondern sogar über ihre Briefe ergehen lassen mußten. Beispielsweise