



# Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Er 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 Seite 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. 24.

Leipzig, Sonnabend den 30. Januar 1915.

82. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil.

### Das Weihnachtsgeschäft im Kriegsjahre 1914.

Ergebnis unserer Rundfrage (vgl. Bbl. 1914, Nr. 300).

#### III.

#### Bayern.

(II siehe Nr. 23.)

Trotz der großen Verschiedenheit der einzelnen Landesteile Bayerns, was Landschaft, Bevölkerung, Bedeutung der einzelnen Städte usw. angeht, scheint der Einfluß des Krieges auf die literarischen Interessen des Publikums und auf das Weihnachtsgeschäft der Buchhändler sich ziemlich gleichmäßig geltend gemacht zu haben. In München, der Kunststadt und geistigen Zentrale des Landes, wo ja ein besonders reges buchhändlerisches Leben herrscht, unterscheidet sich das Ergebnis nur wenig von dem in den anderen Großstädten. Auch hier wurde ein späterer Beginn des Weihnachtsladenverkehrs als sonst und Zurückhaltung des besseren Publikums beim Einkauf größerer Werke beobachtet. In zwei Fällen ist das Ergebnis dem Vorjahre gleich, in einem Falle wurde ein Rückgang des Versandes festgestellt, der auf den Verzicht der Außenreklame zugunsten der Lokalreklame zurückzuführen ist; in einem anderen Falle war das Ergebnis um 20 % niedriger. Nur einmal wird über einen größeren Rückgang berichtet, da der Barverkauf mit einem Viertel des vorjährigen Umsatzes angegeben wurde, während der Rechnungsvorkehr zwischen einem Viertel und einem Drittel weniger schwankte. Besondere Vertriebsmanipulationen wurden nicht unternommen. Die Propaganda bewegte sich im allgemeinen in den gewohnten Bahnen. Über das Verhältnis der Presse zum Buchhandel liegt nur eine Äußerung vor: »Eine derartige Propaganda machen wir nur sehr selten, und wo wir das Entgegenkommen der Zeitungen verlangen, können wir durch unsere beständige Insertion auch darauf rechnen.« In München scheinen bei der Auswahl von Geschenkwerken besondere Einwirkungen in vaterländischer oder religiöser Beziehung weniger hervorgetreten zu sein. Bevorzugt wurden neue Romane und Bücher, die vom Kriege ablenkten. »Die Nachfrage nach vaterländischen Erscheinungen ist eigentlich geringer gewesen, als zu erwarten war.« An anderer Stelle heißt es: »Neben 'Chamberlain, Kriegsaufsätze', 'Karlsen, Grandebouche' und 'Sapper, Kriegsbüchlein' hatte ich hauptsächlich noch Absatz in den Kiepenheuerschen Kriegsbüchern.« Die Frage, ob der Krieg auf den Absatz von Jugendschriften qualitativ und quantitativ eingewirkt habe, wird durchweg bejaht. »Vaterländische Stoffe (besonders Heer, Flotte, Luftflotte)«, heißt es, »werden bei Geschenken für die Jugend bevorzugt.« Für ausländische Literatur zeigte sich nur vereinzelt Interesse; meist verhielt sich das Publikum ablehnend. Der Bücherversand ins Feld war im allgemeinen mäßig und erstreckte sich wie andertwärts auf die billigen, durch ihr Gewicht für diesen Zweck geeigneten Erscheinungen. Der Einfluß der Warenhäuser, Vereins- und Zeitungsbuchhandlungen sowie anderer nichtbuchhändlerischer Geschäfte machte sich nicht stärker als sonst bemerkbar. Wie individuell die Frage der Beratung je nach dem Publikum und der Persönlichkeit des Buchhändlers zu behandeln ist, geht aus zwei Antworten hervor, die sich direkt widersprechen: »Es (das Publikum) hat sich größtenteils beraten lassen, im angenehmen Gegensatz zu früheren Jahren« und »das Publikum war

eher weniger zu beraten als früher.« Postalische oder durch mangelnden Eisenbahnverkehr entstandene Störungen machten sich nicht besonders fühlbar. Nur ein Verleger berichtet, daß eine Kiste mit dem zweiten Band eines zweibändigen Werkes, die von der Buchbinderei rechtzeitig aufgegeben war, wahrscheinlich infolge von Truppenverschiebungen auf einer Zwischenstation liegen geblieben und zu spät eingetroffen sei, wodurch das ganze Werk, wenigstens für die Auslieferung in München, ziemlich verloren gewesen sei. Der gleiche Verleger, der zu der Gruppe der »modernen« gehört, berichtet außerdem, daß sein Umsatz nur etwa den 7. Teil des normalen betragen, sich aber im Dezember auf etwa ein Drittel gehoben habe. Freilich ist auch die Propaganda bis auf den bekannten Katalog der Vereinigung Münchener Verleger 1914, e. V., der in 90 000 Exemplaren verbreitet wurde, stark eingeschränkt worden. Hierzu heißt es in einem Berichte wörtlich: »Wir glauben, daß diese wenigen Ankündigungen vom Publikum sehr beachtet wurden, und möchten daraus die Lehre ziehen, daß wohl in normalen Zeiten im allgemeinen viel zu viel für Propaganda ausgegeben wird. Hier sollten die Verleger allgemein eine Art Abrüstung durchführen und sich gegenseitig verständigen. Auf diese Weise könnten alljährlich viele Tausende gespart werden, und der Absatz bliebe doch derselbe. Von der Ablehnung ausländischer Literatur (in Übersetzungen) wurde uns nichts bekannt. Für russische Literatur schien sich das Publikum sogar erhöht zu interessieren. Meines Erachtens sollten sich eine Reihe von Verlegern ungefähr gleichartiger Richtung zusammenschließen zu einem in der Herstellung billigen gemeinsamen Katalog ihrer Bücher, die während des Krieges erschienen sind. Dieser Katalog sollte von den Sortimentern den aus dem Feld Heimgekehrten übersandt werden. Er würde auch ein schönes Dokument sein für die unerschütterte Tätigkeit des deutschen Verlags un-mittelbar während des Weltkrieges.«

Wir glauben, diese Auslassungen und Anregungen nicht übergehen zu dürfen, obgleich sich unsere Rundfrage vorzugsweise auf das Weihnachtsgeschäft im Sortiment bezieht. Im allgemeinen dürften sich im Verlag die wirtschaftlichen Einwirkungen und Folgen des Krieges in anderer Form und in viel stärkerem Maße bemerkbar machen. Doch das ist ein Kapitel für sich.

Aus der Oberpfalz liegen Äußerungen aus Regensburg und Weiden, also aus einer größeren und einer kleineren Stadt vor, aus Oberfranken Berichte aus Bamberg und Bayreuth, aus Mittelfranken solche aus Erlangen, Fürth und Nürnberg; Unterfranken ist durch Würzburg, Bahr-Schwaben durch Kempten und Augsburg, die Rheinpfalz durch Zweibrücken vertreten. Mit wenigen Ausnahmen dürfte für die Verhältnisse in allen diesen Landesteilen und Städten ein uns aus Bamberg zugegangener Bericht maßgebend sein, den wir im Wortlaute voranstellen möchten, zumal er einen guten Einblick in die Lage kleinerer Geschäfte gibt. Er lautet:

»Wenn Sie Wert darauf legen, auch von einem kleinen Sortiment Äußerungen über das Weihnachtsgeschäft im deutschen Buchhandel 1914 zu hören, so will ich gern hierauf Bescheid geben, obwohl ich nicht der Ansicht bin, daß man vom Weih-