

»Wie könnte das Publikum im nächsten Jahre in stärkerem Maße zur Literatur hingeführt werden, und was sollte zur Erreichung dieses Zweckes von Sortimentern, Verlegern und buchhändlerischen Organisationen getan werden?«

eingesandt, im Börsenblatte aber zunächst nicht veröffentlicht, sondern zur Verwendung für gelegenerer Zeit zurückgestellt worden sind. Diese Zeit dürfte nimmehr gekommen sein. Zu berücksichtigen ist natürlich, daß alle Äußerungen unter dem Eindruck der Zustände des vorigen Jahres geschrieben sind. Gleichwohl befinden sich manche Anregungen darunter, deren Beherzigung gerade jetzt von Nutzen sein kann. Erfreulich ist, daß die Möglichkeit wirksamen Handelns fast nirgends bestritten wird. Pessimistische und in mancher Beziehung nichtsagende Antworten wie »Nichts, da der einzelne machtlos ist!« oder »Meiner Ansicht nach ist die aufzuwendende Mühe fast zwecklos, Erfolg kann nur der erreichen, der skrupellos alles zu jedem annehmbaren Preise anbietet und verkauft«, »Die Hoffnung, daß unsere Organisationen uns etwas nützen, und die Anschauung, daß sie uns etwas genützt haben, habe ich nicht« oder »Solange der Krieg währt, werden alle Mittel vergeblich sein« zeugen von starker Verkennung der außerordentlichen Verhältnisse, in denen wir leben, die außerordentliche Anstrengungen und außerdem das Zusammenhalten aller Berufsgenossen notwendig machen. Nicht unbegründet ist die in folgender Äußerung ausgesprochene Befürchtung:

»Vorschläge für das Jahr 1915 sind derzeit wohl kaum tunlich, da ja alles von der Dauer und dem Ausgang des Krieges abhängt. Sicher ist nur, daß die Schwierigkeiten für den Buchhandel ihren Höhepunkt noch nicht erreicht haben, sondern ihm noch schwere Zeiten bevorstehen, die insbesondere die reinen Sortimentsgeschäfte in ihrer Existenz gefährden werden.«

Hier finden wir bereits die Schwierigkeiten der wirtschaftlichen Lage des Buchhandels im Falle längerer Dauer des Krieges angedeutet. Die Zurückhaltung, praktische Vorschläge für die Zukunft zu machen, ist begreiflich, im Grunde aber, wie wir im folgenden sehen werden, durchaus nicht angebracht. Denn es wäre verkehrt, die Erfahrungen des ersten Kriegsjahres für das zweite außer acht zu lassen. Äußerungen, die lediglich einen Stimmungsniederschlag aus dem Vorjahre darstellen, wie:

»Auf das Publikum in diesem Jahre einzuwirken und es in stärkerem Maße für die Literatur zu interessieren, halte ich für aussichtslos, solange der Krieg dauert und jeder mit Spannung den Zeitungsberichten entgegensteht. Das Interesse für die Literatur wird wohl erst dann wieder lebhafter werden, wenn normale Zeiten eingetreten sind, und ich wüßte nicht, wie man es anfangen soll, das Publikum in dieser Beziehung zu befehlen. Wer von uns findet denn jetzt Zeit, sich den Neuerscheinungen so hinzugeben, wie sonst, wenn man sich fortgesetzt in Aufregung und Spannung befindet und auf Nachrichten vom Kriegsschauplatz wartet, sich auch Sorge macht, wie lange der Riesenkampf noch dauern mag?«,

sind bereits durch die Tatsachen des Vorjahres widerlegt. Unter den weiteren Äußerungen allgemeiner Natur verzeichnen wir:

»Der Sortimenter soll mehr denn in Friedenszeiten das Publikum, das jetzt dafür empfänglich ist, hinweisen auf gute billige Literatur.« »Ordentlich arbeiten, nicht schlafen!«

Eine Äußerung, die an die im vorigen Jahre getroffenen allgemeinen Vertriebsmaßnahmen anknüpft, lautet:

»Alles, was bisher von Verlegern und Sortimentern zur Verbreitung von Literatur unternommen wurde, kann als richtig bezeichnet werden. Denn alle Maßnahmen sind meines Erachtens getroffen worden, um dem Publikum unsere Literatur zuzuführen. Manches Geschäft scheitert ja an dem Preise. Vor allen Dingen ist die gute Romanliteratur viel zu teuer. Wenn es auch geistige Arbeiten sind, so müßten doch Verfasser und Verleger hierbei einen Pflock zurückstecken. Es würde dann manches Geschäft zustande kommen, anstatt das Publikum, selbst das bessere, den Volksbibliotheken zuzutreiben. — Bei Anschaffungen für die letzteren ist das Geschäft doch nur ein einmaliges.«

Aus manchen Stimmen spricht die Hoffnung, daß eine Einschränkung der Überproduktion des Verlages wesentlich zur Erleichterung der Arbeit beitragen könne.

»Der Verleger soll sich vor Überproduktion hüten!«, heißt es in einer Antwort, in einer anderen:

»Den Verlegern möchte ich das Wort der Schrift zurufen: Herr, höre auf zu segnen! Es ist ja ganz ausgeschlossen, daß sich der Sorti-

menter für die Hochstuf der Erscheinungen an Kriegsliteratur verwenden und das Publikum diese verdauen kann.«

In einer anderen Zuschrift wird ebenfalls einer mäßigen Produktion, dem Herausbringen nur wirklich guter Werke und der »Unterlassung marktstreuerischer Reklame« das Wort geredet. So groß die Erleichterung sein mag, die eine solche Einschränkung für das Sortiment bringen würde, so kann die Frage schon wegen der Schwierigkeit, wenn nicht Unmöglichkeit ihrer Lösung hier nur eine untergeordnete Rolle spielen.

Es liegen Äußerungen von Buchhändlern aus dem Vorjahre vor, die in der Kriegsliteratur trotz ihres Umfangs den rettenden Engel des Sortiments erblickt haben. Wer es verstand, aus dieser Produktion für seine Verhältnisse die richtigen Erscheinungen zu wählen und zu vertreiben, ist sicher nicht schlecht gefahren. Ein Mehr ist hier — oder war es doch wenigstens im Anfange — besser, als ein Zuwenig. Wenn wir nur gute Bücher hätten, brauchten wir keine geschulten Sortimenter zum Vertriebe. Denn schon das Wort Sortiment deutet auf ein Auseinanderhalten der einzelnen Erscheinungen — also der guten und schlechten — hin. Man gebe sich doch nicht den Anschein, als ob man verpflichtet wäre, alles und jedes zu verkaufen!

Was im Vorjahre in praktischer Hinsicht für den Vertrieb des Buches und für die Aufrechterhaltung der Sortimentsbetriebe getan und erreicht worden ist, hat auch für das zweite Kriegsjahr noch Geltung. Nur muß die Arbeit auf die neuen, veränderten, um nicht zu sagen verschlimmerten Verhältnisse abgestimmt werden. Programmatish wird die Aufgabe in nachstehender Äußerung angedeutet:

»Wir glauben, daß es sich hierbei um Verhältnisse handelt, die von jeder Buchhandlung nach ihrer Eigenart berücksichtigt und ausgenutzt werden müssen. Es wird die Aufgabe der Anstalten, Schulen, Schriftsteller, Zeitungen und Buchhändler sein, das nur allzu gedankenlose Publikum von der leichteren oder zum mindesten nichtsagenden Literatur, in der es sich oft genug gefällt, unmerklich zu besseren Wünschen hinzulenken. Dazu gehört eben das Zusammenarbeiten aller Organisationen und ein verständnisvolleres Begreifen der Zeitungen.«

Die Gelegenheit, das Publikum von der ihm im allgemeinen anhaftenden Gedankenlosigkeit und Oberflächlichkeit zu tieferer Anteilnahme an Literatur- und Lebensfragen zu führen, war niemals günstiger, denn wenn eine so große, schwere, aber auch erhebende Zeit nicht die Gemüter in ihrem tiefsten Innern erfasst und sie für die im Buche vorhandenen Lebenswerte empfänglich macht, wann sollte das sonst geschehen? Es wäre sicherlich für die Anstalten, Schulen, Schriftsteller und Zeitungen eine schöne und lohnende Aufgabe, eine solche erzieherische Aufgabe auf sich zu nehmen. Nur darf der Buchhändler nicht glauben, daß es hier seiner Arbeit und Anregung nicht bedürfe oder daß beides gar zwecklos sei. »Dazu gehört eben das Zusammenarbeiten aller Organisationen«, also auch der des Buchhandels.

Ehe wir untersuchen, auf wen wir als Helfer rechnen können, ist es aber nötig, uns klar darüber zu werden, wie wir unsere eigene Arbeit einrichten und organisieren müssen. Denn von ihr allein und nicht von der Gnade anderer ist zunächst der Erfolg abhängig. In erster Linie handelt es sich um eine besondere Propaganda des Buches in ganz außerordentlicher Zeit, um eine viel schärfere Hervorhebung und Geltendmachung des inneren Wertes unserer Ware in ihren Beziehungen zur Zeit. Denn aller Gedanken werden durch die Gegenwart beherrscht. In ihr darf das Buch nicht Zugusartikel sein, den man sich wie alle Zugusartikel im Frieden, aber nicht in den Zeiten des Krieges und der Teuerung leistet, sondern die Quelle geistiger Kräfte zum Durchhalten in schwerer Zeit, die Dase friedlichen Genusses in der Wüste seelischer Erregungen und körperlicher Anstrengungen. Auch muß die Notwendigkeit, Bücher ins Feld zu senden, noch viel stärker betont werden. Alle Urlauber, die zurückkommen und an regelmäßige geistige Kost gewöhnt sind, beklagen sich über den Mangel an Lesestoff im Felde. Diese beiden Gesichtspunkte müssen in erster Linie aus unseren Vertriebsmitteln erkennbar werden. Wenn einer unserer Berufsgenossen schreibt:

»Im nächsten Jahre? Da wird wohl der Ausgang des großen Völkerringens mitsprechen. An sich ist es kaum möglich, daß ein rühriger Sortimenter noch mehr als bisher tun kann, um seinen Kundenkreis zum Bücherkaufen zu veranlassen. In unsern vorzüglichen deut-