

Der Geschäftsmann, der wegen mangelnden Geschäftsumfanges oder wegen der Handwerksmäßigkeit seines Betriebes sich keine Firma im Handelsregister eintragen lassen kann (womit manche übrigens auch recht zufrieden sind, weil sie dadurch den Pflichten eines Vollkaufmanns nicht unterworfen sind), sei bei dem Gebrauche eines anderen Geschäftsnamens als seines persönlichen Namens auf der Hut und überlege sich im Falle der Geschäftsveräußerung sehr die Gestattung der Weiterführung des Namens (sei es mit oder ohne Zusatz einer Nachfolgebezeichnung). Auch achte er darauf, daß er unter seinem »Etablissementnamen« weder klagend noch verklagt werden kann, während bei dem Vollkaufmann unter dessen »Firma« beides möglich ist. Daß auch gegen hochtönende, irreführende Etablissementnamen gesetzlich vorgegangen werden kann, bedarf nach Obigem kaum noch der Erwähnung.

## Die Erziehung zum Buch.

Von Fritz Worm-Düsseldorf.

Die Ausführungen von Sophie Hoehstetter in Nr. 224 des Börsenblattes berühren so sehr mein eigenes Arbeitsgebiet, daß ich bitte, mir ein paar Zeilen zu dem aufgerollten Problem zu gestatten. Ich habe bisher im Börsenblatt nie dazu Stellung genommen, wiewohl mir häufig ein Wort auf der Zunge brannte, weil ich immer den Vorwurf des Pro domo-Sprechens befürchtete. Mit der in wenigen Wochen erscheinenden 6. Nummer lasse ich aber nunmehr meine Zeitschrift »Die Bücherschau«, in der die von mir angedeutete Tätigkeit ihren Ausdruck gefunden hat, eingehen, aus mancherlei Gründen, hauptsächlich aber deswegen, weil ich seit sieben Monaten als Landsturmmann am Niederrhein Posten stehe und weder Zeit noch Lust zu einer Arbeit aufbringen kann, die mit Liebe getan sein will. Den Vorwurf, daß ich für mein Unternehmen sprechen will, wird man mir also nicht machen können.

Als ich vor über fünf Jahren zur Gründung meiner Zeitschrift schritt, waren es die folgenden Überlegungen, die mich dazu antrieben:

Die Presse bespricht nur Bücher, die sie von den Verlegern zur Rezension zugesandt erhält; nun schicken aber bei weitem nicht alle Verleger ihre Bücher an die Presse. Ja es ist vielleicht nicht ganz unrichtig, zu sagen, daß die Zusendung von Rezensionsexemplaren im umgekehrten Verhältnis zur Güte des Buches steht. Denn der Verleger eines anerkannten Autors wird es nicht so nötig haben, für seine Verlagswerke die Reklame der Presse in Anspruch zu nehmen, wie der Verleger eines bisher ungenannten Schriftstellers. Eine große Anzahl von neuen Büchern und nicht die schlechtesten bleiben also unbesprochen. Es kommt hinzu, daß hauptamtliche Buchrezensenten kaum existieren. Während die Presse in jedes neue Theaterstück, zu jedem Rennen usw. einen Kritiker entsendet, Kritiker, die wenigstens bei großen Zeitungen nur für diese Abteilung zuständig sind, werden eingegangene Bücher an Oberlehrer, Hilfsredakteure u. a. gegeben, denen nebenbei die Besprechung der neuen Literatur zufällt. Daß hier ein ungeheurer Mißstand vorliegt, haben bedeutende Zeitungen, so die Kölnische, zugestanden.

Aus dieser Misere folgen die von jedem wahrhaften Bücherfreund mit Schauern beobachteten sonstigen Übelstände. »Es ist mir vorgekommen, daß ich, z. B. über Jakob Wassermann schreibend, im gleichen Blatt den wertlosesten Roman eines Schwächlings von einem andern Kritiker mit demselben Maß von literarischer Hochachtung behandelt sah«, so schreibt Sophie Hoehstetter. Dieses Beispiel ist noch viel zu blaß. Was soll man erst dazu sagen, wenn neben Goethe, Dante, Shakespeare die dümmsten und wertlosesten Erzeugnisse mit demselben Ernst und derselben Hochachtung angezeigt werden wie die ewigen Werke der Großen? Ich will nun nicht behaupten, daß die Presse die alleinige Schuld daran trägt, daß offensichtlich minderwertige Bücher in wenigen Wochen schwindelnd hohe Auflageziffern erreichen, während daneben beispielsweise die Meister der neuen deutschen Erzählungskunst: Keller, Meyer, Storm, Fontane, Raabe ganz klein und bescheiden dastehen. Das große Publikum wird immer Belangloses dem Wertvollen vorziehen. Es betrachtet das Buch ja auch durchaus nicht als ein Kunstprodukt. Es fragt nicht wie bei dem Gemälde oder der Symphonie: Ist das Werk schön oder nicht?, sondern es wertet nach nationalen, religiösen und ähnlichen Gesichtspunkten.

Daß das große Publikum das Buch als Ware nicht werten kann, ist ebenfalls eine betrübliche Tatsache. Die Dame, die ein Pfund Reis, ein seidenes Kleid, eine Orchidee ziemlich richtig einschätzen kann, versagt dem Buche gegenüber vollständig. Sie hat weder eine Vorstellung von dem Werte der verwendeten Materialien und der technischen Arbeit, noch gar von der Beziehung des geistigen Wertes zum Preise des Buches. Selbstverständlich ist hier immer nur von der großen Masse der Menschheit die Rede, eben von jenen, die zum Buch erzogen werden sollen. Für sie dürften drei bis fünf Mark die Höchstgrenze des Buchpreises sein. Jeder Sortimentler wird bestätigen, daß teurere Bücher nur ganz ausnahmsweise gekauft werden, während doch in Geschäften anderer »Branchen«, z. B. im Juwelierladen, Verkäufe von 50 und 100 Mark durchaus nicht so selten vorkommen. Der letzte Grund dafür ist nun freilich der, daß das große Publikum es überhaupt für überflüssig hält, Bücher zu kaufen und zu besitzen. Bücher leiht man. Daß sich in diesem Punkte übrigens die Verhältnisse langsam bessern, soll nicht verschwiegen werden, bessern, weil die letzten Jahre eine Unmenge billiger Bücher gebracht haben. Das wertvolle Buch ungefürzt in billiger Ausgabe auf den Markt zu bringen, kann nur gutgeheißen werden. Unbedingt verderblich aber wirken die vielen, viel zu vielen Auswahlbände aus Dichtern und Denkern, in denen versucht wird, die Kunst und die Gedanken großer Männer zu popularisieren. Das Gegenteil wird erreicht. Halbgebildung, die weit schlimmer ist als Unbildung, ist die Folge dieser Rosinenernährung.

Das unerfreulichste Kapitel ist die Reklame im Buchhandel. Noch vor vielleicht dreißig Jahren war es unmöglich, einem belanglosen oder schlechten Buch durch Reklame den Schein eines Wertes zu geben. Allmählich wagte sich die Reklame, die sich zuerst nur auf materielle und technische Erzeugnisse erstreckt hatte, auch an Geistesprodukte. Einmal auf diesem Wege, ging sie rücksichtslos voran, und heute liegen die Verhältnisse so, daß ein Buch meist nicht wegen seiner Güte, sondern wegen seiner Reklame gekauft wird. Es liegt mir fern, der Reklame Wert und Bedeutung abzuspochen. Wenn sie sich dem wertvollen Buch zuwendet und hilft, ihm die Wege zu bereiten, so soll sie hochwillkommen sein. Aber in den weitaus meisten Fällen kommt sie dem minderwertigen Erzeugnis zugute. Da es die Mission des Buches ist, nicht nur dem Verleger Gewinnobjekt zu sein, sondern auf den Einzelnen, die Nation, die Menschheit zu wirken, andererseits aber wohl die Reklame das einzige Mittel ist, die Verbreitung eines Buches ins Große zu fördern, so muß versucht werden, eine kapitalistisch uninteressierte Reklame für gute Bücher in die Wege zu leiten.

Meine kleine Zeitschrift war ein Anfang hierzu. Ich glaubte, als ich sie gründete, und noch heute halte ich daran fest, daß niemand hierzu geeigneter ist, als der Sortimentler, der Sortimentler, der alle Anzeigen von Büchern liest, und dem eine große Anzahl der Neuerscheinungen vor die Augen kommt. Aber natürlich ist mancher Mann der Wissenschaft wieder besser gerüstet für diesen verantwortungsvollen Beruf. In der Tat ist das der Kern des Problems, auf den Sophie Hoehstetter in ihren temperamentvollen Ausführungen hinweist: eine unabhängige Zeitschrift, in der verständnisvolle Männer und Frauen unbeirrt um Rezensionsexemplare und Reklame des Verlegers dem guten Buche zum Siege verhelfen und das wertlose in Grund und Boden verdammen.

## Kleine Mitteilungen.

Die Korporation der Berliner Buchhändler gibt das Programm der buchhändlerischen Vorlesungen an der Handelshochschule für das Wintersemester 1915/16 bekannt. Die Vorlesungen behandeln diesmal die Organisation und die Geschäftsgebräuche im deutschen Buchhandel, also ein Gebiet, auf dem jeder Buchhändler genau unterrichtet sein muß und das mit allen Arbeiten der Praxis in engster Berührung steht. Da die heutigen geschäftlichen Verhältnisse es oft dem Prinzipal und seinen Vertretern nicht ermöglichen, über den vielfach eng begrenzten eigenen Betrieb hinaus ihre Mitarbeiter und Hilfskräfte mit den Einrichtungen und Bestimmungen des Gesamtbuchhandels bekannt zu machen, so wird der Besuch der Vorlesungen vielen jüngeren Berufsgenossen eine willkommene Gelegenheit sein, ihr geschäftliches Wissen unter sachkundiger Führung zu ergänzen. Der Dozent — Herr Verlagsbuchhändler Max Paschke — hat sein Thema wie folgt gegliedert: Das Buch als Handelsware und die Organisation des deutschen Buchhandels. — Der Verkehr über