



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint wochentlich. 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. Pettizellen, 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 Zeile berechnet. — In dem illustrierten Teil: für Mitglieder des Börsenvereins die viergespaltene Pettizelle 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. 291.

Leipzig, Freitag den 15. Dezember 1916.

83. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Zur Erweiterung des Büchermarktes.

Von A. Zimmermann, Hamburg.

I.

Im Börsenblatt (Jahrgang 1915) fand ich seinerzeit einige Sätze, die mir so wichtig erschienen, daß ich sie ausgeschnitten und aufgelegt habe. Sie lauten:

»Liegt nun einem Berufe die Herstellung und Verbreitung literarischer Erzeugnisse ob, so hat die Allgemeinheit ein Recht, von ihm zu verlangen, daß er sich diesen Aufgaben in einer Weise unterzieht, bei der sie auf ihre Rechnung kommt und die Überzeugung gewinnt, daß sie ihm mit vollkommenem Vertrauen begegnen darf. Ist das nicht der Fall, so hat die Öffentlichkeit kein Interesse an der Erhaltung und Begünstigung eines Berufsstandes, sondern wird im Gegenteil alle Bestrebungen zu fördern suchen, die auf eine zweckmäßigere Erfüllung ihrer Bedürfnisse und Wünsche gerichtet sind.«

»Auch Büchermarkt und Buchhandel sind so wenig wie irgend ein anderer Wirtschaftsbetrieb um ihrer selbst willen da, sondern weil die Allgemeinheit ihrer bedarf. Diese aber verlangt mit Recht von einem Berufsstand, daß er Produktion und Vertrieb in einer so zweckmäßigen Weise organisiert, daß sie dabei besser auf ihre Rechnung kommt, als wenn diese Funktionen von anderen Stellen übernommen würden.«

Dieser nachdenklichen Worte erinnerte ich mich, als ich in dem sehr lesenswerten Aufsatz des Herrn Huber-Kempton: »Die nationalen Aufgaben des deutschen Buches« in Nr. 121 zwei andere Sätze fand:

»Wer selbst einige Zeit ganz unbehindert oder mit offenen Augen sich unter der Arbeiterschaft bewegte, der weiß, was für ein grotesker Haufen von Ungereimtheit in so einem armen Hirn sich aufstürmt. Es wird Sache der wirklich gut organisierten Volksbildungsbestrebungen und öffentlichen und privaten Vese- und Verleihinstitute sein, der Bichtung von geschraubten Halbbildungs-Subjekten entgegenzuwirken.«

»Die ungeheure Summe von Intelligenz, Erfahrung und gutem Willen, die in dem deutschen Schrifttum sich betätigen kann, muß sich darauf werfen, nach dem Kriege und schon jetzt restlos alle jene Kräfte zu mobilisieren und zu organisieren, die die Sicherstellung unserer nationalen Existenz auch in den schwierigsten Lagen gewährleisten können. Es muß für eine viel, viel nachdrücklichere Verbreitung unserer populärwissenschaftlichen Literatur, soweit sie der Verbreitung zweckdienlichen Wissens förderlich ist und sich nicht in unfruchtbaren Polemiken politischer und religiöser Richtung erschöpft, geforgt werden.«

War es eine Kezerei, daß ich die Worte, die das Börsenblatt im Jahre 1915 zum Abdruck brachte, mit denjenigen des Herrn Kollegen Huber aus dem Jahre 1916 in Verbindung brachte?

Gegen Ende des vorigen Jahres erschien im Börsenblatt unter dem Gesamt-Titel »Zur Hebung des Büchermarktes« eine Aufsatz-Reihe, die wohl von jedem Buchhändler aufmerksam gelesen worden ist, in der stillen Hoffnung, daß doch vielleicht die eine oder die andere der zu Worte kommenden Autoritäten dem großen Geheimnis, wie sich der Umsatz erheblich vergrößern ließe, nähergekommen sein könnte. Mir ist von den guten Ratschlägen, die dort der Reihe nach erteilt wurden, nur dreierlei im Gedächtnis geblieben. Der eine sachverständige Ratgeber meinte, die goldene Zeit würde hereinbrechen, wenn die Bücher — billiger würden. Der zweite Sachverständige dagegen sah

in der Billigkeit der Bücher die Ursache alles Übels. Und der dritte Rat, den ich nicht vergessen habe, auch wohl niemals vergessen werde, bestand darin, daß die Bücher in einer noch zu erfindenden, allmählich durch das Licht verblassenden Drucker-schwärze hergestellt werden möchten.

Die damalige Umfrage war gewiß zweckmäßig. Die Ergebnisse waren auch zweifellos unterhaltsam. Aber es wäre zu viel verlangt gewesen, wenn man ernstlich erwartet hätte, daß Männer, die außerhalb des Buchhandels stehen, in der Lage gewesen wären, dem Buchhandel wirklich neue, gangbare Wege zu weisen. Ich glaube nicht, daß man einem Buchhändler Dünkel vorwerfen kann, wenn er der Ansicht ist, daß es im Buchhandel an Intelligenz keineswegs fehlt. Trotzdem ist das Empfinden im Buchhandel allgemein, daß das Absatzgebiet wesentlich größer sein müßte. Und dieses Empfinden hat keine Verwandtschaft mit dem Empfinden eines Industriellen, der, obwohl er über Erwarten viel abgesetzt hat, dennoch viel mehr absetzen möchte. Es entspringt vielmehr einer Notlage. Dieser Notlage entspricht die wenig freudige, ja oft gereizte Stimmung, die man in unserem Berufe vielfach antrifft: Der Verleger, der seine Bücher nicht los wird, ärgert sich über den Sortimenter, der sich nicht genügend um den Absatz bemüht. Der Sortimenter dagegen ist unzufrieden mit dem Verlag, der viel zu viel auf den Markt werfe und das Sortiment dadurch zur Zersplitterung zwingt. Beide sind schlecht zu sprechen auf die Zeitungen und Zeitschriften, die das literarisch interessierte Publikum nicht genügend oder nicht mit dem erforderlichen Verständnis auf Neuerscheinungen aufmerksam machen.

Der ganze Buchhandel gleicht einem See, auf dem sich Hunderte von Fischern den Raum — und die Fische streitig machen. Aber alle Netze reichen nur wenige Fuß ins Wasser. Was in der Tiefe schwimmt, wird nicht erfaßt. An der Unzulänglichkeit dieser Netze krankt der Buchhandel und mit ihm das ganze Buchgewerbe im weitesten Sinne.

Der deutsche Buchhandel ist eigentlich nur für einen kleinen Teil des Volkes vorhanden. Der Sortimenter sendet seine Bücher »zur Ansicht«, er verschickt Kataloge und Prospekte, aber er wendet sich dabei im allgemeinen nur an Personen, deren Stand und Einkommen eine lohnende Geschäftsverbindung erhoffen lassen. Die breite Masse der Bevölkerung kommt für ihn nicht in Betracht, ja sie kann für ihn nicht in Betracht kommen, da eine Bearbeitung literarisch wenig interessierter Volkskreise für ihn nicht lohnend, ja mit unmittelbaren Verlusten verbunden sein würde. Er erfaßt diese Kreise allenfalls durch das Schaufenster, aber der Wert des Schaufensters in der Erziehung zum Buche ist nicht allzu groß. Es sagt dem Bücherfreund viel und dem gänzlich Unkundigen wenig. Tausende gehen heute am Schaufenster des Buchhändlers mit dem Empfinden vorbei, daß da drinnen der Atem einer anderen Welt wehe, einer Welt, in die sie nicht hineingehören. Sie betreten den Laden eines Buchhändlers nur ungern, weil sie sich in ihm nicht zuhause fühlen können. Die Verbindungsfäden fehlen. — Diese breiten Massen sind es, die ihr Buch zu Weihnachten oder zum Geburtstag lieber im Warenhaus kaufen oder bei irgend einem »Auchbuchhändler«. Von einer literarischen Beratung kann dort na-