



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

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 Zeile 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. 19.

Leipzig, Mittwoch den 24. Januar 1917.

84. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Die Zweckbuchhandlung — eine Gefahr für Buch und Buchhandel.

Von Dr. Hermann Reizer, Wien.

Die Ausführungen, die Herr A. Zimmermann unter dem Titel »Zur Erweiterung des Büchermarktes« in Nr. 292 und 293 des Börsenblatts vom Vorjahre veröffentlicht hat, haben sicherlich bei der überwiegenden Mehrzahl der Leser keinen Anklang gefunden; sie stehen mit den Erfahrungen, die jeder Buchhändler in seinem Berufe selbst zu sammeln reichlich Gelegenheit hat, in allzu kräftigem Widerspruch. Wenn ich nichtsdestoweniger im folgenden eine Widerlegung der Zimmermannschen Gedanken versuche, so geschieht es nur deshalb, um nicht die irrige Meinung entstehen zu lassen, als ob irgend jemand mit den Darlegungen Zimmermanns einverstanden wäre, eine Meinung, die unter Umständen gefährlich und verhängnisvoll werden könnte. Denn so unrichtig und ungerechtfertigt die Schlussfolgerungen des genannten Aufsatzes schon auf den ersten Blick für den Fachmann erscheinen müssen, so darf die große Gefahr, die in derartigen Ideen für Buchhandel und Schrifttum liegt, doch keineswegs unterschätzt werden.

Herr Zimmermann geht von der Tatsache aus, daß der deutsche Buchhandel in seiner bisherigen Form nur einen Bruchteil des Volkes erreicht, eine Behauptung, die ja gewiß richtig ist. Wenn er aber weiter versichert, daß es in den gegebenen, nicht vom Buchhandel abzuändernden Verhältnissen liege, wenn er den literarisch unversorgten Teil unseres Volkes nicht erreichen kann, so bleibt er den Beweis für diese Annahme schuldig. Tatsächlich hat sich der Kreis derjenigen Bevölkerungsschichten, die ihren literarischen Bedarf aus den Buchhandlungen decken, in den letzten Jahren wesentlich erweitert. In dieser Richtung zielbewußt und zwecksicher weiterzuarbeiten, wird die wichtigste Aufgabe des Buchhandels in der Friedenszeit sein. Als Mittel hierzu kommt vor allem die bisher leider nur allzu sehr vernachlässigte Kolportage in Betracht, auf deren außerordentliche Bedeutung für die Gewinnung neuer Leserschichten in diesem Blatte schon wiederholt mit überzeugenden Beweisgründen hingewiesen wurde. Die Kolportage bietet die Möglichkeit, alle jene, welche es aus einer gewissen Scheu oder zu großer Bequemlichkeit vermeiden, eine Buchhandlung zu betreten, in ihren Wohnungen oder Arbeitsstätten aufzusuchen, ihnen die Bücher oder Zeitschriften, Lieferungswerke usw., auf die man sie aufmerksam machen will, zu zeigen und so die Kauflust, sofern sie ohnehin schon vorhanden ist, in ungezwungener und bequemer Weise zu befriedigen oder auch überhaupt erst zu erwecken. Der den Menschen angeborene Nachahmungstrieb bewirkt mit Leichtigkeit, daß dem Beispiel des einen, der ein Buch gekauft, ein Lieferungswerk oder eine Zeitschrift abonniert hat, die Arbeits- und Werkstättenossen folgen, und ist erst einmal dieser erste, wichtigste Schritt zur guten Literatur getan, dann bedarf es wahrhaftig nicht mehr vieler Anstrengungen, um den Betreffenden zu einem dauernden und verlässlichen Abnehmer guter Zeitschriften und Bücher zu machen. Dann wird es auch nicht mehr lange dauern, bis er selbst die Buchhandlung, deren Angestellte und Austräger er bereits kennt, aufsuchen wird, zumal wenn er wiederholt in freundlicher, aber unaufdring-

licher Weise zum Besuch des Ladens aufgefordert wurde. Wir verfügen ja glücklicherweise schon heute über Zeitschriften von der Art etwa der Stuttgarter »Lese« oder des Hamburger »Vortrupp«, welche geradezu als Erzieher zum guten Buch wirken. Der Buchhandel wird nach dem Kriege auf die Verbreitung derartiger Zeitschriften weit mehr bedacht sein müssen, als es bisher der Fall war, denn jeder Leser, den er gewinnt, wird zum Freund und Agitator, zum Werber und Verbreiter guter Literatur erzogen und wird, was die Hauptsache ist, aus seinem Kreise den Schätzen der deutschen Literatur immer neue Freunde zuführen. Auch den in unseren Tagen zu so großer Bedeutung gelangten Volksbildungsbestrebungen muß der Buchhandel viel mehr Beachtung schenken, als er dies vor dem Kriege getan hat. Es gibt ja wohl keine größere Stadt in Deutschland und Österreich, in der nicht in jedem Winter eine beträchtliche Anzahl von volkstümlichen Vorträgen, Vorlesungen, Kursen usw. abgehalten wird. Alle diese Veranstaltungen führen zum Buche; daß sie auch zur Buchhandlung führen, wird sich unschwer erzielen lassen, wenn für entsprechende Zühlungnahme mit den Vortragenden und für die jedesmalige Bereitstellung der passenden Literatur rechtzeitig Sorge getragen wird. Da die Bestrebungen, Bildung und Wissen ins Volk zu tragen, an Umfang und Intensität sicherlich ständig zunehmen werden, wird sich damit für den Buchhandel die Möglichkeit, neue Leserkreise zu gewinnen, in viel größerem Maße darbieten. Wie wichtig ferner die Berührung mit der Presse ist, darüber ist ja an dieser Stelle schon des öfteren gesprochen worden. Insbesondere die Lokalpresse, die Arbeiter- und Fachpresse kann in ihrer Bedeutung für die Verbreitung der Erkenntnis, wie nützlich und empfehlenswert das Lesen guter Bücher ist, gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Den Zeitungen diese Aufgabe so recht zum Bewußtsein zu bringen, muß eines der Hauptziele des hoffentlich bald in Wirksamkeit tretenden Buchhandels- und Werbeamtes sein. Es versteht sich von selbst, daß dabei stets auf den regulären Buchhandel als Bezugsquelle verwiesen werden muß. Besonders fruchtbar wird diese Tätigkeit dann sein, wenn sie sich auch auf die Regelung des Besprechungswesens erstrecken wird.

Der Buchhandel hat also keinerlei Anlaß, sich selbst das Zeugnis auszustellen, er sei unfähig, seine Aufgabe, das Volk mit Literatur zu versorgen, zu erfüllen. Es gibt genug Mittel, um auch die Kreise, die bisher eine Domäne für den Absatz der Schundliteratur waren — deren Verbreitung im übrigen gewöhnlich überschätzt zu werden pflegt —, für das gute Buch zu gewinnen. Daß aber die Zweckbuchhandlung nicht zu diesen Mitteln gehört, scheint uns ziemlich sicher zu sein. Zunächst sei nur daran erinnert, daß diese Volksschichten nicht ausschließlich aus Arbeitnehmern bestehen. Vielmehr gehören dazu vor allem ein großer Teil der Frauenvwelt, der Jugend und des sogen. Kleinbürgertums, kleine Geschäftsleute und Gewerbetreibende usw., dann das Hausgesinde, die ländliche Arbeiterschaft usw., alles Kreise, in denen die Arbeitnehmer-Verbände keinerlei Einfluß besitzen. Letztere können eben auch nur auf ihre Mitglieder einwirken, und es ist gewiß erfreulich, wenn sie, was sie ja schon bisher getan haben, sich bemühen, die geistige Ausbildung ihrer Angehörigen zu heben und zu fördern und sie zu Freunden des Lesens zu erziehen. Aber ist es denn zur Er-