

oder von Deutschen geleiteten Unternehmungen ohne Ausnahme in englische Hände übergegangen, die das deutsche Buch nur so oft handhaben werden, als sie geschäftliche Rücksichten dazu zwingen. Wir müssen, auf jeden Fall, uns unseren Platz dort wieder erobern und von vorn anfangen. Im Osten der Vereinigten Staaten war das wissenschaftliche Einfuhrgeschäft immer mehr und mehr in die Hände einer früher deutschen Firma gelangt. Ihr Arbeitsgebiet ist aber dasselbe, wie das der gleichartigen deutschen Firmen, jede ihr gewährte Hilfe entzieht also den heimischen Unternehmungen Boden, eine Bedeutung als Werbemittel für das deutsche Buch hat sie nicht mehr. Jedenfalls liegen die Verhältnisse in Nordamerika noch immer wesentlich günstiger als in den anderen Ländern englischer Zunge, da viele der älteren deutschen Gründungen fortbestehen und es sogar nicht an eigenen Niederlassungen deutscher Verleger fehlt.

Was nun die Wiederbelebung und Hebung des Verkehrs mit dem englischen Sprachgebiet anbetrifft, so möchte ich zunächst einer Erweiterung und Anpassung unserer bibliographischen Hilfsmittel das Wort reden. Ich halte einen monatlich zu verbreitenden Bericht, der auf Grund des »Wöchentlichen Verzeichnisses« des Börsenvereins bearbeitet sein könnte, für wünschenswert. Es müßten nur Veröffentlichungen Aufnahme finden, mit deren Absatz im Auslande gerechnet werden kann; dieselben sollten genau, ohne die außerhalb Deutschlands unverständlichen Wortabkürzungen beschrieben und in einer in englischer Sprache abgefaßten kurzen Anmerkung charakterisiert werden. Die Schaffung derartiger Berichte erscheint mir geradezu für jeden Markt ein Bedürfnis, selbst dem deutschen Sortiment, der seine Bücherkäufer auf dem Laufenden erhalten will, fehlen sie. Einzelne Verleger, wie z. B. Julius Springer, zeigen ihre Neuigkeiten in ähnlicher Form an, während das Barsortiment durch seine Liste »Bücher, die eine Zukunft haben« dem offenbaren Mangel abhelfen will. Die wissenschaftlichen Fachbuchhandlungen arbeiten schon seit langer Zeit in dieser Weise, sie veröffentlichen *Naturae, Medicinae Novitates* und anderes, nehmen aber auch Aufsätze aus Zeitschriften und ausländische Literatur auf und gehen somit über das Ziel, das ich im Auge habe, hinaus. Ähnlich wie unsere Bibliographie kann ein derartiges literarisches Anzeigenblatt nur durch Zusammenwirken entstehen. Der Hauptmangel des gebräuchlichen buchhändlerischen Anzeigentwesens ist der an innerem Zusammenhange, die üblichen Rundschreiben und Anzeigen neuer Bücher sind lose Blätter, die verwehen, und die nicht einmal der damit betraute Buchhändler zur Benutzung zusammenhalten kann. Nach meinen Erfahrungen blieb im Auslande die Verbreitung der oft zu wortreichen, deutschen Ankündigungen fast immer erfolglos. An Stelle des Prospekts verwendet der englische Verleger in vielen Fällen Abzüge des Titelblattes; ich wundere mich, daß ihm hierin sein deutscher Berufsgenosse nicht folgt. Da der letztere häufig Umschlagpapiere in der gleichen Farbe verwendet, so würden die Anzeigen sofort als die seinem Verlage eigentümlichen erscheinen. — Die Ergebnisse der monatlichen Berichte könnten innerhalb bestimmter Zeiträume in abgekürzter Form zu Fachkatalogen vereinigt werden, ein solcher wurde vor einigen Jahren von einer Anzahl Pariser Verleger medizinischer Literatur verbreitet. Nicht genug können übrigens die erfreulicherweise immer mehr in Aufnahme kommenden Literaturnachweise und Literaturverzeichnisse in Büchern empfohlen werden. Die Erfolge der großen wissenschaftlichen Antiquariate und Fachbuchhandlungen sollten den Verlag veranlassen haben, der Bücherbeschreibung mehr Aufmerksamkeit zu widmen. Die Verlagskataloge und Anzeigen sind nur ein Werbemittel aus einem begrenzten, für einen begrenzten Kreis, aus der Vielheit dieser kann kaum noch der fachkundige Buchhändler den an ihn gestellten Anforderungen gerecht werden, die kaufwillige Menge steht ihnen ratlos gegenüber.

Ogleich eine Anzahl von Büchern als Rezension- und Geschenkeemplare ins Ausland versandt wird, auf den Londoner Auktionen kann man sich von deren Vorhandensein leicht überzeugen, so sieht man, oberflächliche Titelaufnahmen ausgenommen, selbst in Fachzeitschriften selten eine Gegenleistung. Einzelanzeigen, noch dazu in deutscher Sprache, wie sie mir

dann und wann zu Gesicht gekommen sind, halte ich für zwecklos. Erfolg haben nur die fortgesetzt wiederholten Anzeigen an bestimmter Stelle, wie sie im englischen Verlagshandel üblich sind. Für den Verleger besonders von Zeitschriften halte ich Austauschinserte für empfehlenswert. Mit dem kontinentalen, vom Deutschen beherrschten Büchermarkt muß der englische und amerikanische Verleger nach wie vor rechnen, er wird sich also zu Zugeständnissen bereitefinden lassen, vor allem wenn ihm gleiche Werte geboten werden. Das beste Werbemittel für das Buch ist das Buch; warum sollte ein deutscher Verleger nicht Werke und Zeitschriften gleicher Richtung, aber in anderer Sprache zur Anzeige bringen, wenn seinen Erzeugnissen dafür der Leserkreis des Ausländers geöffnet wird. Jede deutsche Firma hat einen Doppelgänger im fremden Land, der aber nicht notwendigerweise der das gleiche Feld bearbeitende Wettbewerber ist, denn er sieht ja mit seinen Büchern das Ding von der andern Seite. Beginnend mit dem Studium des fremden Verlagskatalogs, bieten sich Annäherungsmöglichkeiten, die die gesunde Grundlage der Interessengemeinschaft haben. Heute wird der Inhalt des deutschen Buches dem angelsächsischen Ideenzirkel oftmals auf dem Wege über die Vereinigten Staaten nahegebracht, weil die Kenntnis der deutschen Sprache dort verbreiteter ist und eine Anpassung stattfinden kann. Diese Amerikanisierung deutschen Gutes sollte bekämpft und verhindert werden. Der deutsche Wein in amerikanischen Schläuchen wird zu einem Säuerling, der uns niemals Freunde machen kann. Muß sich ein deutsches Buch in das Gewand der fremden Sprache kleiden, so soll es wenigstens Hersteller und Verleger erhalten, die seinem Ursprunge entsprechen. Geschehen kann das aber nur durch deutsche Verlagsniederlassungen in den Vereinigten Staaten.

Wie bekannt sein dürfte, ist die Verbindung des englischen Verlags mit dem amerikanischen eine sehr enge, ich möchte fast sagen, sie ist eine der Wurzeln seiner Kraft. Als Beispiel möchte ich nur die bedeutende Macmillan Company anführen. Mit Ausnahme einiger auf kirchlichem Boden stehenden Firmen haben wir dieser Machtentfaltung nichts gegenüberzustellen, denn es sind wohl deutsche Arbeit und deutsche Geisteskräfte hinüberverpflanzt worden, aber nicht deutsches Kapital. Die fleißige Hand und der rege Geist sind bald amerikanisch geworden, denn sie mußten nach Brot gehen, es hat aber nicht an Anzeichen gefehlt, daß das hätte deutsches Brot sein können. Oder sind nicht auch Nachdrücke über Nachdrücke deutscher Romane erschienen, sind nicht billige Sammlungen verbreitet worden, die, trotzdem sie gegen das Verlagsrecht verstößende Ausgaben enthielten, selbst zuweilen ihren Weg nach Deutschland gefunden haben? Wäre da nicht Platz gewesen für ein bibliographisches Institut, ein Haus Reclam und Niederlassungen in zusammenfassenden Aktiengesellschaften unseres Kunst- und wissenschaftlichen Verlags? Die deutschen Einfuhr-Sortimente konnten naturgemäß diesen Aufgaben nicht gerecht werden, waren sie doch auf der einen Seite abhängig von den deutschen Firmen, für die sie arbeiteten, auf der anderen von ihrem amerikanischen Publikum. Ein erfolgversprechendes Verlagsunternehmen muß aber durchaus den Landesverhältnissen entsprechend organisiert werden und auch besonders den Reisebetrieb pflegen.

Auf dem Wege über die Vereinigten Staaten können wir auch nach Australien und dem fernen Osten gelangen, den Weg nach dem englischen Mutterlande, Indien und den wichtigen südafrikanischen Besitzungen können wir ohne Vermittlung nur über London finden. Dort sind die Tage des deutschen Sortiments gezählt, an deutsche Verlagsniederlassungen ist nicht zu denken, neben der vorher angedeuteten Annäherung an den englischen Verlag erscheint mir aber die Gründung einer Vertriebsstelle, in ihrer Anlage einem Leipziger Kommissionsgeschäft angepaßt, möglich und erfolgversprechend. Deutsche Verlagsunternehmen internationalen Charakters, Reisebücher, Wörterbücher, Karten- und Abbildungs-Werke, Lehrmittel, werden, so lange sie gut und preiswert sind, von der englischen Verlagstätigkeit nicht verdrängt werden können, sie werden meiner Ansicht nach von dem an sie gewöhnten Engländer wieder verlangt werden. Ihr Vertrieb war bisher zum Teil englischen Firmen,