

meinde, die sicher für eine periodische Berichterstattung über die Verlagsarbeit dankbar ist und gern den geringen Bezugspreis bezahlt, der heute für solche Veröffentlichungen gefordert werden muß.

Ganz neu ist die Hauszeitschrift »Bücher-Rundschau«. Eine Zweimonatschrift über wichtige Neuerscheinungen auf dem Büchermarkt. Herausgegeben für die Konzernsortimente des Verlages Josef Kösel & Friedrich Pustet K.-G. Der Charakter der Hauszeitschrift besteht hier nicht in der Benutzung für die Ankündigung und Empfehlung lediglich der eigenen Verlagswerke. Vielmehr ist das Blatt, abgesehen von dem christlich-katholischen Standpunkt, den es naturgemäß vertritt, durchaus allgemein gehalten und bringt neben vorzüglichen einleitenden Originalartikeln eine gut gegliederte und ausgewählte Zusammenstellung der Neuigkeiten des Büchermarktes, überall mit Umschreibung des Inhaltes der Einzelwerke. Ihr Charakter als Hauszeitschrift zeigt sich darin, daß sie nur durch die eigenen Sortimente der Firma, und zwar unberechnet abgegeben wird. Sie dient also als Mittel, diesen Sortimentsbetrieben Kundenschaft zuzuführen. Daß diese Art Reklame durchaus großzügig angefaßt worden ist, geht auch aus der Qualität der einleitenden Artikel hervor, von denen aus Nr. 1 genannt seien: »Von der Kunst des Lesens und der Wahl guter Bücher« von Dr. Philipp Junf, »Neuere Dürer-Literatur« von Dr. Ernst Stahl; aus Nr. 2: »Über Heimatbücher« von Dr. Anton L. Mayer-Pfannholz und »Das Sonntagsbuch« von Dr. Alfons Heilmann. Zwei Hefte von 40 und mehr Seiten Großoktab liegen in guter Ausstattung vor. Im Hinblick auf die sehr hohen Kosten dieses Werbemittels, das gut durchdacht ist und in seiner Form sehr wirksam erscheint, muß abgewartet werden, ob es sich auf die Dauer halten wird, bzw. völlig unberechnet abgegeben werden kann. — Wieder den Charakter der ausgesprochenen Verlags-Hauszeitschrift tragen Georg Müllers Neueste Nachrichten. Eine kleine Zeitung für Bücherfreunde. Herausgegeben vom Verlage Georg Müller in München (8°, 10 Nummern jährlich). Das Blatt bringt Text- und Bildproben aus den Verlagswerken und am Schluß eine Abteilung »Aus der Verlagswerkstatt«, gibt sich also in der Struktur ähnlich wie das »Insel-Schiff«, wo allerdings in der ersten Abteilung die werbende Absicht mehr verschleiert wird. Zweifellos hat ebenso wie der Insel-Verlag der Verlag Georg Müller in München seine Gemeinde, die über die Verlagstätigkeit auf dem laufenden zu erhalten ein Gebot der Reklame ist. Natürlich sollen und können mit der Hauszeitschrift auch neue Freunde gewonnen werden. Die Veröffentlichung ist äußerlich und innerlich durchaus so gestaltet, daß dieser Zweck erfüllt wird. — Bereits seit einem Zeitraum von neun Jahren erscheinen gleichzeitig mit jeder Folge von neuen Bänden der Universal-Bibliothek »Reclams Blätter für die Freunde der Universal-Bibliothek« im Verlage von Philipp Reclam jun. in Leipzig. Außer den Ankündigungen der neuen Nummern enthalten die einfach gehaltenen und jetzt in Kleinoktabformat erscheinenden Blätter Textproben, Mitteilungen des Verlages und bibliographische Zusammenstellungen. Der Jahresbezugspreis beträgt M 1.—. Der Verlag mag sich sehr wohl dessen bewußt sein, daß seine Sammlung jedem halbwegs Gebildeten bekannt ist. Die wenigsten unter diesen wissen aber, welche unendlich reiche Fundgrube die Universal-Bibliothek darstellt. Hier übernimmt die kleine Hauszeitschrift in sehr zweckmäßiger Weise die Begriffsvermittlung und stellt daneben ein engeres Verhältnis zwischen Verlag und Leser her, wie es durch die trodene Bibliographie des Katalogs niemals erreicht werden würde. — »Die Fahne«. Ein Zeitweiser für Bücherfreunde nennt sich eine in Oktavformat in guter Ausstattung bei Walter Seifert in Heilbronn erscheinende Hauszeitschrift. Ihr Inhalt besteht aus z. T. ausführlichen Originalbeiträgen von Autoren und aus Textproben von Werken des Verlages. Neuerdings findet sich am Schluß noch eine »Zummelecke« mit verschiedenem Inhalt. Die Zeitschrift stellt sich als ein gutes, wenn auch kostspieliges Werbemittel für einen engeren Kreis meist jüngerer Autoren dar.

Damit dürfte das Gebiet der hauptsächlichsten bestehenden Vertriebs- und Hauszeitschriften so gut wie erschöpft sein. Über

den Werbewert der Vertriebszeitschrift ist gewiß noch nicht das letzte Wort gesprochen, auch nicht über die bestmögliche Gestaltung einer solchen periodischen Veröffentlichung. In ihrer Art tragen die bestehenden wohl alle ihr Teil zur Erschließung des Büchermarktes bei. Was die ganz allgemein gehaltenen Vertriebszeitschriften anlangt, so hat die buchhändlerische Allgemeinheit sicherlich ein Interesse daran, daß dieses Problem einmal als Angelegenheit aller vom rein organisatorischen und werbemäßigen Standpunkte aus großzügig angefaßt wird.

Über die Aufgabe des Buchhändlers.

Ein Brief von Ellen Key*).

Sie haben mich gebeten, beispielsweise über die Kulturaufgabe des Buchhändlers zu schreiben. Dies ist eine Frage, die an die Strizgeschichte (schwedisches Wigblatt) vom Mädchen erinnert, das beim Anblick eines Nilpferdes gewahr wurde, daß »derartige Tiere nicht existieren«.

In jedem Buchladen stehen Buchhändler mit einer einfachen Aufgabe. Diese ist, das kaufende Publikum mit dem, was es wünscht, zu bedienen und es über das zu unterrichten, was es bisher überhaupt nicht geahnt hat. Demzufolge nimmt der flinke und geschickte Buchhändler mit Lobpreisungen und Lügen über die Waren, die den Ladentisch füllen, den Mund voll. Er versteht sich auf seinen Beruf, wenn er zur Weihnachtszeit den Anaben neue Detektivgeschichten, den jungen Mädchen neue Romane, älteren, feinen Damen den neuesten Adelskalender (à la Gothaisches Taschenbuch) und altersgrauen Offizieren Ludendorffs Erinnerungen vorsticht, wenn er jedes Einzelnen Wunsch errät, mag dieser nun zwischen dem »Seelenschatz«, dem Schelmenroman, dem Kochbuch oder dem Dadaismus liegen.

Daß ein Buchhändler ein Wegweiser, ein Berater, eine Art geistige Sittenpolizei sein könnte — ja sein sollte, fällt weder ihm selbst (sic!) noch dem Verleger ein. Ja, möglicherweise im Anfang, wenn ein junger Mann, nachdem er hinter dem Ladentisch gelandet ist, vergeblich danach strebt, ein mehr persönliches und teilnehmendes Verhältnis zur Literatur zu gewinnen. Dann erdreistet er sich mitunter, ein Buch zu empfehlen, trotzdem es Professor Bööf (bekannter schwedischer Kritiker) als Gabelstück zwischen seinen großen Herbst- und Winteropfern genommen hat. Ja, der Anabe wagt sogar, den ewigen Wert irgendeines Buches, das von einem anderen Literaturkritiker zum Nobelpreis empfohlen wurde, zu bezweifeln. Der arme Tropf wird aber bald lernen, daß er, wenn er seinen Posten behalten will, es bald bleiben lassen muß, zur Auserung einer eigenen Anschauung den Mund zu öffnen. Um so eifriger beginnt er dann die Bücherbesprechungen der Tageszeitungen zu lesen und sucht zu erraten, welchem Kunden gegenüber die Besprechungen von »Svenska Dagbladet« oder umgekehrt »Dagens Nyheter« angebracht erscheinen. Seine Lippen und seine Gesichtszüge werden immer stummer und höflicher, bis er schließlich mit marmorner Ruhe eine Kriegsgewinnerfrau den »Decamerone« als geeignetes Konfirmationsgeschenk für deren schöne Tochter wählen läßt — die ähnliche Novellen wahrscheinlich schon selbst erlebt hat.

Schließt alle Buchläden! Lasset die Druckpressen verstummen! Unsere Verleger mögen von ihren Zinsen leben. Gebt uns — wie ein Engländer schon vor fünfzig Jahren seufzte — silence for a generation (Stille für eine Generation). Lasset uns alle die wunderbaren Bücher lesen, die bereits vorhanden sind; lasset den Buchhändler- und Autorenberuf eine neue, wandernde Gesellschaft werden. Eine Anzeige in Ihrem (dem schwedischen Gehilfen-)Blatt — als Scherz gemeint — mag ernsthaft begründet werden. Diese versprach ja, daß »vollkommen berufene Dichter bei der A.-G. Warholmswerft sofort Arbeit erhalten können«.

Jeder junge Dichter mag innerhalb 25 Jahren täglich acht Stunden Strafarbeit leisten. Die Gedichte, die er während dieser Zeit hervorbringt, entstehen so unter Umständen, daß sie auch längere Zeit, als die Weihnachtsfeiertage gerade reichen, gelesen werden können. Werden sie auch noch zu Ostern gelesen, so tragen sie sicher den Reim für eine Zeile im zukünftigen Schind und Warburg (bekannte schwedische Literaturgeschichte) in sich.

Die »idealistischen« Buchhändler müssen Hand in Hand in einen neuen Celionsberg hineinwandeln und dort schlafen, gleich den sieben heiligen Männern, die während der Verfolgung des Kaisers Decius

*) Aus dem Almanach des Schwedischen Buchhandlungsgehilfen-Vereins übersetzt von Felix Bärkonyi. — Wenn die launigen Äußerungen der berühmten Schriftstellerin natürlich zunächst für Schweden bestimmt sind, so dürften sie immerhin auch bei uns interessieren, weshalb sie hier mit einigen Kürzungen wiedergegeben werden.