

haben, daß eine Preisangabe in Buchbesprechungen nicht hineingehöre. Das war richtig für Zeiten, in denen die Buchpreise ziemlich auf einer Linie standen, so daß der Leser sich den Preis des besprochenen Buches ungefähr denken konnte. Heute aber ist das ganz anders geworden: die Bücherpreise machen für den literarisch interessierten Käufer oft erhebliche Summen aus; die Eche, sich im Buchladen erst nach dem richtigen Preise erkundigen zu müssen, hält manchen davon ab, das Buch überhaupt zu bestellen. Es ist auch eine neuzeitliche Erfahrung, daß man sich an Preise erst »gewöhnen« muß. Mancher Buchhändler wird aus seiner Praxis wissen, daß es Kunden gibt, die, wenn sie den Preis eines von ihnen gewünschten Buches erfahren, den Laden fluchtartig verlassen — und nach ein paar Tagen dasselbe Buch, ohne mit der Wimper zu zucken, kaufen. Es ist etwas ganz anderes, ob ich mir zuhause auf Grund der Preisangabe in einer Kritik in Ruhe überlegen kann, was eigentlich ein Betrag von, sagen wir einmal: 2000 Mark, »umgerechnet in Margarine«, bedeutet, — als wenn mir im Buchladen dieselbe Summe unvermittelt entgegenprallt.

Nun wird man sagen, daß die Redaktionen sich auf irgendeine »Grundsätzlichkeit« berufen und die Preisangabe, sei es mit oder ohne besonderen Wunsch des Zeitungsverlegers, ablehnen werden. Ich stehe hier auf einem ganz anderen Standpunkte. Heute liegt es in erster Linie im Interesse des Zeitungslesers, den Preis eines Buches wenigstens ungefähr zu wissen; seine Angabe ist also meines Erachtens ein Teil des redaktionellen Nachrichtendienstes geworden, der dem Wunsche der Bezahler entspricht. Über Bücherpreise herrscht im Publikum noch immer eine grenzenlose Verwirrung; man hat in weiten Kreisen überhaupt keine Ahnung, ob ein Durchschnittsroman 300 Mark, 600 Mark oder 2000 Mark kostet. Wenn nun wenigstens die Mehrzahl der Kritiken Preise enthält, wird sich das Publikum danach einstellen können. Es ist deshalb für den Gesamtbuchhandel durchaus von großer Bedeutung und gehört mit zu dem kulturellen Thema »Die Erziehung zum Buch«, wenn es gelingt, Kritikern, Redaktionen und Zeitungsverlegern die Überzeugung beizubringen, daß die Preisangabe einen wesentlichen Bestandteil der Besprechungen ausmacht, weniger, um dem besprochenen Buche, als um der gesamten kulturellen Aufgabe des Buchhandels und den Wünschen der Leserschaft zu dienen.

Darum erscheint es mir sehr wünschenswert, daß wenn nicht alle, so doch die Mehrzahl unserer Verleger künftig bei der Zusendung von Besprechungsstücken diese Bitte ausdrücklich den Redaktionen usw. zum Ausdruck bringen.

Nun wird man mir von Verlegerseite entgegenhalten: Ja, wir können ja gar nicht den Preis bestimmen, der bei Abdruck der Besprechung noch Gültigkeit hat.

Darauf erwidere ich: es ist auch gar nicht notwendig, den Preis verkaufsfest anzugeben; es genügt vollständig, einen »Etwas-Preis« anzugeben, der zu nichts verpflichtet, aber doch Richtzahl ist. Wenn der Zeitungsleser sieht: das besprochene Buch kostet »etwa 2000 Mark«, so kann er mit dieser Mitteilung schon etwas anfangen, es kommt gar nicht darauf an, ob er es nachher mit 100 Mark mehr oder weniger bezahlen muß, und er wird auch über erhebliche Differenzen leichter hinwegkommen, als wenn ihm im Buchladen der Gesamtbetrag unvermittelt entgegenprallt.

Aber auch die erheblichen Differenzen, die ja ihren Grund nur in dem plötzlichen Auspringen der Schlüsselzahl haben können, lassen sich unschwer vermeiden.

Freilich ist dazu die Vorbedingung, daß die Verleger die Pressebearbeitung innerhalb ihres Betriebes systematisch und organisch in eine Hand legen — und für diese Hand auch den Kopf finden, der in der Lage ist, die teuren Besprechungsstücke so zu leiten, daß sie Früchte einbringen. Daron mangelt es noch — und vor allem bei den Großverlegern. Ich könnte ein Lied singen von Dingen, die lieblos und unüberlegt auf meinen Tisch geflogen sind — freilich auch eine andere Melodie, wo irgendein kurzfristiger Verlagsunterbeamter (oder war er mehr?) mir irgendein ausdrücklich mit ausdrücklich angegebenen Zweck erbetenes Besprechungsstück »leider« versagte, weil er keine Ahnung von der Presse und ihren Wechselbeziehungen hat. Ich will nur ein kleines Beispiel hier erzählen, es ist eins der harmlosesten, das ich erlebt habe, aber es zeigt doch typisch das Ungeschick, mit dem einige Verlage die Presseangelegenheit behandeln. Ich hatte kürzlich in einer der bedeutendsten Tageszeitungen einen langen Artikel veröffentlicht, der sich mit dem weltbekannten Kinderbuche eines Verlags beschäftigte. Im Börsenblatt fand ich bald darauf eine Neuerscheinung desselben Verlags angezeigt, die mich sehr interessierte und die ich ebenfalls in dieser bedeutenden Zeitung besprechen wollte. Ich forderte es also von dem Verlage für diesen Zweck an. Nach Wochen erhalte ich eine Postkarte, mit der mir der Verlag in freundlicher Weise mitteilt, daß das Buch jetzt erschienen sei, er habe es an die Redaktion

der betreffenden Zeitung geschickt und ich möchte es mir von dort kommen lassen. »Wir sind leider unter den gegenwärtigen Verhältnissen nicht in der Lage, Besprechungsexemplare außer an die Schriftleitungen der Zeitungen auch noch an die Herren Rezensenten persönlich abzugeben«; d. h. also: lieber schickt der Verlag ins Blaue hinein den unpersönlichen Schriftleitungen ein Besprechungsstück als dem Kritiker, von dem er weiß (oder doch wissen müßte, wenn er den Pressedienst organisch aufgezogen hätte), daß er »echt« ist, und der es besonders für diesen Zweck angefordert hatte. Der »Herr Rezensent« in meiner Person hat die Angelegenheit aber zur Kenntnis genommen und sie ist für ihn erledigt; vielleicht hat der Verlag das Glück, daß das Buch doch noch gelegentlich von irgendwem »besprochen« wird. Es sei zugegeben, daß der Verlag vorsichtig operieren muß, um nicht den Bücherbühlern in die Hände zu fallen, aber — ganz abgesehen von dem persönlichen Fall, hätte er entweder dem Kritiker das Buch zuschicken und der Redaktion hierüber Mitteilung machen müssen, oder er hätte es der Redaktion mit der Bitte übersenden müssen, es an den Kritiker N. weiterzuleiten^{*)}. Wird der zweite Weg eingeschlagen, so ist allerdings in Betracht zu ziehen, daß die Weiterleitung des Exemplars der Redaktion Kosten verursacht — Kosten, die sich kleinere Zeitungen oft lieber ersparen und deshalb nur den Wäschzettel abdrucken.

Zum Thema Wäschzettel möchte ich meine Auffassung noch dahin darlegen, daß Wäschzettel nicht Phrasen dreschen, sondern vor allen Dingen den tatsächlichen Inhalt des Buches angeben sollen.

Nach dieser kleinen Abschweifung, mit der ich nur einmal auf einen Fehler in der Pressepropaganda mancher Verlage hinweisen wollte, zurück zum Thema! Erheblich ins Gewicht fallende Differenzen zwischen dem ursprünglich für eine Kritik angegebenen Preis und dem tatsächlich inzwischen eingetretenen Verkaufspreis lassen sich bei einem Verlage, der seine Pressebearbeitung in straffer Hand hat, einfach dadurch beheben, daß er den Empfängern des Besprechungsstückes durch eine Formularkarte so lange über jede Preisveränderung Mitteilung macht, bis die Besprechung erschienen ist. Damit verbindet der Verlag zugleich eine Art Mahnverfahren, die Besprechung bald zu bringen: er bringt das Buch immer wieder dem Kritiker in Erinnerung, ohne dabei Gefahr zu laufen, die betreffende Persönlichkeit zu verletzen.

Abzuzehren möchte ich davon, den »Etwas-Preis« durch die Grundzahl zu ersetzen. Wir haben heute wahrlich genug mit Zahlen zu tun, und man kann nicht verlangen, daß sich der Leser eine Teuerungszahl, die er vielleicht irgendwann einmal zufällig gelesen hat (und die ganz gewiß schon überholt ist), einprägt, weil er »vielleicht« einmal ein Buch kaufen will.

Also hinein mit dem Etwas-Preis in die Buchbesprechungen!

Und nun noch etwas Allgemeines zum Besprechungsweesen! Es gibt Verleger, die auf dem Standpunkte stehen, sie machen dem Kritiker mit der Zusendung eines Besprechungsstückes ein — Geschenk. Ja, es gibt sogar einen sehr großen Verlag, der dieses angebliche »Geschenk« nur zur Hälfte macht, indem er Kritikern, die ein Buch besprechen wollen oder sollen, dieses Buch mit einem »Rabatt« von 50% — künstlich anbietet. Das ist ein »Geschäft«, das von jedem Kritiker, der es ehrlich meint, als eine beleidigende Mißachtung geistiger Arbeit angesehen werden muß. Überlegen sich denn die Herren »Pressezuständigen« solcher Verlage gar nicht, welche Zeit schon rein physisch dazu gehört, ein Buch durchzulesen, welche Zeit es erfordert, die gezielte Kritik zu geben und niederzuschreiben? Das Honorar der Kritiker ist der Not der Presse entsprechend niedrig, rechnet man nach dem »Stundenlohn« der Handarbeiter um, so kommt der Kritiker, selbst für Besprechungen, die er großen Zeitungen liefert, nur auf einen ganz winzigen Bruchteil dieses Stundenlohns, umgerechnet die Selbstkosten für Schreibmaterial, Porto usw.! Es gehört also ein großes Stück Idealismus dazu, sich dieser Aufgabe überhaupt zu widmen; der Verlagsbuchhandel hätte daher alle Veranlassung, diesen ehrlich im Gemeininteresse arbeitenden Persönlichkeiten von Grund auf dankbar zu sein. Es ist nicht angebracht, mit dem hohen Bücherpreis, dem Wert aufzutrumpsen, den man in die Hand des Kritikers legt; diese Geste der Gnade ist eine

^{*)} Ordnungshalber muß unserer Meinung nach jede Redaktion die Verteilung der Besprechungsstücke in der Hand behalten, also für jedes Buch den geeigneten Besprecher selbst bestimmen, was ja nicht ausschließt, daß Wünsche von Verlagsleitungen oder Rezensenten in erster Linie Beachtung finden. Die Red. des Bbl. bittet daher, ihr zugeordnete Besprechungsstücke buchhändlerischer Fachliteratur stets an ihre Adresse zu senden. Diese finden dann zunächst Verzeichnung in der redaktionellen Liste »Für die buchhändlerische Fachbibliothek« und werden dann an geeignete Mitarbeiter weitergegeben. Red.