

Fort mit allen unproduktiven Kämpfen zwischen Gruppen und Grüppchen, zwischen Verlag und Sortiment; weg mit diesen langweiligen Wahldebatten! Dem Ganzen zugerichtet sein ist Aufgabe jedes Augenblickes. Auf zur Tat!

Was uns not tut, sind zunächst einmal: lebendige Menschen, die den Buchhandel nicht wie ein Expeditionsgeschäft betreiben. Menschen, die die Liebe zum Buch in unsere Reihen treibt. (Die Frage des Nachwuchses ist für uns brennender und schwieriger als je.) Buchhändler sein — einerlei ob Sortimenter oder Verleger — bedeutet u. a. auch: Händler sein mit geistigen Werten. Wenn man sich über das letzte Widerspruchsvolle dieses Satzes klar ist, sobald man in unerbittlicher Fragestellung die Antwort geben muß, daß wir geistigen und künstlerischen Schöpfungen »kaufmännisch« gegenüberstehen, dann verstehen wir auch die sich immer wiederholenden Divergenzen unseres Berufes. »Zwei Seelen wohnen ach in unserer Brust«, und es ist nicht eben zum Heile des Buchhandels, daß die heutige buchhändlerische Generation überwiegend händlerisch kaufmännisch eingestellt ist. Wir verkennen nicht den außerordentlichen Wert, der dem tüchtigen Kaufmann innewohnt, wir sind heute mehr denn je davon überzeugt, daß Männer mit ausgesprochen merkantilen Fähigkeiten in unsere vordersten Reihen gehören (Hans Boldmar), aber ebenso notwendig erscheint es uns, daß diese notwendige Einseitigkeit ihre Ergänzung findet in solchen Naturen, die dem warm pulsierenden Leben und seiner Mannigfaltigkeit näher stehen (Eugen Diederichs, Dr. Ehlermann). Der Buchhändler von morgen muß die Fähigkeiten des Kaufmannes mit dem Fleiß des Gelehrten, die Rührigkeit des Rechners mit dem Temperament des Künstlers vereinigen. Ein Zusammentreffen eben dieser Eigenschaften in völliger Harmonie ist außerordentlich selten. Das ist der Grund, weshalb wir dem Idealbild eines Sortimenters und Verlegers nur allzu selten begegnen. Aber die kommende Generation zu diesem Typus heranzubilden ist unsere Aufgabe. Wir sind verantwortlich für die kommende Buchhändler-Generation, und darum sollten wir nicht nur der Buchhändler-Veranstaltung, sondern auch allem, das auf Vervollkommnung unseres Standes hinarbeitet, ein mehr als platonisches Interesse entgegenbringen. Deshalb:

Jugend heraus!

Die zweite Notwendigkeit ist ausgedehnte allgemeine Buchpropaganda. Glücklich der Mensch, dem die Aufgabe zufällt, diese propagandistische Tätigkeit im Auftrage des Börsenvereins zu übernehmen. Unsere Spitzenverbände haben bis heute, trotz eindringlicher Mahnung von berufener Seite, die Propagandafrage immer und immer wieder hintenangestellt. Das bleichsüchtige Plakat »Bücher sind billig« oder ähnlich registriere ich nur als negative Tat. Es sei deshalb erlaubt, darauf hinzuweisen, daß sich eben ein Umschwung vollzogen hat, wie ihn die Weltgeschichte nicht aller hundert Jahre sieht. Einerlei, ob wir dieser Umwälzung freundlich oder mißvergnügt gegenüberstehen, Tatsache ist, daß eine neue Käuferschicht entstanden und daß — abgesehen von der Werbung einzelner junger Sortimenter — noch wenig geschehen ist, um diese nicht zu unterschätzende neue Käuferschicht in unsere Läden zu ziehen. Auf diese neuen Käufer aber kommt es heute in erster Linie an. Verheimlichen wir es uns doch nicht, daß unsere früheren Käufer von Tag zu Tag mehr und mehr verarmen, daß sie lange Jahre hindurch für uns völlig unproduktiv bleiben müssen. Woher sollen unsere Umsätze denn kommen, wenn wir nicht die Arbeiter, Angestellten und andere »Gut-Situierte« zum Buchlauf ermuntern! Daß der Arbeiter heute auf dem Weg zum Buch ist, das werden alle diejenigen bestätigen, welche dieser Käuferschicht ihr Interesse zuwandten. Heraus mit den Arbeitern aus den Kinos und Schnapsbuden, — hinein mit ihnen in Veseabende, Bibliotheken und populäre Vorträge! Psychologisch durchdachte Werbefeldzüge allergrößten Stils für das Buch sind notwendig. Um Gottes willen keine toten Plakate! Lebendige Ströme gehen nur vom Lebenden aus und der anämische Mann auf dem Plakat des Börsenvereins sei uns ein leuchtendes Beispiel dafür, wie man nicht Reklame macht. Vor allem kommt's auf die direkte Fühlung der Berufenen mit den in Frage kommenden Menschen an. Auf die lebendige Vermittlung unserer unsterblichen Geister. Auf die Erregung der Neugier der erwachten Arbeiter, auf den Humor, der die Reklame für das Buch

umspielen soll, auf — — ich will dem kommenden Propaganda-Chef des Börsenvereins nicht vorgreifen; wichtiger als alle langweiligen Debatten über Teuerungszuschläge, Verlegervereins-Standpunkt, Gilde-Standpunkt ist Vese-Propaganda, Buchpropaganda.

Wie notwendig wäre es in diesem Augenblick, daß die leitenden Stellen zu tatkräftiger Steuer- und Devisenpolitik aufrufen würden! Wo war die Börsenvereinsleitung, als unsere deutschen Bücherpreise die Auslandpreise überhoben? Erst nach wochenlangem Verwirrung, die dem ganzen Ausland die glücklich erkämpften festen Auslandpreise raubte, hinkte der Börsenverein mit seiner Entschliebung nach. — Wenn es uns im Buchhandel an einer wirtschaftlichen Beratungsstelle gefehlt hat, so ist auch hierfür dem Börsenvereinsvorstand der größte Teil der Schuld zuzuschreiben. Das Buchhändler-Börsenblatt ist (ebenso wie das Gilde-Blatt und die Verlegerzeitung) ein trauriges Dokument für den Leser, der Lösungen und Klärungen wirtschaftlicher Fragen erhofft. Tausenderlei brennende Frage wirtschaftlicher Art sind im letzten Jahre aufgetaucht, aber keine unserer Fachblätter hat sich ernsthaft und systematisch mit solcherlei Fragen beschäftigt. (Einzelne Artikel, z. B. Zur Wirtschaftslage von Dr. Menz, Kalkulations-Methoden von Eugen Diederichs, Goldmarkbilanzen v. H. Gassert, waren weiße Tauben.) Dem Börsenverein fehlt eine von einem tüchtigen Kaufmann geleitete wirtschaftliche Beratungsstelle, die mit dem Börsenblatt in engster Fühlung stehen müßte. Gut ab vor den Schriftleitern des Börsenblattes, es sind sicherlich außerordentlich befähigte Köpfe, aber nicht von ihnen allein hängt die Qualität unserer »Börsen-Zeitung« ab! Sie brauchen Mitarbeiter aus allen Lagern. Helfende, nicht schimpfend Dienende, nicht Besser-Wissende. Würde unser ganzer Stand auch im redaktionellen Teil des Börsenblattes mitarbeiten, wäre die Insertion im Börsenblatt nicht nur eine geschäftliche Angelegenheit, sondern auch eine Prestigefrage: unser wirtschaftliches Organ könnte sich neben den wirtschaftlichen Zeitungen unserer Großindustrie sehen lassen. Es ist unerläßlich, daß das Buchhändler-Börsenblatt in Zukunft wirtschaftlicher Berater allergrößten Stils sein muß. Ich weise auf die Notwendigkeit aufs eindringlichste hin und bitte alle, die zu dieser Frage etwas zu sagen haben, dieses öffentlich oder in ihrem Kreise zu tun. Seien wir uns darüber klar: der alte Börsenvereins-Schimmel ist schon so gewöhnt an seinen 90jährigen Trott, es muß schon etwas Besonderes geschehen, wenn er bis zur 100jährigen Jubiläumsfeier nicht an Altersschwäche eingeht. Altern ist gut und köstlich, weil's an Erfahrungen so reich macht, aber jung sein ist besser:

Jugend heraus!

Daß die BVB eine ausgezeichnete Einrichtung wäre, ist heute (trotz Zalko) wohl allen klar. Aber die BVB ist von alten Herren gegründet, und alle Bedenken des Alters haften, ähnlich dem Meltau auf Rosen, an dieser Institution. Ausbau der BVB zur selbständigen Buchhändlerbank ist die Forderung des Tages. Keine Sorge, Herr Voigtländer, wir wollen Ihr schönes Gebäude nicht zertrümmern, ausbauen — aufbauen wollen wir!

Daß die Leipziger Kommissionäre nicht wissen, was die Stunde fordert, davon gaben sie schon oft bittere Proben. Der Verkehr über Leipzig ist dank allerlei äußeren Umständen, aber auch infolge der chronischen Schläfrigkeit der sächsischen Häuser allmählich eingeschlafen. Der Statistiker kann leicht errechnen, wann das letzte Zettelpaket von Leipzig abgesandt wird. Dabei ist die Idee der Zentralisierung des Buchhandels in Leipzig ausgezeichnet. Ausgezeichnet ist die Aufrechterhaltung eines Lagers in der Buchhandels-Zentrale, nur, und das ist das Gebot der Stunde, muß der Verein Leipziger Kommissionäre daran gehen, sich zu zentralisieren. Zentralisierung ist nicht nur wegen der Verbilligung des Verkehrs unbedingt erforderlich, Leipzig ist in der Geschichte des deutschen Buchhandels unauslöschlich, von der Einsicht der Leipziger Kommissionäre hängt es ab, ob Leipzig diese Bedeutung behalten wird.

Daß die Bekämpfung der Auch-Buchhändler und Schleuderer nicht wirksam genug ist, beweisen die letzten Jahre. Allen Exporteuren und Verlegern begegnen im Auslande auf Schritt und Tritt die Schieber und Auch-Buchhändler, deren Erfassung nicht im entferntesten möglich war. Wenn Verlag und Sortiment in dieser wichtigen Frage der Bekämpfung der Schleuderer, die in den nächsten