

schen deutschen und amerikanischen Buchhändlern und Bibliothekaren stattgefunden, und es hat sich gezeigt, daß eben doch die Voraussetzungen noch nicht so weit gegeben waren, um große Spezialaktionen für das deutsche Buch in Amerika zu organisieren. Durch einen überstürzten Versuch hätte man höchstens die bestehenden Absatzverbindungen beeinträchtigt. Man hat also damals mit dem Verzicht gut getan, nicht nur hinsichtlich des späteren Kriegesalles, sondern auch weil bei tieferer Einsicht es doch noch sehr an den notwendigen gründlichen Vorbereitungen deutscherseits gefehlt hätte. Ehe aber auch jetzt noch nicht hier und drüben die Vorbereitungen genügend geklärt und gefestigt, ehe nicht hier wie drüben die ersten Pfeiler gesetzt und Brücken mit genügender Tragfähigkeit und Spannweite geschlagen sind, ehe nicht hier wie drüben eine aktionsfähige Gruppierung der Kräfte formiert ist, ist es müßig, auf Teilfragen der notwendigen Aufgaben und Möglichkeiten einzugehen.

Wie andere weltwirtschaftlich interessierte und damit aber auch abhängige Wirtschaftszweige, bedarf auch der deutsche Buchhandel einer gewissen Zeit zum Wiederaufbau seines Auslandsmarktes, und er tut besonders gut, wenn er gerade in der jetzigen Zeit, da sich doch noch manches im Fluß befindet, sorgfältig seine Aktionen im Auslande abwägt und mit größtmöglicher Vorsicht einleitet. Daß er dabei auf viel tieferer und breiterer Basis anfangen muß, als in den an Vorkriegsverhältnisse anknüpfenden Ausführungen von H. H. Ewers angenommen wird, dies muß ganz besonders betont werden, um ihm zu zeigen, daß man es jetzt im deutschen Buchhandel mit den Auslandsaufgaben ernster nimmt, als vielleicht je vorher. Er wird als vernünftiger Mann und als wesentlich an der Sache beteiligter Interessent leicht begreifen, daß gerade bei der heutigen Lage der Dinge das Handeln schwerer ist als das Reden, und daß es dem ersteren beförmlicher ist, wenn man das Letztere nun auch in dieser Sache eine Weile zurückstellt.

\* \* \*

Auch andere Äußerungen sind uns noch zu den Ausführungen von Dr. Ewers zugegangen. So schreibt uns auf eine Anfrage das Haus Herder & Co.:

Die Behauptung »Kein deutscher Buchhändler in den Vereinigten Staaten hat es vor dem Krieg für nötig gehalten, das deutsche Buch zu propagieren, sich Kunden heranzuholen«, können wir in dieser allgemeinen Fassung nicht für zutreffend halten. Wir dürfen darauf hinweisen, daß unser seit 1873 in St. Louis, Mo., bestehendes Haus (B. Herder, jetzt B. Herder Book Co.) es sich stets angelegen sein ließ, deutsche Literatur nach bester Möglichkeit bekanntzumachen, und tatsächlich deutsche Bücher in weitestem Umfang in den Vereinigten Staaten verbreitet hat und noch verbreitet. Das Haus B. Herder hat sich nicht auf Entgegennahme von Bestellungen beschränkt, sondern aus eigenem Antrieb gute Literatur in eifriger Werbetätigkeit sowohl unter die deutschsprechende Bevölkerung zu bringen gesucht, als auch in den Vereinigten Staaten überhaupt zur Geltung gebracht. Der Richtung unseres Verlags entsprechend, nahm dabei die katholische Literatur (Theologie, Philosophie, Geschichte, Pädagogik, schöne Literatur) die erste Stelle ein, jedoch waren Werke anderer Verleger, namentlich Kunst und Sprachwissenschaft, immer zahlreich vertreten. Das Sortimentslager war stets das bedeutendste im Westen der Vereinigten Staaten.

Der Pflege der deutschen Sprache dienten in besonderer Weise die in St. Louis herausgegebenen und verlegten deutsch-amerikanischen Lesebücher und andere Schulbücher für die katholischen Pfarrschulen, besonders das Pastoralblatt für die deutschen katholischen Geistlichen Nordamerikas, das monatliche Zusammenstellungen über die Neuerscheinungen des deutschen Buchhandels und Bücherbesprechungen brachte. Zahlreich sind die in St. Louis erschienenen englischen Übersetzungen deutscher Werke, welche deutsche Geistesarbeit auch dem nicht deutsch lesenden Amerikaner vermitteln.

Was wir aus eigener Kenntnis über die Tätigkeit des Herderschen Hauses in Amerika berichten können, darf in gleicher Weise — den örtlichen und zeitlichen Verhältnissen entsprechend —, nach

unserer Kenntnis auch von einer Reihe anderer Firmen gesagt werden, um nur Pustet, Benziger, Joseph Schäfer und die inzwischen erloschene Firma Mühlbauer & Behrle zu nennen.

Der vom Verfasser des Aufsatzes gedachte Gesamtvertrieb deutscher Literatur aller Art unter dem Sammeltitle »Das deutsche Buch« wird sich nach unserer Kenntnis der Verhältnisse in den Vereinigten Staaten nicht mit Erfolg durchführen lassen.

Freiburg i. Br., 20. Februar 1924.

Herder & Co., G. m. b. H., Verlagsbuchhandlung.

\*

Von der Atlantic Book and Art Corporation werden wir darauf aufmerksam gemacht, daß die Kreditfrage keine ausschlaggebende Rolle spielt. Sie schreibt:

Der Kernpunkt des Ewers'schen Artikels ist doch der, daß die Atlantic Book and Art Corporation, die doch einen erheblichen Teil ihrer Einnahmen für Reklame und Werbung für das deutsche Buch aufwendet, vor der Tatsache steht, daß meist andere, infolge der aus dieser Werbetätigkeit entstehenden Nachfrage Geschäfte machen, nur sie nicht, weil es oundsoviel kleinen Händlern möglich ist, direkt vom Verleger zu beziehen, statt von der von ihr unterhaltenen Auslieferungszentrale zu bestellen. Es würde daher zu begrüßen sein, wenn die Anregung zu einer Diskussion über die Frage gegeben würde, wie eine wirkliche Werbepropaganda im Auslande in der Art, wie sie die »Abaco« ausführt und wie sie im Ewers'schen Artikel erwähnt wird, seitens der beteiligten deutschen Verleger gestützt und unterhalten werden kann. Andere Fragen rein kaufmännischer Natur, wie besonders Preisfrage, Rabatt- und Kreditgewährung, sind nach unserem Dafürhalten bei ihrer Beurteilung zu sehr den besonderen Verhältnissen der einzelnen Firmen untergeordnet, ganz abgesehen davon, daß bei ihr auch die jeweilige Wirtschaftslage eine wesentliche Rolle mitspielt.

Der ganze Plan der »Abaco« ist bekanntlich in den Jahren 1920/21 mit der Deutschen Gesellschaft für Auslandsbuchhandel verhandelt worden. Diese hat auch in ihrem Jahresbericht Kantate 1920 ausführlich auf den New Yorker Plan hingewiesen, schon damals allerdings hinzugefügt: »Die Erfahrung wird lehren, ob eine derartige Monopolerteilung im Interesse des Verlages liegt«. Hier ist in der Tat die Kernfrage gekennzeichnet. Weiterhin hat dann die Deutsche Gesellschaft für Auslandsbuchhandel in der Mitteilung Nr. 26 ihres vertraulichen Nachrichtendienstes im Januar 1921 unter Beifügung einer ausführlichen Denkschrift der »Abaco« dies Unternehmen empfohlen. In dieser Empfehlung handelt es sich auch wieder um die Auslegung der von der »Abaco« geforderten »Generalvertretung«, und obwohl damals die »Abaco« sagte, sie erstrebe kein unbedingtes Monopol, hat sie doch wohl bei allen mündlichen Verhandlungen mit den Verlegern stets das Monopol, also die Alleinvertretung und Auslieferung für Amerika als erste Bedingung einer großen Werbetätigkeit hingestellt. Darauf haben zahlreiche Verleger nicht eingehen wollen, um die Verbindung mit den bisherigen amerikanischen Sortimentern nicht aufzugeben. Auch hatte immerhin wohl die Rabatt- und Kreditfrage — die »Abaco« wollte Kommissionslieferungen mit monatlicher und vierteljährlicher Abrechnung — zahlreiche Verleger von einem Eingehen auf die Wünsche der »Abaco« abgehalten. Es muß anerkannt werden, daß in der Tat die »Abaco« eine große Werbetätigkeit, zuerst durch literarische Rundschau-Matern, dann durch Anzeigen, Besprechungen und Kataloge, entfaltet hat, und zwar als einziges deutsches Vertriebshaus. Sie verkehrt nicht mit dem Publikum, sondern lediglich mit den Sortiments-Agenten und anderen Vertriebsstellen und kann natürlich ihre Werbetätigkeit nicht aufrecht erhalten, wenn die von ihr bisher belieferten Firmen anfangen, direkt vom Verleger zu beziehen. Es kommt also darauf an, ob der deutsche Verlag sich künftig einer solchen großzügigen Auslieferungsstelle für Nordamerika bedienen will; und über diese Frage sollte in der nächsten Zeit (vielleicht gleichzeitig mit anderen Plänen) noch eingehend gesprochen werden.