

Sortimentern eine Sendung ruhe, deren letzte schwere und tiefe Verantwortung dort nicht gespürt werde, wo der Bücherhandel rein als Geschäft betrieben wird.

Die Voraussetzung irgendwelcher Verarbeitung im Sortiment bleibe die lebendige Verknüpfung mit den Fragen und Bewegungen der Zeit, bleibe die Gestaltung des Sortiments zum geistigen Zentrum seines Ortes. Eine Steigerung des Bücherumfanges, die bei solcher Richtung der Arbeit ganz von selber komme, sei zunächst durchaus sekundär. Wo sie an erster Stelle im verfolgten Zweck stehe, handle es sich bei Vortragsveranstaltungen immer um — Vortragsmache, die meist schon an der ungeistigen, richtungslosen, auf Sensationshascherei eingestellten Folge der Vorträge zutage trete, und die vom Standpunkt eines verantwortungsbewußten Buchhandels ebenso entschieden abgelehnt und bekämpft werden müsse wie der Vertrieb von Schundliteratur. Eine solche zivilisatorische Auffassung der vermittelnden Aufgabe des Buchhandels müsse aus dem Rahmen unserer Arbeit, aus dem Rahmen der Werbestelle ausfallen. Die Werbestelle solle das Institut sein, in dem alles für die Zuführung lebendiger Kraftströme dem Buchhandel nötige Material gesammelt und allen seinen rührigen Gliedern dienstbar gehalten werde.

Das Vortragswesen sei einer dieser wichtigsten Kraftströme. Damit seine Kraft fruchtbar in einen der vielen Einzelbetriebe des Buchhandels geleitet werden könne, müssen zuvor in diesem Betriebe ganz bestimmte eindeutige Inponderabilien im Sinne der vorhin zitierten menschlichen Forderungen gegeben sein. An der Hand eines Beispiels erläuterte Herr Rauch sodann die obigen Sätze in temperamentvoller Weise, um im Verlauf seiner weiteren Ausführungen darauf hinzuweisen, daß, wenn ein junger Buchhändler durch seine Arbeit einem Kreis von Menschen geistige Pflege und Heimstätte geschaffen habe und im Verlauf weiteren Ausbaus Stufe an Stufe sühend organisch wachsend dazu komme, Dichter zu bitten, ein Stück ihres Lebens diesem Kreis von Menschen zu schenken, dies nicht nur für den Augenblick wirklichen Wert bedeute, sondern in seinen Wirkungen neue Wege des Sichfindens, Erkennens und Zusammenwirkens öffne, deren Ertrag nicht zuletzt später dem Buchhandel, vornehmlich aber einmal der geistigen Gesamthaltung aller Beteiligten überhaupt spürbar werden müsse.

Es sei eben ein Umding, führte der Vortragende weiter aus, Allerweltsbuchhändler ohne geistig-ethisches Rückgrat zu sein und dann mit Vortragsabenden arbeiten zu wollen, weil es just Mode ist und weil jetzt alle Hebel in Bewegung gesetzt werden müssen, um sein Lager loszuschlagen. Das sei rettungslos vergebene Mühe, und auch Augenbläserfolge würden nicht darüber hinwegtäuschen. Die Gegenwart und die Zukunft gehörten dem Buchhändler, der ein Gesicht habe, der sich zu der großen Aufgabe der Mitwirkung an den volksbildnerischen Aufgaben bekenne und seine ganze Persönlichkeit in jedem Teil und Glied seines Betriebes sich auswirken lasse, dessen Schaufenster immer ein Stück seines inneren Selbst widerspiegele, ebenso wie sein Verhältnis zu Mitarbeitern und zur Kundschaft, dessen Lager innerlich sauber sei, der lebendig drin stehe in dem, was er schafft, und dem, was um ihn wächst, der wie Vohengrin inmitten der Zerfegung den Gral hütet und von dessen ewiger Kraft darbringt allen, die ihrer bedürfen und darnach dürsten.

Wer also irgendwie mit Vorträgen beginne oder beginnen wolle, der müsse zuerst und ganz gründlich hier aufräumen und ausbauen — und es hüte sich jeder vorm Vortragswesen, das wie eine Pest seit einigen Monaten in allen Städten aufschießt, der nicht zunächst einmal diesen notwendigen Unterbau geschaffen hat und nicht nur geschaffen hat, sondern täglich und stündlich schützt und erweitert. Die erfolgreichste und tiefgreifendste Werbung fürs Buch ist die Beseitigung und Ablötung des Allerweltssortiments und die Bildung und gegenseitige Stützung des Sortiments mit Gesicht, in dem eine Persönlichkeit mit dem nötigen kaufmännischen Wissen gewiß, aber vornehmlich doch mit der literarischen Durchbildung, dem kritischen Weitblick und der ausstrahlenden Kraft der schöpferischen Menschen sich hingibt und kraftsprühend verschwendet für die Gestaltung eines Zentrums und geistigen Sammelbeckens, einer Rüst- und Stahlkammer aller kulturellen und geistigen Bewegungen seines Bannkreises.

Wolle man also organisch und pädagogisch vorgehen, so müsse man zunächst einmal befähigte und willige Sortimentern in Sommerakademien sammeln und in lebendige Berührung bringen mit Dichtern und Denkern, geistigen Führern, müsse man Gelegenheit schaffen, das Sortiment wenigstens für kurze Wochen alljährlich herauszureißen aus seiner Kleinarbeit und Pfennigfucherei hinein in den Strudel des geistigen Lebens, dessen Strom dem Verleger im Verkehr mit den Autoren und seiner sonstigen weitergreifenden Arbeit von selbst ins Haus dringe.

Würden wir ein genügend geschultes Sortiment haben, genügend Persönlichkeiten (womit nicht gesagt sein soll, daß wir keine hätten, aber wir sind uns doch wohl klar und selbstkritisch genug, um zuzugeben, daß nirgends weniger Geist zu treffen ist als im Durchschnittssortiment, und daß selbst die großzügige kaufmännische Bildung in vielen Buchläden fehlt und statt ihrer ein betäubend enger Krämergeist auf Ladentisch und Bücherbord, vor allem aber im monatedid verstaubten Schaufenster hockt) — würden wir erst genügend Menschen haben, dann kämen wir von selbst zu einem Vortragswesen, wie wir es anstreben, wie es der Buchhandel brauche.

Zwei Grundpfeiler brauche das Sortiment für jegliche Vortragsarbeit:

1. die geistige Struktur des Betriebes überhaupt,
2. einen Kreis lebendiger Menschen, der um den Betrieb gelagert wäre und ihn innerlich mittrüge.

Einer der Pfeiler wüchse aus dem anderen, und aus beiden vereint ergebe sich die gesamte Vortragstätigkeit von selber. Die Wahl des Vortragenden mache dann keine Schwierigkeit mehr, die Sicherung der verfügbaren Mittel sei gegeben, um die gastliche Unterbringung des Vortragenden herrsche keine Sorge — die Stützung etwaiger Defizite ist in der Gemeinschaft des Kreises von Menschen da. Ganz von selbst würde es sich empfehlen, nicht mit einem Vortrag zu kommen, sondern eine ganze Reihe anzukündigen, die Einzelvorträge in inneren Zusammenhang zu bringen, am Vortragsabend eine Bücherausstellung der Werke des Sprechers zu veranstalten, aber nur im Laden selbst zu verkaufen. Womöglich müßte man Einführungszeitel und genaue Werkverzeichnisse drucken und verteilen. Viel würde erreicht werden, wenn man Zusammenarbeit mit allen volksbildnerischen Organisationen sich sichere: Volkshochschule, Vereine aller Art, Industrie, Gewerkschaften, Schulen.

Der Herr Vortragende schloß mit den Hinweis, daß jeder an seinem Platz mit seinem Können, seiner Blickweite, seiner Spannkraft stehe, durch sein Dasein und seine Taten im abgegrenzten Rahmen seiner Arbeit wirke und dem deutschen Buch, dem deutschen Volk, der menschlichen Würde zu dienen habe.

## Ein Nachwort zur Kölner Messe.

(11.—17. Mai 1924.)

Von G. Dölfler.

Nach mehrfacher Verschiebung war endlich die erste Kölner Messe vom 11. bis 17. Mai zustande gekommen. Man kann das Unternehmen kaum ein Wagnis nennen, denn wenn Köln auch noch immer nicht, trotz aller heißen Wünsche, die Hauptstadt der Rheinprovinz ist, so ist es doch unbestritten der Schwerpunkt des Handels und Verkehrs in den Rheinlanden. Nach Köln kommt die ganze Provinz gern, und für eine Veranstaltung wie die rheinische Messe war Köln von vornherein der einzig gegebene Ort. Das ist denn auch durch die Tatsachen bestätigt worden. Die Anmeldungen kamen so zahlreich, daß selbst die im letzten Augenblick noch erstellten neuen Gebäude nicht mehr hinreichten, allen Wünschen gerecht zu werden, und rund zehntausend Anmeldungen wegen Raummangels abgewiesen werden mußten, während nur 3000 untergebracht werden konnten.

Und doch fiel diese erste Frühjahrsmesse in die ungünstigste Zeit der scharfen Geldknappheit. Das hielt zwar nicht die Tausende und Abertausende ab, die überall dabei sein müssen, wo etwas »los« ist, nach Köln zu kommen und ein beängstigendes Gedränge in den schmalen Messelassen der rechtsrheinischen Messelbauten auf dem Gelände der 1914er Werkbundausstellung zu schaffen, wohl aber machten sich diese ungünstigen Verhältnisse naturgemäß in der Anzahl und Kaufkraft ernsthafter Käufer bemerkbar. Und so gab es denn neben manchen Zufriedenen auch Klagen, besonders in Branchen, von denen über-