

Klinkhardt & Biermann, Verlag, Leipzig, stellt Material bei folgenden Vorträgen zur Verfügung:

Goethe-Literatur bei den Vorträgen von Emil Engelhardt und Elfe Neumann-Vesébre.

Kunstgeschichtliche Veröffentlichungen über alte und moderne Kunst bei den Vorträgen von Joh. Conrad Köper, Prof. Dr. Julius Zeidler, Dr. Maria Grunewald, Herwarth Walden.

Bücher von Johnston-Simons bei Vorträgen des Herrn Fr. B. Pollin.

Werke über Kultur und Geschichte Spaniens bei Vorträgen des Herrn Leopold Hagemann.

Kubnet, „Im Lande meiner Modelle“ bei Vorträgen des Herrn Arthur Heze über Afrika.

Werke über Kultur und Geschichte Italiens bei Vorträgen des Herrn Dr. W. von Wassielewski.

Werke von Tornius bei Vorträgen des Herrn Dr. Valerian Tornius.

H. Oldenbourg-Verlag, München-Berlin, stellt Material für Sonderfenster und ein vollständig ausgearbeitetes Manuskript für einen Vortrag nebst zugehörigen Schibbiddiapositiven über politische Geographie (Geopolitik) zur Verfügung.

Julius Zwicklers Verlag, Wolkenbüttel: Material für Sonderfenster über Lauten und Hausmusik mit vier Plakaten, Musikkarten usw.

Verichtigung:

Josef Singer N. G., Leipzig stellt „Singers große Detektiv-Serie“ aus 4 Bänden in Kommission zur Verfügung, sofern Sonderfenster veranstaltet werden.

Angebote für den Verlag.

Sonderfenster stellen aus und Werbematerial wünschen:

Altmärkisches Dürer-Haus, Stendal, veranstaltet Sonderfenster mit Material der Verlage kultureller Richtung.

Berthold & Schwabinger, Stuttgart: Buch- und Musikkultur anlässlich des vom 12. bis 14. Juli in Stuttgart stattfindenden XII. Deutschen Buchfestes.

Dürer-Haus, Pöhlitz, wünscht für ein Anfang Juli zu veranstaltendes Sonderfenster astrologische und okkulte Werke in je zwei Exemplaren in Kommission. Lieferung wenn möglich durch Carl Fr. Meißner, Leipzig.

Kunst- und Bücherstube Richard Ehrig, Coblenz, wünscht Material für Sonderfenster „Das gute Buch“ und Diapositive für Kinof.

Preuß & Jünger, Buchhandlung, Breslau, wünscht Material für ein Anfang Juli zu veranstaltendes Sonderfenster „Das Märchen“.

Ignaz Schweizer, München, veranstaltet Sonderfenster über Philosophie und Kulturgeschichte und wünscht Überlieferung geeigneter Werke mit mindestens 40% sowie große, möglichst farbige Plakate; beteiligt sich an den Werbekosten. Vorherige Anfrage ist nötig.

M. Waldbauerische Buch- und Papierhandlung, Passau, wünscht Material für Sonderfenster „Das gute Buch“ und Diapositive für Kinof.

M. Warters Buchhandlung Hans Berger, Görlitz, wünscht für ein anlässlich der im September in Görlitz stattfindenden Jacob Böhme-Gedächtnisfeier zu veranstaltendes Jacob Böhme-Sonderfenster Buch- und Bildmaterial.

würde. Darum dürfen die Forderungen nicht gleich von Anfang an zu hoch geschraubt werden. Der Sortimentler ist in erster Reihe Vermittler kultureller Werte. Seine Aufgabe besteht — ähnlich der des Missionars — darin, die Kulturschätze bis in die entferntesten Menschheitswinkel zu tragen. Daher soll er nicht nur, wie es der Herr Referent wünscht, die bereits Gewonnenen bzw. die geistige Elite auf immer höhere Erkenntnisstufen führen, er muß vielmehr auch darauf bedacht sein, seine Gemeinde durch Newerbung stetig zu vergrößern. Das kann durchaus ohne Vernachlässigung der eigenen Interessen und der von ihm angestrebten Ideale geschehen. Immer aber wird er verschiedene geistige Entwicklungsstufen und demgemäß verschiedenartige Bedürfnisse zu berücksichtigen haben.

Auf das Vortragswesen übertragen heißt das: dem vorgeschrittenen Teile der Lesergemeinde die literarischen Führer des Volkes vorführen im Sinne der von Herrn Dr. Menz und Herrn Rauch gegebenen wichtigen Anregungen, zugleich aber neue Leser werben, um auch sie nach und nach auf der Menschheit Höhen zu führen. Letzteres kann nur geschehen durch Heranziehung weitester Kreise aller Bevölkerungsschichten, in denen sich erfahrungsgemäß recht gutes Erziehungsmaterial findet. Mag dazu immerhin etwas »Vortragsmache« notwendig sein und eine gewisse Propaganda auf breiter Grundlage, der Wert des Gebotenen muß deshalb durchaus nicht auf ein tieferes Niveau herabgedrückt werden. Jeder Bühnenleiter und Konzertveranstalter ist gezwungen, sein Programm wie seine Propaganda den Kreisen anzupassen, auf die er rechnet, wenn er ein Fiasko vermeiden will. So wird auch der Buchhändler die geistige Einstellung seines Publikums berücksichtigen müssen. Er wird »intime Soupers« für literarische Feinschmecker veranstalten neben »größerer Gesellschafts-abenden«, die der belehrenden Unterhaltung dienen, Werbekraft haben und die Kosten der vornehmen »Soupers« decken helfen.

Ich habe im Verlauf der letzten 30 Jahre weit über 4000 Vorträge gehalten, war der erste, der damit die Werbung für das Buch verband und naturgemäß auch Lehrgeld zahlen mußte, das ich dem ohnehin schwer ringenden Sortiment ersparen möchte. Mit der Art meiner Ankündigung usw. waren durchaus nicht alle Kreise einverstanden, während die Kritik in Nord und Süd mit der Anerkennung nicht lachte. Ich aber sagte mir, daß der beste Vortrag vor leeren Bänken seinen Zweck verfehlt und daß man die Leute erst heranziehen müsse, wenn man sie gewinnen wolle. Die Eigenart meiner Propaganda hat nach den üblichen Stadien der Ablehnung, Bekämpfung und Anerkennung schließlich Schule gemacht, weil sie sich bewährte und mir eine Lesergemeinde brachte, mit der auch der Buchhandel rechnen durfte. Sicher ist es eine der edelsten Aufgaben des Buchhändlers, den Kauflustigen, der seinen Laden betritt, auf den rechten Weg zu führen und sich nicht nur mit dem Verkauf des Geforderten zu begnügen. Aber er muß den zu beratenden neuen Käufer erst einmal haben. Ja, ich meine, er leistet damit ein wichtigeres Stück Kulturarbeit, als mit der — sicherlich wertvollen und notwendigen — Erhaltung »des Kreises lebendiger Menschen, der um den Betrieb bereits gelagert ist und ihn mitträgt«.

Mit meinen Ausführungen, die Produkte jahrzehntelanger Erfahrungen in den verschiedensten Ländern sind, möchte ich keineswegs die von Herrn Rauch und der Werbestelle gegebenen Richtlinien durchkreuzen, sondern wagemutige, idealen Zielen zustrebende Buchhändler vor verbitternden Enttäuschungen bewahren. Deshalb kann ich mich auch den im letzten Absatz des Berichts erteilten Ratschlägen hinsichtlich »gastlicher Unterbringung der Vortragenden«, »Deckung des Defizits« und endlich der »Beschränkung des Bücherverkaufs nur auf den Laden« nicht anschließen. Der Unternehmer der Vorträge würde damit lediglich die Geschäfte seiner Kollegen am Ort besorgen, die doch zugleich seine Konkurrenten sind. Bekannte und gute Redner fordern angemessene, oft hohe Honorare, die ihnen von gut fundierten Vereinen und gewandten Unternehmern auch bereitwillig geboten werden. Unbekannte oder minderwertige Redner üben keine Anziehungskraft aus und bringen, auch wenn sie auf jegliches Honorar verzichten, nur Enttäuschungen. Wenn alle oder mehrere Buchhändler an einem Orte Vorträge veranstalten, wird der Segen bald so groß, daß er für die Unternehmer zum Unsegel wird. Es müßte entweder ein Zusammenschluß einiger Ortsbuchhändler stattfinden, oder die Verleger müssen Zuschüsse zu den Kosten der Veranstaltungen leisten, da sie ja letzten Endes den Nutzen von der Werbestätigkeit des Sortimenters haben.

Reinh. Gerling.

Sprechsaal.

(Ohne Verantwortung der Redaktion; jedoch unterlegen alle Einsendungen den Bestimmungen über die Verwaltung des Börsenblatts.)

Zum Vortragswesen.

Der Bericht über den Vortrag des Herrn Karl Rauch-Deffou über das Vortragswesen (Bbl. Nr. 132) bot eine derartige Fülle von Anregungen, daß ich eine rege Diskussion erwartete. Da sie ausgeblieben ist, seien mir einige Bemerkungen gestattet, zumal da ich mit dem Buchhandel einigermaßen, mit dem Vortragswesen recht gut vertraut bin.

Was Herr Rauch in so schöner und treffender Weise schilderte, »die Buchhandlung als geistige Pflanz- und Heimstätte«, die Dichter »ein Stück ihres Lebens jenem vom Buchhändler gesammelten Kreise schenkend«, ist sicher ein Ziel, aus innigste zu wünschen. Indessen darf nicht verkant werden, daß die solchem Ziel zu bringenden Opfer meist über die Kraft des Einzelnen hinausgehen, sodas er (besonders wenn strapellose Konkurrenz seinen idealen Bestrebungen bloße Geschäftsmache gegenüberstellt) schwer getroffen auf der Strecke bleiben