

Die Werbestelle hat eine erhebliche Anzahl Vortragender, sei es durch Vermittlung der Verlage, sei es unmittelbar, vermocht, sich ihrer für die Organisation von Einzeltvorträgen oder Vortragsreisen zu bedienen. Bei Gelingen eines Vertrags zwischen Vortragendem und Veranstalter erhebt die Werbestelle eine Gebühr zu Lasten des Veranstalters. Man wendet sich also an die Werbestelle, die die Veranstaltung von Vortragsabenden ja vor allem zur Hebung des Buchumsatzes im Interesse von Verlag und Sortiment fördert; die Werbestelle stellt die erste Verbindung zwischen Veranstalter und Vortragendem her — in einigen Fällen auch nicht — dann aber führen die beiden, die zusammenkommen wollen, ihre Verhandlungen allein weiter. Es erhebt sich nun zunächst die Frage: Ist in solchem Fall der schuldige Tribut zu entrichten? Aus folgendem Grunde nicht, wie mir scheint: Die Werbestelle hat uns leider die oft so lästige Arbeit des Verhandels nicht ersparen können, und die erste Annäherung an den Vortragenden hätten wir auch selbst vollziehen können. Freilich beabsichtigt die Werbestelle die vollständige Führung der Verhandlungen. Aber der Vortragende wünscht doch, sich dem Vermittler zu entziehen und die letzten Schritte allein zu tun. — Das ist der erste Punkt, an dem die Notwendigkeit einer Vermittlung durch das Vortragsamt der Werbestelle nicht einleuchtet.

Der zweite ist der: Die Wünsche der Veranstalter werden noch nicht von der Werbestelle befriedigt, insofern eine sehr stattliche Reihe sehr angesehener und bedeutender Autoren die Vermittlung der Werbestelle nicht begehrt.

Mit anderen Worten: Die Werbestelle (Vortragsamt) muß entweder verschwinden oder das zentrale Vortragsamt werden. Damit ginge sie zwar über das immerhin begrenzte Ziel, das sie sich gesteckt hat, hinaus, nur der Buchwerbung und dem Vorträge veranstaltenden Verlag und Sortiment zu dienen, denn damit würde sie auch den überall bestehenden literarischen Vereinigungen dienen. Aber das würde nichts schaden. Im Gegenteil: widmet sich die Werbestelle dieser Aufgabe und gelingt es ihr, sie zu ergreifen, dann wird sie dem Ansehen des deutschen Buchhandels außerordentlich dienen.

Ein Drittes möge noch erwähnt werden: Eine Verlegergruppe hat bei einem Vortragenden etwas Inhaltliches seiner Vorträge oder einen seiner Vorträge bemängelt. Das Vortragsamt würde diesem Vortragenden nicht länger dienen, wenn er in seinen Vorträgen weiterhin Äußerungen tun würde, die dem Geschäft dieser Verlegergruppe Abbruch tun könnten. Der Vortragende ist ein sehr bekannter Künstler, der bei der Entwicklung seiner Ansichten gewiß nicht daran denkt, jemanden zu schädigen, der aber keinen Grund hat, geschäftlichen Interessen zuliebe seine Theorie zu ändern.

Diese Tatsache zeigt in aller Deutlichkeit die Begrenztheit des Vortragsamts, seine Abhängigkeit sogar von geschäftlichen Mächten. Sie zeigt auch von einer anderen Seite, daß die Werbestelle es anstreben muß, die Zentralisation des gesamten Vortragswesens in voller Unabhängigkeit von irgendwelchen einflussreichen Mächten in ihre Hand zu bekommen, oder — daß sie lieber verschwinden sollte.

Es wäre wünschenswert, daß diese Zeilen auch andere bestimmten, sich zum Thema zu äußern.

Machen.

Dr. Oskar Jandé.

* * *

Zu den vorstehenden Ausführungen, die dankenswerterweise strittige Fragen berühren, an deren befriedigender Lösung das Vortragsamt des Börsenvereins gegenwärtig arbeitet, erlaubt sich die *W e r d e - s t e l l e* folgendes zu bemerken:

Alle Autoren und Vortragenden von Bedeutung der Werbestelle anzuschließen, ist und bleibt natürlich das erstrebenswerte Ziel. Nach drei Monaten Tätigkeit des Vortragsamts haben sich bei ihm 170 Redner gemeldet und werden von ihm betreut. Darunter befindet sich eine sehr erhebliche Zahl bekanntester Persönlichkeiten: Dichter, Musiker, Gelehrte, Rezitatoren usw. Einen Zwang auf die noch Ausstehenden auszuüben, ist begreiflicherweise unmöglich, allein man darf darauf vertrauen, daß die übrigen nicht allzu vielen, an denen dem Buchhandel gelegen ist, sich anschließen werden, sobald sie an den Erfolgen der anderen den Nutzen unserer Vermittlung erkennen werden. Zurzeit ist jedenfalls ein bedeutendes Überangebot an Vortragenden festzustellen, dem seitens der veranstaltenden Sortimentfirmen eine nicht allzu starke Nachfrage infolge der wirtschaftlichen Verhältnisse gegenübersteht. Erwähnt sei ferner, daß einzelne vielbegehrte Autoren von ihrem eigenen Bureau, durch ihre eigens dazu angestellte Privatsekretärin alle Vortragsangelegenheiten erledigen lassen, also von vornherein auf jede fremde Vermittlung verzichten.

Und nun die sogenannte Gebühr, der »schuldige Tribut« an die Werbestelle. Es sind ganze fünf Rentenmark, die das Vortragsamt als teilweisen Unkostenertrag (nicht eine gewerbmäßige Vermittlungsgebühr, die unter Umständen konzessionspflichtig wäre) für jeden vermittelten und zustandekommenen Vortrag erhebt. Sicherlich eine äußerst geringe Forderung, wenn man bedenkt, daß auf einen Vortrag, der tatsächlich gehalten wird, eine kaum abzuschätzende Zahl von Werbebriefen kommt, die nicht zu einem Abschluß führen. Jedenfalls ist der Beitrag so gering bemessen, daß er bestenfalls nur einen Bruchteil der Kosten decken wird, die das Vortragsamt dem Börsenverein verursacht. Der Werbestelle ist bekannt, daß andere Vortragsvermittlungsstellen und Konzertdirektionen das Mehrfache des Betrags für ihre Mitwirkung berechnen. Selbstverständlich wird der kleine Beitrag aber auch nur dann erhoben, wenn die Werbestelle das Zustandekommen des Vortrags herbeigeführt hat. Sie ist in jedem Falle gern bereit, beiden Kontrahenten die Arbeit des Verhandels abzunehmen. Nur auf ausdrücklichen Wunsch, der von Vortragenden öfter, von Veranstaltern seltener geäußert wird, tritt sie im letzten Stadium der Verhandlungen zurück. Da spielen Imponderabilien mit, die für den einen oder den anderen Unbequemlichkeiten nach sich ziehen mögen, aber beachtet werden müssen, will man das Zustandekommen des Vortrags nicht gefährden. Es sind hauptsächlich die Fragen nach Honorar und Unterkunft, über die einige Autoren lieber unmittelbar sich zu verständigen wünschen. Allein angesichts der Gesamtzahl der Vortragenden sind das Ausnahmen, und die Notwendigkeit einer zentralen Vermittlungsorganisation wird dadurch schwerlich in Frage gestellt.

Die Erwünschtheit der Erfassung aller Vortragenden von Bedeutung wurde schon betont. Der Herr Einsender geht aber weiter und läßt dem Vortragsamt nur die Wahl, entweder das zentrale Vortragsamt (das einzige in Deutschland also) zu werden, oder ganz zu verschwinden. Im ersten Fall würde es auch die Speisung der literarischen Gesellschaften usw. zu übernehmen haben.

Hierauf ist u. a. zu erwidern, daß eine so weitgehende Zentralisierung durchaus unerwünschte Kollisionen mit zahlreichen alten und bewährten Vortragsvermittlungsstellen zur Folge haben müßte. Schon jetzt wird — wenn auch durchaus zu Unrecht — die »Konkurrenz« der Werbestelle gelegentlich unliebsam empfunden. Man hat ihr bereits (z. B. in Sachen der Pichtbildvorträge) den Vorwurf gemacht, sie breche in fremde Reservate ein. Dergleichen sachlich unbegründete Vorhaltungen lassen die Werbestelle freilich kalt: sie wird sich stets nach den Wünschen des Buchhandels richten und nicht von Dritten sich vorschreiben lassen, welche Gebiete sie pflegen darf. Allein die Symptome beweisen, daß eine vollkommene Zentralisierung jeder Vortragsvermittlung auf den erbitterten Widerstand bedeutender Verbände stoßen würde. Sie wäre aber auch gar nicht das zu erstrebende Ziel, denn die Vielgestaltigkeit Deutschlands, die tiefgreifenden Unterschiede im Volkscharakter und geistigen Habitus in Nord und Süd, Ost und West lassen die Dezentralisierung der Vermittlung als durchaus erwünscht, ja notwendig erscheinen. Man hat in den letzten Jahren in Deutschland allzu viel zentralisiert, hat geglaubt, über geschichtlich gewachsene, wirtschaftlich und geographisch bedingte Unterschiede hinwegsehen zu dürfen, — sehr zum Schaden der Zentralisierten und Regierten. Möge der Buchhandel sich davor hüten, den Fußstapfen zu folgen, die in die Irre führten und die auszulöschen heutzutage sogar einzelne maßgebende Regierungsstellen gern bereit sind!

Die Werbestelle verfolgt auftragsgemäß ein ganz anderes Ziel als rasche Ausblähung ihrer Arbeitsgebiete. Sie strebt Festigung und Verbreitung an, Einfügung in das Bestehende, soweit es kulturfördernd ist. Sie will ihren Platz in der Arbeitsgemeinschaft ausfüllen, an der alle beteiligt sind, die unserm Volke gehaltvolles geistiges Brot darreichen. Das Vortragsamt hat Anschluß an literarische Gesellschaften, Volksbildungsvereine und Vortragsvermittlungsstellen und pflegt diese Beziehungen mit besonderer Sorgfalt, gilt es doch im Interesse aller Beteiligten, der Vortragenden wie der Veranstalter, in gemeinsamer Arbeit lange Reihen von anschließenden Vorträgen zusammenzustellen, um hohe unwirtschaftliche Kosten zu verringern. In dieser Arbeitsgemeinschaft sollten freilich Begriffe wie Konkurrenz und Einbruch in fremde Gebiete ausgeschaltet bleiben: der Acker, der zu bestellen ist, hat riesigen Umfang, willkommen sollte jeder sein, der unserm Volke geistige Dinge darzubieten ehrlich bemüht ist.

Aufbau, gewiß — um die Frage des Herrn Einsenders zu beantworten, — kein Abbau, der eine vom Buchhandel längst gefühlte Lücke hinterlassen müßte, vor allem aber — Vertiefung des *E r - r e i c h t e n*.