

laden hineinzubringen sind. Solchen Leuten sitzen im gegebenen Augenblick ein paar Mark Lose in der Tasche! Daß dieser für den Buchhandel noch nicht voll erschlossene Käuferkreis ein immerhin zu beachtendes Neuland für buchhändlerische Werbung ist, glaube ich nach meinen Beobachtungen bejahen zu müssen, und damit möchte ich auch eine unbedingte grundsätzliche Zustimmung zu den Vorschlägen des Herrn Schnabel aussprechen. Und eine weitere Frage, die Herr Schnabel zwar offen läßt, muß ich bejahen, nämlich die, ob mit der Ausstellung ein direkter Verkauf verbunden sein soll. Die Möglichkeit des unmittelbaren Kaufens und Mitnehmens der Bücher muß vorhanden sein! Die geweckte Freude an einem Buch muß sofort für uns in Kapital umgesetzt werden. Das eben gekennzeichnete Publikum ist kein sehr nachdenkliches und hat kein Verständnis dafür, wenn man ihm sagen muß, daß die Bestellung vorgemerkt und die Lieferung später durch eine Sortimentsbuchhandlung erfolgen wird. Das wachgerufene Interesse muß sofort befriedigt werden können!

Zuvor noch etwas Allgemeines und Grundlegendes!

Als zwei Punkte, auf die wir in den kommenden Jahren unsere Aufmerksamkeit besonders richten müssen, bezeichnet Herr Schnabel in der Einleitung seiner Schrift *Wirtschaftlichkeit und Werbung*, und er sagt von der Wirtschaftlichkeit unserer Betriebe, daß wir sie nur durch straffe Organisation und vermehrten Umsatz erreichen können. Von der Wirtschaftlichkeit der Betriebe habe ich hier nicht zu sprechen, denn sie unterliegt mehr oder weniger der persönlichen Aufgabe und Eignung des Einzelnen. Ich fühle mich aber genötigt, von der Wirtschaftlichkeit der Buchproduktion zu sagen, daß sie nach einer vernünftigen Regelung geradezu schreit. Man kann im Hinblick auf die Produktionsweise des deutschen Verlags nicht von einer Wirtschaftlichkeit sprechen, sondern nur von einer Unwirtschaftlichkeit. Des Büchermachens ist, wie es schon in der Bibel heißen soll, kein Ende; es wird ins Blaue hinein verlegt. Zu dieser Überproduktion kommt noch die Veranstaltung einer Menge ausländischer Übersetzungen, sodaß zwischen der Produktion des deutschen Verlags und der Aufnahmefähigkeit des deutschen Büchermarktes bzw. der geschwächten Kaufkraft ein Mißverhältnis besteht, für welches man durch »vermehrte Werbung« und »Erschließung neuer Absatzgebiete« vergeblich einen Ausgleich suchen wird. Nach dieser Richtung hin den Ruf nach Wirtschaftlichkeit laut und eindringlich ertönen zu lassen, scheint mir eine der notwendigsten Forderungen zu sein. Der Sortimentler täuscht sich, der da meint, daß ihm diese reichliche Buchproduktion in gewisser Hinsicht nur willkommen sein kann, daß sie schließlich allein Sache des Verlags sei. Eine Überproduktion, wie sie heute vorhanden ist, regt automatisch zur Erweiterung des Kreises der Buchvertreiber an. Daß in der letzten Zeit die Neugründungen von Reise- und Versandbuchhandlungen wie Pilze im feuchten Herbst aus der Erde schießen, daß die Gesuche um Aufnahme ins Adreßbuch sich ständig mehren, ist jedem halbwegs Eingeweihten zur Genüge bekannt. Und aus der augenblicklichen kritischen Lage im Buchhandel, die auch das Sortiment in aller Schärfe spürt, scheint mir deutlich hervorzugehen, daß der Kreis der Buchvertreiber schon heute viel zu groß ist. Eine weitere Gefahr der Überproduktion im Verlag liegt für das Sortiment darin, daß der Verlag, der für die mangelnde Aufnahmefähigkeit des Sortiments nach einem Ventil sucht, sehr oft gezwungen ist, seine Vorräte schnell in Geld umzusetzen. Er wird möglicherweise versuchen, größere Posten seiner Vorräte an Großantiquariate oder Ramschfirmen um jeden Preis loszuschlagen, er wird z. B. dem Reisebuchhandel, der ihm einen größeren Absatz verspricht, Rabatte gewähren, die weit über das erträgliche Maß hinausgehen, und wird so die normalen Absatzmöglichkeiten des Sortiments ungewollt verringern.

Mit dieser Abschweifung will ich der gefährlichen Meinung vorbeugen, als ob man durch die regelmäßige Veranstaltung von Büchertagen, Bücherwochen, durch vermehrte Werbung usw. die Überproduktion und die bekanntermaßen verringerte allgemeine Kaufkraft einander angleichen könnte, als ob man durch sie etwa die Existenzmöglichkeiten für die allgemeiner Beobachtung nach zu reiche Zahl von Buchvertreibern vergrößern könnte. Noch auf einen weiteren Punkt muß ich hinweisen:

Man findet in vielen Buchhandlungen seit Monaten sogenannte »billige Bücher« ausgestellt. Dies ist verständlich aus dem Bestreben, sich zum einen die notwendigen Einnahmen zu verschaffen und zum anderen die Vorräte aus der Inflationszeit abzustößen. Verlag wie Sortiment leiden unter diesen Vorräten, und es sollten durch gemeinsames Handeln Wege gesucht werden, sie unter die Masse zu bringen. Es ist aber unbedingt erforderlich, dem Käuferpublikum deutlich zu sagen, um was es sich handelt, damit einer in vieler Hinsicht gefährlichen verringerten Wert einschätzung des Buches vorgebeugt wird. Daß die Bücher, die heute in friedensmäßiger, tadelloser Ausstattung auf den Markt gebracht werden, in der Regel zu billig kalkuliert sind, scheint mir außer allem Zweifel zu stehen, zu billig nicht im Hinblick auf die vorhandene Kaufkraft, sondern zu billig in Rücksicht auf die gewaltig gesteigerten Herstellungskosten und Geschäftskosten im Vergleich zu den Friedensjahren. Dies dem Publikum mit aller Deutlichkeit vor Augen zu führen, wenn man etwa den Rahmen einer Bücherwoche für den Ausverkauf von Inflationsvorräten benutzen möchte, scheint mir ein selbstverständliches Gebot zu sein.

Wenn ich mich nun kurz den Vorschlägen des Herrn Schnabel zuwende, so muß ich ihnen darin zustimmen, daß wir uns hüten müssen, aus einer Bücherwoche einen »Kummel« zu machen, eine Bücherwoche etwa wie eine Zirkus-Schau auszustellen. Ich betone: wenn der Buchhandel als Gesamtheit auftritt. Der einzelne Verlag, das einzelne Sortiment wird für dieses oder jenes Buch in seiner Reklame amerikanischer als amerikantisch sein können. Eine Bücherwoche, die immer auch als Repräsentation des Buchhandels angesehen werden wird, muß in ihrer Aufmachung eine gewisse Prägung erhalten, die der stillen Wirkung des guten Buches entspricht.

Über die Gegensätzlichkeit von Bücherwoche und individueller Einzelpropaganda habe ich hier nicht zu sprechen, obwohl es reizvoll wäre, von diesem Gesichtspunkte aus die Schrift des Herrn Schnabel zu betrachten.

Es wimmelt in Deutschland von allerlei Messen, Ausstellungen, Tagungen usw., und wenn man z. B. hier in Stuttgart die im Laufe eines Jahres in ununterbrochener Folge sich aneinanderreihenden öffentlichen Veranstaltungen offizieller und inoffizieller, größerer und kleiner Art überblickt, so kann man damit ohne weiteres die Vorstellung verbinden, daß alle diese Veranstaltungen einen Hintergrund abgeben, daß sie einen immerwährenden Wechselrahmen bilden für Büchertage und Bücherwochen. Es sind hier die Gelegenheiten zu intensiver Buchwerbung geboten, und es gilt nur, sie in der richtigen Weise zu nützen. Alle diese Veranstaltungen: Sportfest, Parteitag, Frauenvereinstagung, Tagung der Sozialpolitiker, Bauausstellung, Kunstausstellung, Gartenbauausstellung, Berufsschultagung, Landwirtschaftliche Ausstellung usw. usw., dann die vielen, vielen öffentlichen Vorträge geben bereits den Gesamtbegriff ab, den Herr Schnabel für Büchertage und Bücherwochen anstrebt. Wer öffentliche Vorträge, seien sie nun politischer, literarischer oder anderer Art, besucht, wird selten einen gepflegten Büchertisch antreffen, er kann aber — wenn ein solcher vorhanden ist — auch die Beobachtung machen, daß nach einem Vortrage die Lust zum Kaufen immer lebhaft sein wird, wenn der betreffende Vortrag eine tiefere Anteilnahme an dem betreffenden Thema zu wecken wußte. Die Ausnutzung solcher ständigen Buchwerbungsgelegenheiten darf aber nicht dem Zufall überlassen werden, sie verlangt im Gegenteil ganz systematische und vor allen Dingen gemeinschaftliche Behandlung. Es darf nicht vorkommen, daß wie auf der Stuttgarter Bauausstellung in der Ausstellung »Schwäbisches Land« wieder einzelne und verstreute Stände einiger Verleger und Sortimentler anzutreffen sind, aber eine der Gesamtidee entsprechende Gesamtschau »Schwäbisches Land in Buch und Bild« fehlt; es sollte ausgeschlossen sein, daß anlässlich der Berufsschultagung 2000 Berufsschullehrer und Lehrerinnen aus dem Reich hierherkommen und wohl in einem der vielen Tagungsräume eine kleine Bücherchau finden, daß aber bei den vielen Spezialvorträgen die Büchertische fehlen, daß kaum ein Buch-Schaufenster der Stadt die Hunderte die Straßen durchwandernder Teilnehmer lockt: hier findest Du das, was Dich