

Schnabel wünscht auch die »Verbreitung von guten Zeitschriften«. Ich fordere Herrn Schnabel auf, ein Duzend »guter Zeitschriften« zu nennen und es wird sich sehr schnell erweisen, daß die Ansichten darüber sehr auseinandergehen. Denn nun erhebt sich die Frage: gut für wen?! Und diese Frage gilt nicht nur für die Zeitschrift, sondern vor allem für »das Buch«.

Es ist ein Un Ding, von »Publikum« und »Leserschaft« und »weiten Kreisen« zu sprechen. Es gibt kaum einen Menschen, der lesen kann und nicht irgend etwas, und sei es die Zeitung, liest. Die Wahl seiner Lektüre entspricht seiner gesamten geistigen Einstellung, sie ist nicht unabhängig vom Menschen selbst, sondern vielmehr der sicherste Prüfstein seiner Mentalität. So verschieden wie diese ist das Lesebedürfnis und die Wahl der Lektüre.

• Man muß die Gruppen scheiden: Da sind die Leser, die planvoll und systematisch ihre Lektüre nach ihren besonderen Interessen wählen; ein kleiner, aber sehr wertvoller Kreis. Da ist ferner die große Menge berufstätiger und von Tätigkeit ermüdeten Leser, die versuchen, der geistigen Entwicklung zu folgen, und die besonders Käufer belletristischer Literatur sind; die Männer, meist ermüdet als die Frauen, auch Käufer leichter, spannender Bücher. Ohne allzutief in das Wesen der Dinge zu dringen, besitzen sie doch ein gewisses Bild des allgemeinen Zusammenhangs und sind durchaus geneigt, sich belehren zu lassen, wo sie spüren, daß man ihre Art zu leben anerkennt und nicht hochmütig auf sie herabsieht.

Eine dritte Gruppe: die ungeheure Menge gänzlich Ungebildeter, denen weder der Schulbesuch noch das spätere Leben Gelegenheit gegeben haben, ihre Kenntnisse irgendwie über eine bedauerliche Oberflächlichkeit hinauszubringen. Die Mehrzahl von ihnen, Arbeiter, mit dem ehrlichsten, aufrichtigsten Willen zum Lernen und Wissen, von denen sie durch Tätigkeit und Mangel an Gelegenheit ausgeschlossen sind. Ihr größtes Leid ist, daß sie zwischen den geistigen Dingen keinen Zusammenhang gewinnen können, daß das, was sie erfahren, lauter Einzelteile sind, die sich zu keinem Gesamtbild formen lassen. Diese Gruppe steht dem »Buch«, abgesehen von meist politischen und populär-wissenschaftlichen Schriften, fast feindlich, jedenfalls teilnahmslos gegenüber, nicht aus Mangel an Interesse an geistigen Dingen, sondern aus dem begreiflichen Gefühl der Abwehr gegen eine Beschäftigung, die ihnen nicht wertvolle, fördernde Erkenntnis verschaffen, sondern nur ihre Verwirrung steigern kann.

Zwischen diesen Gruppen mannigfache Zwischengruppen und Variationen. Verschieden wie sie und ihre Einstellung muß die Propaganda für das Buch sein. Der ersten Gruppe genügt völlig eine Liste der ihr Interessengebiet erfüllenden Literatur. Die zweite Gruppe bedarf einer ständigen Bekanntgabe von Neuerscheinungen, möglichst mit Angabe des Charakters und Inhalts des Buches. Die Propaganda wird um so erfolgreicher sein, je individueller sie ist. Denn hier herrschen oft vorgefaßte, schwer austrottbare Urteile und wer Heinrich Mann liest, wird selten Rudolf Herzog lesen; dies ist auch zum Teil eine Frage des Geschmacks, über den sich bekanntlich nicht streiten läßt. Diese Propaganda kann keine allgemeine Zeitschrift wie etwa »Nimm und lies!« erfüllen, weil sie bei aller Vorzüglichkeit immer eine mittlere Linie halten muß; das Wesentliche bleibt der individuellen Propaganda des Sortimenters vorbehalten, der seine Bücher lesen und seine Kundschaft kennen muß.

Bleibt die große letzte Gruppe, das »ungeheure Brachland«, wie Herr Dr. Reiker sie richtig nennt. Sie für »das Buch« durch Propaganda zu gewinnen, halte ich überhaupt für unmöglich, weil, wie ich schon darzustellen versuchte, ihre Vorbildung nicht Vermehrung von Einzelkenntnissen, sondern Zusammenfassung von Vorstellungen fordert, ohne die eine fördernde Lektüre unmöglich ist. Hier muß der Boden bereitet werden, ehe eine Propaganda für das Buch Erfolg haben kann, und zwar nicht nur materiellen Erfolg.

Der Buchhandel raffte sich zu einer ganz großen Tat auf! Er gründete mit seinem Namen eine Volkshochschule, in der — in ganz Deutschland — jeder, der Lust hat, seine Kenntnisse erweitern kann. Das Ziel: nicht besonders viele Einzelkenntnisse zu vermitteln, sondern ein Gesamtbild der geistigen Bewegung dieser und namentlich früherer Zeiten zu geben. Ver-

ständnis zu wecken für die Entstehung und Entwicklung der Ideen und Theorien früherer und jetziger Zeiten. Ein Gerüst zu bauen, das klar Grundlagen und Stockwerke erkennen läßt, die auszufüllen dann Sache des persönlichen Studiums ist. Der Besuch selbstverständlich für jedermann und kostenlos! An Lehrkräften wird es nicht fehlen, da es genügend geeignete und bereite Fachleute aus allen Gebieten gibt, die eine solche Aufgabe mit Freude übernehmen würden. Auch Räume, in Schulen und anderen öffentlichen Gebäuden, gibt es ausreichend, da die Kurse wohl meist in den Abendstunden und Sonntags stattfinden müßten. Auch sollten die Kurse nicht zu trocken, sondern lebendig sein, möglichst mit Diskussionen usw.

Der Buchhandel würde mit einer solchen Schöpfung seine Stellung nach allen Seiten sehr befestigen: den Schaffenden Gelegenheit geben, außer durch ihre Werke auch persönlich zu wirken, den Konsumierenden überhaupt erst die Möglichkeit geben, sich ein Bild der Welt zu formen; und sich in ihnen die besten und anhänglichsten Freunde zu schaffen. Der Buchhandel würde verstärken, was er sein will und sein soll: die Verbindung zwischen den geistig Schaffenden und den Konsumierenden: für beide Wegbereiter.

Ferner aber schreibt uns Herr Horst Schöttler aus Leipzig unter der Überschrift:

Sommertee, Flaschenkorke und — Bücher!

Vor einigen Jahren hatten die amerikanischen Teeimporteure den Gedanken, daß es gut sei, wenn die durstige Menschheit nicht nur im Winter, sondern auch im Sommer dem Tee genügt huldige. Und zwar möglichst in verstärktem Maße! Man begann also einen Werbefeldzug, spickte die Zeitungen mit Notizen über kalte und warme Teerezepte, und um die Zeitungen willfährig zu machen, übergab man ihnen gemeinsam schöne, große Teeinserate. Der Erfolg war der, daß schon im ersten Sommer Amerika doppelt soviel Tee als im Winter verbrauchte.

Ferner: Die Verkaufsstelle der Deutschen Metallkapselabriken hatte vor einigen Jahren den Gedanken, daß es gut sei, wenn der Deutsche seinen Wein nur aus Flaschen trinke, die mit Metallkapseln versehen sind. Dieser glückliche Gedanke wurde den Deutschen nahezu in jeder Zeitschrift in großen Inseraten mitgeteilt. Obgleich der Werbefeldzug durchaus nicht besonders geschickt durchgeführt wurde, schämt sich heute jeder, wenn er in seinem Keller noch Flaschen mit Zelluloidüberzug vorfindet.

Und nun zu den Büchern! Das deutsche Buchgewerbe klagt und stöhnt. Um dem abzuwehren, hat man bei Zeitungen und Zeitschriften angefragt, ob sie im Interesse der guten Sache unberechnete Füllinserate bringen wollen. Die Matern würde man dann gern zur Verfügung stellen. Außerdem würde man die Namen der generösen Verleger im Börsenblatt veröffentlichen. Ferner hat man sich entschlossen, bei den Zeitschriften anzufragen, ob sie wohl vor Weihnachten $\frac{1}{4}$ Anzeigenseite ($\frac{1}{4}$ Seite einmal, sie!) im Interesse des Buches recht billig, am liebsten aber ganz kostenlos, veröffentlichen würden. Wer generös ist, wird auch wieder im Börsenblatt bekanntgegeben.

Mit solchen Mitteln soll dem deutschen Buch auf die Beine geholfen werden!

Und nun, meine sehr geehrten Herren, denken Sie bitte sämtlich einmal nach. Jeder Werbefachmann, gleichviel welcher Branche, wird Ihnen bestätigen, daß es nichts Leichteres gibt, als für das deutsche Buch durchgreifende Reklame zu machen. Je schwieriger die wirtschaftliche Lage ist, desto leichter kann das Kulturgut — das deutsche Buch — gegenüber den Zigaretten, Parfümen, Likören usw. propagiert werden. Sobald die drei oder vier großen Kanonen, die jetzt im Börsenblatt ihre wirkungsvolle Reklame auf den halb ausgezogenen Sortimenten loslassen, zusammenberufen werden, um ihre Fähigkeiten und Erfahrungen im Interesse des gesamten deutschen Buchgewerbes zu verwerten, liegt binnen einer Stunde der vorzüglichste Werbeplan vor, und das deutsche Volk kauft wieder Bücher. Trotz Buchgemeinschaften, trotz schlechter, wirtschaftlicher Lage, trotz allem und jedem!

Da sagen aber die vorsichtigen Herren: »Das geht nicht beim Buche«. Und das werden sie solange sagen, bis der Buchhandel