

Für uns gilt es, mehr zu schaffen als nur einen Verkaufsladen. Die Stätte, wo man Bücher verkauft, soll ein Raum sein, dringen sich der Bücherfreund heimisch, wohl und zu Hause fühlt. Es kommt darauf an, diesen Raum bis ins Kleinste zu gestalten, ihm jenen intimen Reiz persönlicher Note zu geben. Nehmen Sie dem Laden das Ladenhafte. Es genügt wirklich nicht, wenn Sie Ihr Unternehmen nur als Bücherstube bezeichnen, und der Bücherfreund, der diesen Raum in angenehmer Erwartung betritt, wird beim Eintritt durch die Nüchternheit und Geschmacklosigkeit eines Ladens enttäuscht. Aus alledem geht eindeutig hervor, daß der Buchverkaufsraum von einer gewissen Raumstimmung beherrscht sein muß. Der Raum muß gestaltet sein, das heißt, er muß für seine Zweckbestimmung geeignet gemacht sein. Das aber ist er nur in dem Fall, wenn der den Raum gestaltende Mensch an sich tote und leblose Formdinge durchgeistigt und eine Zweckform in die andere harmonisch einreicht, und alles unterordnet dem einen Gesetz, dem gerade dieser Raum dient.

Sehr wesentlich ist die Gestaltung der Form der Raumeinrichtung. Immer vom Grundsatz praktischen Gebrauches ausgehend, soll die Formgebung der Einrichtungsgegenstände schlicht, einfach und gefällig sein. Bei nur einigem Kunstsinne und Geschmack läßt sich mit wenigen Mitteln verblüffend viel erreichen. Wir können nicht ganz den Faktor Kunst bei der Einrichtung eines Buchladens ausschalten, denn gerade sie ist Gegenpol nüchterner Alltäglichkeit.

Ich persönlich verwerfe den Grundsatz alter Buchpraktiker, die da ständig von äußerster Ausnutzung des Raumes reden und ihre Bücher bis unter die Decke stapeln. Sie erschlagen von vornherein jede Möglichkeit einer Wirkung des Raumes in angenehmem Sinne. Solche Läden bedrücken den Käufer, verwirren ihn und erwecken in ihm eine unbehagliche Stimmung, die ihn möglichst rasch aus dem Laden heraustreibt. Raumausnutzung ist auch in anderer Art möglich. Und seien wir doch einmal ehrlich, was soll die Versammlung der Ladenhüter da oben? Dem Kenner ist sie doch nur Beweis von unvorsichtigem Einkauf. Das mag für Bibliotheken angebracht sein. Die Buchhandlung aber ist etwas ganz anderes als Bibliothek.

Ich gehe von dem Grundsatz aus, daß die Verkaufsbehältnisse eines Buchladens nichts weiter sind als große Bücherregale, die nicht viel höher als 2,60 Meter sein dürfen, um praktisch zu sein. Wie man nun ihre Form gestaltet, hängt zunächst von dem zur Verfügung stehenden Raum ab und richtet sich sodann nach dem persönlichen Geschmack des Inhabers, wenn er den Willen zu einer bestimmten Note trägt. Es ist sehr zu empfehlen, in dem unteren Teil der Einrichtung Schubkästen von mindestens 60 Zentimeter Tiefe einbauen zu lassen. Dann ist die Möglichkeit, Kunstblätter und Mappenwerke gut aufzubewahren, vorhanden. Jemanden Teil der Fächer kann man durch Glasüren abschließen lassen, um die Ganzleiderbände und Luxusdrucke gut verwahren zu können. Glasschiebetüren, wie sie einige lieben, vor die gesamten Regale anbringen zu lassen, ist zu verwerfen. Denn erstens wirkt die teure Glaswand zu trennend vom Buch, und dann wird man so ein Gefühl nicht los, das auf Papiervarengeschäft schließen läßt, wo das Buch zum Gelegenheitsartikel degradiert ist. Der neuzeitliche Raumkünstler vermeidet die Anwendung teurer Holzsorten. Das kann er um so mehr, da er mit den Geheimnissen der Farbwirkungen vertraut ist. Endgültig wird erst die Raumgestaltung durch Verwendung von Farbe. So habe ich vor eineinhalb Jahren eine Bücherstubeneinrichtung aus trockenem Tannenholz fertigen lassen. Die Gegenstände ließ ich dann vom Maler mit hochwertigem japanischen Lack leuchtend rot streichen. Felder und Regalnischen tönnte ich auf einen warmen lila Ton ab. Das Ergebnis war überraschend und der künstlerische Erfolg durchschlagend. Und praktisch lagen die Dinge so: ich hatte eine Einrichtung für ungefähr 4000 Mark, die so eigenartig war, daß sie jeder für 8000 Mark einschätzte, und die in Wertholz auch mindestens soviel gekostet hätte. Aber ich hätte nie unter Verzicht auf die Farbe soviel Raumwirkung herausgeholt. Die Farbe ist das Zaubermittel, mit dem ich das aus einem Raum machen kann, was ich will. Ich kann ihn vermöge der Farbe erweitern oder ihn zusammenziehen. So handelte es sich bei dem

soeben besprochenen Fall um einen 4,5 Meter hohen Ladenraum, den ich zur Erzielung seiner Raumwirkung unbedingt nicht verwenden konnte. Eine neue Decke einzuziehen, verbot sich aus Gründen der Sparsamkeit. Ich holte die Decke also mittels eines reinen zitronenfarbenen Chromgelbs dadurch herunter, daß ich die Wandflächen bis auf 2,80 Meter über dem Fußboden im Deckenton streichen ließ. Schroffen Gegensatz vermeidend, gab ich den Wandflächen einen warmen fastgrünen Ton, vor dem die roten Möbelstücke prächtig standen. Trotz aller Gegensätzlichkeit der Farben waren die Töne so gegeneinander abgewogen, daß es nirgends zu einer Disharmonie kam. Im Interesse des Gesamtergebnisses ist es von unendlicher Wichtigkeit, eine straffe Einheit im Stil zu wahren. Formal sowohl als auch farblich. Darin liegt ein großer Teil des Erfolges schöner Raumwirkung. Jede oberflächliche Effekthascherei ist streng zu meiden.

Ganz besondere Aufmerksamkeit ist auf die Verwendung geeigneter Beleuchtungskörper zu legen. Ich verwende nach vielen Versuchen Beleuchtungskörper der Firma Zeiß in Jena, die einfach in der Form sind, aber vermöge ihres starken Spiegelreflektors ein sehr schönes warmes Licht geben.

Für den einen oder anderen mag es von Interesse sein, daß ich augenblicklich über Einrichtungsplänen eines ganz neuzeitlich gerichteten Buch- und Kunstladens arbeite. Ich beseitige die Eintönigkeit der langen Bücherreihen dadurch, daß ich an den verschiedensten Stellen die Regale durch eingebaute Schränkchen unterbreche. Die Türen dieser Schränke sind Bilderrahmen, die für die Aufnahme der kleineren Piperdrucke bestimmt sind. Ich habe vorher eingehende praktische Versuche über Wirksamkeit ausprobiert und habe dabei gefunden, daß die Steigerung der Intimität des Raumes noch ganz bedeutend dadurch erhöht wird.

Meine Zeilen sollen nur Anregung sein und Wege zeigen, mit welchen Gedanken man an die unendlich wichtige Aufgabe herantreten muß, einen neuzeitlichen Buchladen einzurichten. Die Vorbedingungen sind gering, aber es bedarf ganzer wohlbedachter Arbeit eines Geistes, der alles zu harmonischem Ausgleich zu bringen vermag. Geistige Durchdringung bis zur letzten Form und rhythmische Aufteilung an sich tubisch toten Raumes. In solchem Raum findet die Liebe zum Buch ihre Erfüllung. Gern werden die Käufer ihn betreten, denn alle die weiten, mühseligen Wege zum Buch sind aufgehoben, und die Welt des Buches nimmt den Eintretenden unmittelbar gefangen.

Wer Dienst am Buche leisten will mit ganzem Herzen, verschließe sich nicht, auf jene unbewußten Ahnungen und geheimen Wünsche zu lauschen, die in unserer heutigen Volksseele tief gebettet liegen und zur Erfüllung drängen.

Hanns Jaquemar in Mülheim (Ruhr).

Nachfrist: Bei der Wichtigkeit des in Frage stehenden Themas wäre es mir zwecks Gedankenaustausch und weiterer Klärung sehr angenehm, wenn einige andere der Herren Kollegen aus der Praxis heraus ihre Erfahrungen mitteilen würden. Denn alle diese Fragen sind so wichtig, daß die Stimme des Einzelnen zu leicht verhallt.

Die Ausstellung „Das Deutsche Buch“ Berlin 1925.

Berlin, den 13. November.

Am 7. November ist die Ausstellung »Das Deutsche Buch«, Berlin 1925, im Hause »Merkur«, Kochstraße 6-7, eröffnet worden, als deren Veranstalter die Lessing-Hochschule, der Börsenverein der Deutschen Buchhändler, der Deutsche Verlegerverein, der Deutsche Buchgewerbeverein, die Vereinigung der Kunstverleger, der Verband der Deutschen Musikalienhändler, die Deutsche Buchhändlergilde, der Berliner Sortimenterverein und der Verein der Berliner Buch- und Kunst-Antiquare zeichnen.

Herr Dr. Lewin, der Leiter der Lessing-Hochschule, gab die Wünsche des Reichspräsidenten für das Gelingen der Ausstellung bekannt und begrüßte die Vertreter der Reichs- und Staatsbehörden, sowie die zahlreichen Persönlichkeiten des Geisteslebens und der Öffentlichkeit, die zur Feier erschienen waren. Anschließend sprach Herr Dr. Georg Paetel als Vertreter des deutschen Buchhandels seine