

Klarheit und Übersicht bringen. Demnach hätte eine Buchwoche den Charakter einer genau gegliederten, an die einzelnen unmittelbaren Lebensbedürfnisse anknüpfenden Ausstellung an sich zu tragen, deren Raum die Vertiefung in das einzelne gestattet, ja dazu auffordert. Der Gedanke der Sachgruppen, der in dieser Hinsicht außerordentlich glücklich ist, müßte nicht bloß streng, sondern auch mit Beschränkung durchgeführt werden. Jede solche Gruppe, wie Technik, Sport, Politik usw., müßte in dem Raum auch äußerlich als eine gesonderte Gruppe auftreten, nicht durch Farbenbuntheit und Masse, sondern durch Beschränkung auf die wesentlichen Erscheinungen wirken. Ebenso müßten die Verlegergruppen voneinander gesondert sein, und jeder einzelne Verlag müßte nicht den Ehrgeiz haben, seine sämtlichen Mappen, Leder- und Halblederbände, bunten Umschläge in aller Breite vorzuführen, sondern das ausstellen, was ihm innerhalb der Volks- und Kulturgemeinschaft sein charakteristisches und ausschlaggebendes Gepräge verleiht. Auch dann kann die Ausstellung allein keine genügende Wirkung besitzen. Notwendig ist durch das ganze Jahr hin eine an die unmittelbaren Bedürfnisse der einzelnen Schichten, Volks- und Berufsgenossen anknüpfende Kleinarbeit, die sich nur mehr zum kleinsten Teil in der Buchhandlung selbst abspielen kann. Gewerkschaften, Schulen, Vereine müssen wiederholt durch sachliche Vorträge und Vorführungen über den Teil der Buchproduktion unterrichtet werden, der ihr eigenstes Gebiet betrifft. Da der Leser und der Käufer nicht mehr zum Buche kommt, so muß das Buch zum Leser und zum Käufer gehen, beziehungsweise der Buchhändler muß diejenigen Gemeinschaften auffuchen, in denen der Boden für sein Wirken gegeben und in mancher Hinsicht auch schon vorbereitet ist. Solche Vorträge müssen sich auf ganz wenige, für den bestimmten Kreis mit intensivem Interesse betonte Werke erstrecken, die sofort beim Ende des Vortrags gekauft werden können. Dies ist dann auch ein großer Vorzug gegenüber der Buchbesprechung in einer Zeitung. Nicht aber darf es so sein, wie bei der Münchener Buchwoche, daß eine Reihe von Vorträgen gar nicht in dem Raume stattfindet, in dem die Bücher sich befinden.

Ich glaube selbstverständlich nicht, daß durch diese mühevollen Kleinarbeit der gegenwärtigen Krise rasch ein Ende gemacht werden könnte. Es ist eine Sache auf lange Sicht, die aber unternommen werden muß, selbst dann, wenn der Buchhandel sich durch eine Besserung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage wieder belebt. Denn nur auf dem Wege dieser Kleinarbeit kann es gelingen, die umgeschichtete Gesellschaft, unabhängig von wirtschaftlichen Konjunkturen, zu Bücherkäufern zu machen, die geneigt und gewillt sind, für das Buch auch etwas zu opfern, weil sie wissen und empfinden, daß dieses Opfer ihnen Freude und Höhe bringt.

Eine Antwort

auf den »Offenen Brief« des Herrn Kleiter im Vbl. Nr. 200.

Einer der von Ihnen angegriffenen »Propagandisten und wie diese neuen Einrichtungen benannt werden« erlaubt sich hiermit einige Bemerkungen zu Ihren Ausführungen. Nicht um Sie rückständig oder veraltet zu nennen, sondern um Ihnen zu beweisen, daß wir Buchhändler, die wir die Erfordernisse der Zeit erkannt haben, auch jung und beweglich genug sind, Ihnen zu folgen und uns dem schwierigen Gebiet der Reklame zugewandt haben, doch nicht so ganz ohne Bedeutung für den Buchhandel sein dürften.

Gewiß sind die Zeiten schlecht, da die Kaufkraft eines großen Teils der arbeitenden Menschen schon beinahe unter das Existenzminimum gesunken ist. Aber nichtsdestoweniger, ist die geradezu katastrophale Absatzstörung auf dem Büchermarkte allein durch diesen Umstand gerechtfertigt? Es gibt nämlich immerhin noch gar nicht so kleine Teile des Publikums, die über genügend Geldmittel verfügen und die sich bei richtiger Einschätzung des Werts eines guten Buches ein solches schon noch leisten könnten. Sehen Sie sich doch bitte, werter Herr Kleiter, nur einmal die Kinos, Cafés, Tanzdielen usw. an, dort herrscht fast stets eine ziemliche Fülle trotz recht teurer Eintritts- bzw. Getränkepreise. Warum geben nun all diese Tausende für solche Nichtigkeiten ihr ganzes Geld aus und nicht auch einen Teil für ein Buch? Eben weil es der Buchhandel nicht verstanden hat, den Menschen klar zu machen, daß das Lesen eines guten Buches für die geistige Nahrung genau so notwendig ist wie das Brot für die körperliche Nahrung, sofern man Wert darauf legt, sich zur Persönlichkeit zu bilden und als solche zu gelten.

Aus diesem Grunde besteht meiner Ansicht nach auch keine Überproduktion an Büchern. Wie kann man von Überproduktion einer Ware sprechen, solange auf der andern Seite ein Mangel an dieser

Ware herrscht? Einmal, weil sie aus Geldknappheit nicht gekauft werden kann (Unterkonsumtion), und zum andern, weil ihr Kauf nicht als Notwendigkeit erachtet wird. Zielen diese beiden Hemmungen fort, so könnten, glaube ich, noch einige tausend Bücher mehr im Jahre erscheinen, ohne daß sie im Verlags- bzw. Sortimentslager festliegen.

Die erste der genannten Hemmungen kann der Buchhandel allein und direkt nicht beseitigen. Sie liegt in der herrschenden kapitalistischen Wirtschaftsform begründet. Dagegen können wir der zweiten sehr wohl zu Leibe gehen, weil sie letzten Endes nur eine Erziehungsfrage ist. Jeder Mensch, ganz gleich welchen Standes, muß dazu erzogen werden, das gute Buch als notwendigen Bestandteil zur Bildung, d. h. Formung seines Wesens anzusehen. Und das läßt sich doch im wesentlichen nur erreichen durch ganz nachdrückliche und planmäßige »Verbetätigung« sowohl individueller als auch kollektiver Art. Oder wie glauben Sie das sonst fertigbringen zu können?

Dazu genügt aber nicht, daß man nur ein guter Buchhändler im landläufigen Sinne ist, d. h. das Einjährige oder Abitur hat, viele Titel und Verfasser weiß, »eine hübsche geschmackvolle Auslage zusammenbringen kann«, dazu gehört schon noch etwas mehr, nämlich Veranlagung für alle mit der Werbung zusammenhängenden Dinge und nicht zu wenig Menschen- und Weltkenntnis, sowie — ich sagte es schon einmal — Beweglichkeit zum Mitgehen mit der Zeit.

Es kommt nämlich nicht auf »Verbetätigung« schlechthin an, einzig und allein psychologisch gründlich durchdachte und planmäßig betriebene Propaganda kann wirksam sein. Die erschöpft sich allerdings nicht darin, »eine hübsche geschmackvolle Auslage zusammenzubringen« — obwohl selbstverständlich auch das nötig ist —, sondern dazu bedarf es anderer Mittel, die im übrigen stets originell und ideenreich sein müssen. Betrachtet man die Reklame des Sortiments von diesem Gesichtspunkte aus, so ist wohl kaum zu bestreiten, daß es zum großen Teil versagt hat. Wie wäre es denn sonst möglich, daß einige mir bekannte Firmen — z. T. neu gegründet — auf Grund tatkräftiger und großzügiger Werbung trotz der schlechten Zeit eine erkleckliche Anzahl neuer Kunden gewonnen haben! Allerdings arbeiteten sie nicht nach Schema F, sondern ganz individuell und mit neuen Ideen, und darauf kommt es eben an. Wie kommen Sie übrigens zu der Annahme, daß »die krampfhaften Bemühungen« der Ausstellungen und Buchwochen versagt haben? Bitte, lesen Sie doch einmal die Berichte über die Buchwochen in Breslau und München und über die Büchertage in Löwenberg nach! Dort ist eigentlich von allem anderen als von einem Versagen die Rede.

Es bleibt Ihnen aber natürlich unbenommen, die »Propagandacheis und Dekorateur« dem Warenhaus zu überlassen, etwa ebenso wie die Werke von Spitteler, nur dürfen Sie sich dann nicht über den Rückgang Ihres Umsatzes beklagen.

Stuttgart, am 21. Dezember 1925.

Wilhelm Scharfe.

Warnung!

Wir warnen hiermit vor allem die mitteldeutschen Sortiments-Buchhandlungen vor der Tätigkeit eines Reisenden **Willy Fischer**, zurzeit unbekanntem Aufenthalts. Dieser behauptet unter Vorlage eines gänzlich veralteten Originalschreibens unserer Firma, Abonnennten für **Belhagen & Klasing's Monatshefte** zu werben, die er dann einer ortsanfässigen Buchhandlung zur Belieferung übergibt. Wie wir erfahren, sind diese Abonnennten meist unsicher oder überhaupt fingiert. Wir erklären hiermit, daß wir für etwa an Fischer geleistete Vorschuß- oder Provisions-Zahlungen jede Haftung ablehnen.

Vielefeld u. Leipzig. Belhagen & Klasing.

Abreiffengesuche.

Wem ist die neue Adresse der Firma **Mitteldeutsche Buch- und Kunsthandlung Mohde & Co.**, früher Halle (Saale), Geiststraße 59-60, oder ihrer Inhaber bekannt?
D a m b u r g. Otto Reißners Verlag.

Reinold, Berlin. Ist aus Düsseldorf abgemeldet, unbekannt wohin.

Rosenthal-Braun. Ist aus Köln abgemeldet, als auf Reisen befindlich.

Meyer, Görlitz. Sein Aufenthalt konnte selbst von seiner Ehefrau nicht angegeben werden.

Entstehende Unkosten werden selbstverständlich zurückvergütet.
L e i p z i g. Hesse & Becker Verlag.