

tomme. »Deutschland ist bei der engen Zusammenarbeit seiner Behörden mit den Exporteuren der deutschen Kultur sehr gut gefahren. Warum soll die gleiche Zusammenarbeit bei uns weniger fruchtbar sein?«

Als Illustration hierzu wird auf Argentinien verwiesen, auf welchem Absatzgebiet ein offizielles Eingreifen mit dem Erfolg stattgefunden hat, daß übeln Praktiken das Handwerk gelegt wurde. »Im Jahre 1920«, so führt der französische Handelsattaché in der Hauptsache aus, »wurde das französische Buch in Buenos Aires zu sehr hohem Preise verkauft; die Buchhandlungen waren die Herren der Lage und zogen aus dem Absatz unserer Werke einen sehr großen Nutzen. Da machte eine bestimmte große Buchhandlung die lobenswerte Anstrengung, das französische Buch zu vernünftigen Preise zu verkaufen, und wir haben diese Bestrebungen unterstützt. Eine andere Firma erbot sich, zu noch gerechterem Preise das französische Buch anzubieten, auch diesmal griffen wir mit großem Erfolge ein.«

In Italien wird der Verkauf von französischen Zeitungen und Zeitschriften durch die Messageries italiennes de Bologne besorgt, und diese sollen hinsichtlich Frankreichs nur eine Filiale der bekannten Messageries Hachette sein, die in der letzten Zeit stark angegriffen wird. Sei dem, wie ihm wolle, der französische Handelsattaché in Rom schrieb unter anderem: »Im großen ganzen war der Dienst der italienischen Agentur zur Verbreitung der Zeitungen immer ungenügend; was die Revuen angeht, so werden sie zu prohibitiv-Preisen angeboten, meist teurer als zum doppelten Preis in Frankreich. Im übrigen nehmen die Messageries italiennes keine Remittenden an, das ganze Risiko hat also der Wiederverkäufer zu tragen. In dieser Hinsicht wäre noch viel zu machen. Was aber das eigentliche Buch angeht, so haben die Bemühungen der Maison du Livre (in Paris) und die Einrichtung der Niederlage in Florenz ausgezeichnete Resultate aufzuweisen; es wäre zu wünschen, daß unsere großen Verleger die Vorschläge, die ihnen von diesen beiden Stellen zwecks stärkerer Verbreitung des französischen Gedankens in Italien unterbreitet werden, eingehender berücksichtigen.«

Griechenland soll von dem Service Central de Librairie et de Publication de Paris, der ebenfalls eine Filiale von Hachette sein soll, regelrecht und mit einem 100 Prozent übersteigenden Reingewinn ausgebeutet werden. »Natürlich schadet dieser Mißbrauch dem Absatz außerordentlich, und es ist dies umso bedauerlicher, als wir hier auf einem Gelände sind, wie es für uns nicht günstiger sein könnte, und dies vor allem mit Hinsicht auf Saloniki. Die 80 000 spaniolischen Juden, die dort wohnen, sind vollkommen unseren Ideen und Gebräuchen zugehen, sie beherrschen die französische Sprache und ziehen sie selbst ihrer eigenen vor. Aber auch das eigentliche griechische Element hat in der Kenntnis unserer Sprache große Fortschritte gemacht; hinzu kommen die aus Konstantinopel und Kleinasien Vertriebenen, sie haben fast alle französische Schulen besucht und sprechen geläufig Französisch. Vergrößert werden diese Absatzmöglichkeiten durch das Wirken unserer großen, teils weltlichen, teils religiösen Missionen. Es wäre noch mehr zu erzielen, wenn man den Buchhändlern und Zwischenverkäufern größere Rabatte einräumen wollte.«

Was den Absatz in Großbritannien und Irland angeht, so ist dieser Teil der Rundfrage etwas melancholisch folgendermaßen betitelt: »England, oder die verpaßte Gelegenheit . . .« Diesmal spricht kein Handelsattaché, sondern ein eigentlicher Fachmann, der besonders gut in der Lage sein soll, zu urteilen. »Das französische Buch hat in diesen sieben Jahren nach dem Kriege eine Gelegenheit vorbeigehen lassen, die keine andere Industrie derart verpaßt hätte. Von den vielen Millionen Engländern, die sich während des Krieges in Frankreich aufhielten, kam mindestens eine Million als Absatzgebiet für das französische Buch in Frage. Nach einer von mir angestellten sorgfältigen Untersuchung war die Nachfrage nach dem Waffenstillstand bedeutend größer als 1914, jetzt ist sie wieder auf das Niveau von vor 1914 herabgesunken. Wie anders wäre die Lage, wenn eine methodische Propaganda unternommen worden wäre . . . Aber die günstige Zeit ist nicht vorbei, niemals hatten die Schulen für fremde Sprachen in England größeren Besuch, und hierbei schneidet Frankreich am besten ab — die British Broadcasting Company (Rundfunk) hat zum Beispiel ihre regelmäßige französische Stunde . . . Dann muß man aber sagen, daß der Export von Büchern nach England unter Umständen vor sich geht, die man nicht scharf genug verurteilen kann. Wie soll man sich nicht über die Tatsache empören, daß das französische Buch in England zum drei- bis vierfachen Preise verkauft wird? Nicht nur die Engländer weigern sich, Bücher bei solchen Verhältnissen zu kaufen, sondern auch die Mitglieder der französischen und belgischen Kolonien verzichten darauf, sich derart ausbeuten zu lassen.

Man sollte auch nicht vergessen, daß England jenes Land ist, in dem der angegebene und sichtbar gemachte Preis in Ehren gehalten wird, und so schaden diese Umstände nicht nur dem Absatz, sondern sie

schaden dem guten Ruf des französischen Verlegers, an dessen Rechtfertigung man zweifelt. Ein Seifen- oder Auto-Fabrikant würde derartiges keine Minute lang dulden . . . Dann wären die richtigen Bücher nach England zu senden; es wird nicht immer das beste Buch in die Auslage der fünf oder sechs französischen Buchhandlungen gestellt, und hierdurch kamen diese Handlungen in einen wenig beneidenswerten Ruf. Schließlich muß eine methodische und weitschauende Propaganda bei allen guten englischen Buchhandlungen und bei dem englischen Lesepublikum überhaupt unternommen werden, es fehlen Kataloge mit Bestellzetteln, und alles in englischer Sprache abgefaßt und ohne falsche Sparsamkeit verteilt. Vor allem aber müssen diese phantastischen Preise weg.«

Alle diese Angaben des Fachblattes mögen sehr ehrlich gemeint sein und auch die wirklichen Verhältnisse gut charakterisieren, immerhin wäre zu beachten, daß sie gleichzeitig mit einem äußerst scharfen Feldzug gegen die Firma Hachette, deren angebliche Monopolstellung und gegen den Mißbrauch dieser Stellung veröffentlicht werden. Man wirft Hachette unter sehr vielem anderen auch vor, gewisse Werke zu boykottieren, und es darf nicht verschwiegen werden, daß eine große Reihe sehr guter französischer Schriftsteller, und auch Fachleute, diese Vorwürfe für berechtigt halten.

—r. Paris.

## Der französische „Sperling“.

Auch in Frankreich gibt es seit vielen Jahren ein Adreßbuch der Zeitschriften, denn es erscheint jetzt schon im 39. Jahrgang. Es ist das Annuaire des journaux, das von der Buchhandlung H. Le Soudier in Paris herausgegeben wird. Es ist ursprünglich aus dem Bedürfnis des eigenen Verlages entstanden, der auch ein Kommissionsgeschäft und eine Zeitschriftenagentur unterhält. Als Hauptbedürfnis stellte es sich heraus, ein alphabetisches Verzeichnis aller in Paris erscheinenden oder wenigstens dort durch eine Agentur vertretenen Zeitschriften und Zeitungen zu besitzen, um möglichst schnell etwa den Abonnementspreis oder die Adresse ermitteln zu können. Mit diesem zwar nützlichen und unentbehrlichen, aber immerhin bescheidenen Hilfsmittel hat man sich bisher begnügt, denn seitdem ich das Annuaire kenne, hat es in Plan und Anlage keine Veränderung erfahren. Im Gegensatz zum deutschen Sperling umfaßt es nicht das ganze französische Sprachgebiet, nicht einmal ganz Frankreich, sondern nur Paris. Allerdings drängt in Frankreich, dem Lande der Zentralisation, alles nach Paris, und es gibt in Frankreich ja auch keine Stadt, die als Verlagsort mit Paris konkurrieren könnte, wie etwa Leipzig und Stuttgart mit Berlin, aber immerhin hat sich in neuerer Zeit auch die Provinz geistig sehr gerührt, und es wäre jedenfalls zu wünschen, daß das Annuaire auch die Zeitschriften der Provinz berücksichtige. Einige sind allerdings darin verzeichnet, wenn ein Pariser Verlag die Vertretung hat, aber dann fehlt die Angabe des Haupt-Erscheinungsortes. Der französische Sperling geht überhaupt nicht so in die Einzelheiten ein wie der deutsche, denn er enthält bloß folgende Angaben: Titel, Format, Pariser Adresse (aber ohne Angabe der Firma oder des Verlages), Erscheinungsdatum der 1. Nummer (also Gründungsjahr), Häufigkeit des Erscheinens, Art des Abonnements (ob monatlich, vierteljährlich usw.), Abonnementspreis für Frankreich und für das Ausland. Zusätze sind nicht zulässig, doch enthält der Anhang Anzeigen (allerdings in sehr bescheidener Zahl und auch sehr dürftigen Inhaltes).

Will man wissen, welche Blätter über ein gewisses Gebiet erscheinen, so muß man das systematische Verzeichnis im zweiten Teil zu Rate ziehen, das 21 Gruppen umfaßt, von denen die größeren noch einige Unterrubriken aufweisen. Dieses Verzeichnis enthält aber nur die Titel, sodas man für die übrigen Angaben im ersten Teil nachschlagen muß. Im Vergleich zum deutschen Sperling ist also die Anordnung gerade umgekehrt. Ich glaube aber, daß die meisten Benutzer der deutschen Anordnung den Vorzug geben werden.

Da das Annuaire keine Statistik enthält, habe ich die Gesamtzahl annähernd auf 2300 Zeitschriften und Zeitungen ermittelt. Es sind nicht weniger als 70 Tageszeitungen in Paris angegeben, doch sind darunter auch einige Provinzblätter, belgische, englische und amerikanische Zeitungen, die in Paris bloß Vertretungen unterhalten. Die älteste Pariser Zeitung ist das Journal des Débats, das seit 1789 erscheint. Der Temps datiert von 1861, das Petit Journal von 1863, der Gaulois von 1866, das Journal officiel von 1869, der Petit Parisien von 1876, die Lanterne (als Tageszeitung) von 1877, der Matin von 1884. Von den übrigen Tageszeitungen sind viele erst in jüngster Zeit entstanden. Eingegangen ist der Gil Blas, der einst zu den meistgelesenen Boulevardblättern gehörte.