

Bewirrung beunruhigte die Geister: der Krieg und besonders die Nachkriegszeit hatten alle und jede Tradition vernichtet. Eine eiserne und gierige Jugend brach in die schöne Literatur ein. Neue soziale Klassen, reich geworden oder durch irgendeine Unruhe erschüttert, verlangten außer der Befriedigung des Komforts den unvorhergesehenen Luxus, Bücher zu lesen. Zu dieser Zeit aber entstand der Verleger, die einzige organisierte Kraft in dieser Epoche der Anarchie.

Allerdings war diese Figur nicht ganz neu. Aber ihre Rolle wuchs ganz plötzlich. Man hatte sie schon früher als gedehnt gekannt, früher aber fürchtete sie sich davor, die Kunst mit dem Handel zu verschmelzen. Diese Figur wollte jedoch jetzt eine andere Rolle spielen, und es gelang ihr auf den ersten Hieb.

»Weg mit den alten Methoden!« — dies war die Parole. Der französische Verlag hatte, stolz auf seine leichten Erfolge, die er lediglich dem Genius seiner mächtig von ihm unterstützten Schriftsteller zu verdanken hatte, sanft dahingedämmert, zufrieden mit einem mäßigen Verkauf und einem schüchternen, bürgerhaften Handel. Plötzlich standbaldigerte ein Kühner, dem rasch andere folgten, den alten Adel des Buches, er brachte aus der Fremde neue Verfahren und Methoden herbei, es wurde standardisiert, taylorisiert und in Serien publiziert, es wurde eine Reklame entfaltet, die alles umwandelte, der Verlag schloß sich den großen Industrien an und rivalisierte mit diesen, so etwa mit derjenigen des Automobils . . .

Derart ungefähr müßte, nach Herrn Maury, der künftige Historiker schreiben. Was soll man nun zu dieser Entwicklung und deren Folgen sagen? Die einen beklagen diese Vermählung von Minerva und Merkur, sie empfinden sie als Demütigung; die anderen beweihräuchern den Herrn der Stunde, also den Verleger. In Wahrheit handelt es sich aber nur darum, daß einige der französischen Verleger ihr von den Vorgängern schlecht gekonntes Handwerk plötzlich besser erfaßt haben, wir haben es hier nur mit einem beruflichen Fortschritt zu tun.

Nach Herrn Maury gestattet die Zusammenfassung vieler Faktoren und die Organisation des großen Verlages dem Verleger heute, irgendein Werk zu lancieren und automatisch dessen Erfolg zu erzielen, dank dem übermäßigen Druck, den das rein kommerzielle und literarisch gänzlich unbelastete Interesse auf die öffentliche Meinung, auf den Geschmack, auf die schöngeistige Literatur und selbst auf die Kritik auszuüben vermag. »Der moderne Verlag ist eine Fabrik mit intensivem Betriebsergebnis. Und als deren Unterprodukte kann man die zahllosen Luxus- oder Pseudoluxus-Ausgaben bezeichnen, mit denen wir überschwemmt, und die von einem Heer von literarisch wenig hochstehenden Bibliophilen absorbiert werden.«

Aber dies wird nicht sehr lange andauern. Das durch die neuen Methoden überraschte Publikum wird bald stumpf werden, jetzt schon nimmt der der ziellosen Propaganda entgegengebrachte Kredit ab. Der gute Verleger hat übrigens keine diktatorischen Gelüste, sondern er richtet sich nach dem Geschmack des Publikums, er errät diesen Geschmack, er kommt ihm zuvor, er wird nur als Abgeordneter der lesenden Massen entscheiden und wirken können. Der künftige Verleger wird also eine ähnliche Rolle spielen wie unsere Parlamentarier. Und hier stehen wir vor der gleichen Mauer, zu der alle großen Probleme unserer Zeit führen: wer wird herrschen, die Elite oder die Zahl?

Daß der Verleger, den Wünschen seiner Kunden unterworfen, mit dem Abgeordneten, dem Sklaven seines Wahlkreises, verglichen werden kann; daß eine gleichgeartete Dienstbarkeit hier wie dort analoge Mängel bedingt; daß der Verleger, unter den gleichen Existenzbedingungen leidend, sich nur schlecht gegen die Lasten und Gefahren des Parlamentarismus verteidigen kann — all dies kann man schwerlich ableugnen. Die Persönlichkeit des Verlegers, ein einfaches Rad in der gewaltigen Entwicklung, wird verwischt und bald verschwunden sein. Hier haben wir den Prozeß unserer gegenwärtigen Zivilisation.

Man sagt, daß der Verleger, selbst ein Mann mit literarischer Bildung, seine eigenen Meinungen hat . . . diese Meinungen werden immer weniger bedeuten, der Verleger wird im gleichen Maße groß werden, in dem er auf seine eigenen Meinungen verzichtet. Der Genius des Handelns hat mit den Dingen des Intellekts direkt nichts zu tun. Der Verleger wird immer weniger die eigentliche Bewegung der Ideen und der Kunst beeinflussen können.

Der mit dieser unpersönlichen Maschinerie kämpfende Schriftsteller fühlt sich bedrückt. Welches wird seine Stellung in dieser dröhnenden Fabrik sein, die Stellung dessen, der in Wirklichkeit das Buchgewerbe belebt? Er kennt nur das Arbeitszimmer des Verlegers, und in diesem kommt die Bedeutung des Druckers, des Papierhändlers und des Reklame-Fachmanns vor allem zur Geltung.

Immerhin weiß sich der Schriftsteller besser zu verteidigen als der Dramatiker, dem auf dem Theater der Schauspieler, der Dekorateur und der Schneider schon über den Kopf gewachsen sind.

Was soll man mit dem (kommerzialisierten) Verleger machen? Soll man ihn umbringen? Durch wen oder durch was wird man ihn dann ersetzen?

Deutsche Volksbücherei. Verzeichnis volkstümlicher Bücher, zusammengestellt und herausgegeben von der Gesellschaft für Volksbildung. 19. Aufl. 1926. Gesellschaft für Volksbildung, Berlin N.W. 52. 8° 40 Seiten.

Das Verzeichnis der genannten Gesellschaft, die sich mit der Ergänzung von Volksbüchereien, Einrichtung von Wanderbüchereien und Lieferung von Eigenbüchereien in praktischen Einbänden befaßt, ist in mancher Hinsicht wertvoll und interessant. In zweispaltigem Satz in Nonpareilledruck führt es über 2300 Titel unterhaltenden und belehrenden Inhalts auf, die sich besonders zur Anschaffung für Jugend- und Volksbüchereien eignen. Ein Ausschuss von Sachverständigen stand der Gesellschaft, die seit dem Jahre 1871 wirkt und auf ihrem Gebiete reiche Erfahrungen gesammelt hat, in der Zusammenstellung, in der Aufnahme von neuen Titeln und der Ausscheidung von Veraltetem zur Seite. Der gesamte Stoff ist in 10 Hauptgruppen, 19 Zwischengruppen und insgesamt 136 Unterabteilungen eingeteilt. Sie hier aufzuzählen, würde zu weit führen, doch sollen die Hauptgruppen genannt werden: Deutsches und ausländisches Schrifttum, Jugendbücher, Geschichte des Schrifttums, Kunst und Kunstgeschichte, Geschichte, Weltkrieg, Bürgerkunde — Rechtskunde — Volkswirtschaftslehre, Erd- und Völkerkunde, Naturwissenschaft — Technik — Gesundheitslehre, Landwirtschaft und Gartenbau, Erziehungslehre — Weltanschauung — Gotteslehre. Alle diese Gruppen sind reichhaltig in kleinere Abteilungen gesondert. Von großem Interesse ist die Trennung der Gesellschafts- und Zeitromane nach folgenden Überschriften: Gesellschaftliche Verhältnisse auf dem Lande, in der Kleinstadt, in der Großstadt, Familienromane, Entwicklungs- und Schillerromane, Verbrechen und Verwandtes, politische Romane, Übersee- und Auslandromane, See- und Schiffergeschichten, Offiziers- und Soldatengeschichten, Kaufleute, — Gewerbetreibende und Techniker im Roman, Pastorenromane, Lehrerromane, Künstlerromane. Die folgende Gruppe Dorfgeschichten und Heimatbücher ist wieder nach Landschaften und Provinzen getrennt. Dann kommen die Meister des Romans usw. In der Abteilung Geschichte des Schrifttums fällt der Mangel einer richtigen Geschichte der Weltliteratur auf. Sie fehlt auch in praktischer Form dem strebsamen Buchhändler. Läßt sich da gar nichts Gutes schaffen? Die Auswahl der Titel bietet sicher das Beste des Vorhandenen. Ein fünf Seiten langes, dreispaltig gesetztes Verzeichnis der Verfasser macht das Auffinden leicht. Der gut bearbeitete Katalog muß jedem Bücherfreund und Buchhändler nützlich und willkommen sein. S.

Wöchentliche Übersicht über

geschäftliche Einrichtungen u. Veränderungen.

Zusammengestellt von der Redaktion des Adreßbuches des Deutschen Buchhandels.

Ablürzungen: B = Mitglied des B.-B. u. eines anerkannten Vereins. — * = Mitglied nur des B.-B. — F = Fernsprecher. — TA. = Telegrammadresse. — K = Bankkonto. — P = Postcheckkonto. — G = Mitglied der BVB (Abrechnungs-Genossenschaft Deutscher Buchhändler, e. G. m. b. H., Leipzig.) — + = In das Adreßbuch neu aufgenommene Firma. — B. = Börsenblatt. — D. = Handelsgerichtliche Eintragung (mit Angabe des Erscheinungstages der zur Bekanntmachung benutzten Zeitung). — Dir. = Direkte Mitteilung.

3.—8. Mai 1926.

Vorhergehende Liste 1926, Nr. 104.

Abel & Müller, Jugendschriftenverlag, Leipzig. Dem Dr. phil. E. Walter List wurde Prokura erteilt. [B. 102.]
Balsler, Ernst, Gießen. Dem Erich Bedarf wurde Prokura erteilt. [B. 29./IV. 1926.]
Baer & Co., Sortiment, Frankfurt (Main). Komm.: Stuttgart, Koch, Neff & Dettinger. [B. 103.]
+Beinert, Annemarie, Halberstadt, Holzmarkt 3. Buch- u. Kunsthandlung. Begr. 15./I. 1926. Leipziger Komm.: w. Streller. [Dir.]