

Es ist nicht uninteressant, auf Grund der obigen italienischen Ausfuhrstatistik festzustellen, wie hoch im Durchschnitt jedes Einfuhrland die aus Italien importierten Bücher bezahlte. Die Vereinigten Staaten stehen in bezug auf Billigkeit auch hier an erster Stelle mit einem Durchschnitt von Lire 1517.— für den Zentner. Weiterhin aber ist die Aufeinanderfolge der Länder eine ganz andere als in der nach Ausfuhrmengen geordneten Zusammenstellung. Es bezahlten Frankreich 1603 Lire pro Zentner, Tripolis 1606 Lire, Deutschland 1680 Lire, Ägypten 1693 Lire, Argentinien 1908 Lire, Schweiz 1920 Lire, Portugal 1945 Lire, Großbritannien 2032 Lire, Brasilien 2108 Lire pro Zentner. (Mitget. v. Auslandsausfuhr.)

Verkehrsnachrichten.

Berliner amtliche Devisenkurse.

	am 25. Januar 1927		am 26. Januar 1927	
	Geldkurs	Briefkurs	Geldkurs	Briefkurs
London 1 £	20,447	20,499	20,437	20,489
Holland 100 Guld.	168,44	168,86	168,39	168,81
Buenos Aires (Pap. Bes.) 1 Peso	1,742	1,746	1,729	1,743
Oslo 100 Kr.	107,67	107,93	107,67	107,93
Kopenhagen 100 Kr.	112,80	112,68	112,24	112,52
Stockholm 100 Kr.	112,44	112,72	112,45	112,73
New York 1 \$	4,2135	4,2235	4,2140	4,2240
Belgien 100 Belga	58,595	58,735	58,62	58,76
Italien 100 Lire	18,055	18,095	18,10	18,14
Paris 100 Frs.	16,68	16,72	16,66	16,70
Schweiz 100 Frs.	81,15	81,85	81,135	81,315
Spanien 100 Pesetas	68,91	69,09	68,94	69,12
Rio de Janeiro 1 Milreis	0,495	0,497	0,493	0,495
Japan 1 Yen	2,053	2,057	2,057	2,061
Brag 100 Kr.	12,474	12,514	12,476	12,516
Helsingfors 100 Finnm.	10,595	10,635	10,595	10,635
Lissabon 100 Escudo	21,665	21,615	21,565	21,615
Sofia 100 Leva	3,045	3,055	3,045	3,055
Jugoslawien 100 Dinar	7,413	7,433	7,41	7,43
Wien 100 Schill.	59,47	59,61	59,46	59,60
Budapest 100 Pengö	73,67	73,85	73,71	73,89
Danzig 100 Guld.	81,59	81,79	81,44	81,64
Konstantinopel 1 türk. L	2,125	2,135	2,13	2,14
Athen 100 Drachm.	5,48	5,50	5,47	5,49
Kairo 1 ägypt. L	20,964	21,016	—	—
Bukarest 100 Lei	2,23	2,25	—	—
Warschau 100 Loty	46,63	46,87	—	—
Riga 100 Lats	80,90	81,30	—	—
Reval 100 Estn. M.	1,112	1,126	—	—
Kowno 100 Litai	—	—	—	—

Personalnachrichten.

Ernennung zum Professor. — Der Senat der Freien und Hansestadt Hamburg ernannte den Kunstbuchbinder Herrn Franz Weis in Hamburg, der bereits als langjähriger Lehrer an der Kunstgewerbeschule den Titel Studienrat führt, mit dem 1. Januar 1927 zum Professor. Damit ist zugleich die so hervorragende Pionierarbeit Weises für das künstlerische Buch, insbesondere für den künstlerischen Bucheinband, berücksichtigt worden.

Dr. Richard Kukula †. — In Friedland in Nordböhmen starb kürzlich im Alter von 70 Jahren der Ministerialrat Dr. Richard Kukula. Er war zuletzt Direktor der Universitätsbibliothek in Prag, die er bis zum Jahre 1919 leitete. Dr. Kukula ist in weiten Kreisen dadurch bekannt geworden, daß er in Gemeinschaft mit Dr. K. Trübner das Jahrbuch der gelehrten Welt »Minerva« gründete.

Sprechsaal.

(Ohne Verantwortung der Redaktion; jedoch unterlegen alle Einsendungen den Bestimmungen über die Verwaltung des Börsenblatts.)

Antworten an Paracelsus.

(Siehe zuletzt Vbl. Nr. 12.)

Seit langem habe ich im Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel nicht so ausgezeichnete Gedanken gelesen wie in der Nummer 202 vom 16. Dezember 1926. Man muß Paracelsus in jeder Weise beglückwünschen, daß er die Diskussion über die Buchkrise in dieser Art begonnen hat. Sicher hätten sich viel mehr Zustimmungen zu den Ausführungen gezeigt, wenn sie nicht gerade in die Weihnachtszeit mit deren vieler Arbeit gefallen wären. Nachdem nun aber die Weihnachtszeit und auch die Inventurarbeiten vorüber sind, ist es dringendst notwendig, die Diskussion in der von Paracelsus begon-

nenen Richtung wieder aufzunehmen. Die Worte von Paracelsus, daß die Buchkrise nur dadurch zu beheben wäre, daß man die Qualität des Buches wieder in den Vordergrund stelle, und daß man das Publikum nicht für kritiklos halte, treffen in jeder Weise zu. Diese beiden Gedanken müssen wieder zum Grundsatz der buchhändlerischen Werbung und des buchhändlerischen Vertriebs werden, dann werden die Käufer auch wieder Vertrauen zu den Verkäufern finden und werden sich im Buchladen wieder wohlfühlen.

Damit man aber den Qualitätsgedanken praktisch durchsetzen kann, muß man sich darüber klar werden, was man unter Qualität zu verstehen hat. Es ist ja gerade das Kennzeichen des geistigen Niedergangs unserer Zeit, daß der Maßstab für wirklich wertvolle Literatur verlorengegangen ist. Man hat sich durch die materialistische Einstellung daran gewöhnt, schon die Schriftsteller für wertvoll zu halten, deren Bücher hohe Auflagen erzielen, während zumeist gerade das Gegenteil der Fall ist. Solange die Auflagenjagd vom Buchhändler mitgemacht wird und auf den Buchhändler Eindruck macht, solange der Buchhändler glaubt, daß er Autoren und Bücher deswegen gedankenlos empfehlen darf, weil sie hohe Auflagen erreicht haben, wird das Publikum immer wieder irreführt werden. Der Weg, den der Buchhändler zur Erkenntnis der Qualität eines Buches gehen muß, ist nun einmal der, daß er sich über die literarischen Strömungen und Erscheinungen der Zeit genau unterrichtet. Das Mittel dafür sind zwei Gesichtspunkte: einmal gibt es Schriftsteller und Dichter, und zweitens gibt es Unterhaltungsbücher und dichterisch-geistige Bücher bzw. Zeitschriften. Wenn der Buchhändler nach diesen Grundkenntnissen die alten und neuen Erscheinungen des Buchmarktes einteilt, wird er leicht das Wertvolle von der Tagesware, das Bleibende vom Modischen unterscheiden können. Wir leiden noch immer an einem Übergewicht der nur-schriftstellerischen Tagesunterhaltungsproduktion gegenüber der dichterischen und geistig schöpferischen Produktion. Wir leiden noch immer an einer Überschätzung der Unterhaltungsliteratur jener federflinken Erzähler, die die Zeitereignisse, Zeitstimmungen und Zeitströmungen gewandt in Erzählungen umzuwandeln verstehen. Wir leiden an einer Überschätzung des Zusammenhangs mit aktuellen Vorgängen, und wir leiden vor allen Dingen an einer parteipolitischen Einstellung gegenüber einer Welt, in der die Parteipolitik nichts zu suchen haben sollte; denn der Dichter, der geistige Schöpfer, sie beide sind frei von Parteipolitik, von billiger Aktualität und von oberflächlicher Unterhaltungsart. Sie gehören dem Ewigen, dem Bleibenden. Der Buchhändler wird dann wieder das Publikum an seinen Laden binden, wenn er dem Publikum nicht die Bücher des Tages, die mit dem Tage ihren Wert verlieren, aufredet, sondern die Bücher, die einen Dauerwert, die einen Ewigkeitswert in sich tragen, die bleibend sind. Zum Beweise will ich ein Beispiel aus der Vergangenheit wählen, das sich ohne weiteres auf Gegenwartsercheinungen übertragen läßt. Wer kann heute noch Spielhagens »Problematische Naturen« oder Paul Heynes »Kinder der Welt« lesen? Diese Bücher hatten einst den großen Aktualitätserfolg. Zu gleicher Zeit erschienen aber Wilhelm Raabes Bücher, z. B. »Der Hungerpastor« und »Horader«, die seinerzeit kaum Beachtung fanden, aber Dauer- und Ewigkeitsbücher sind und heute stärker denn je gelesen und geliebt werden. Viele andere Parallelen ließen sich neben dieses Beispiel stellen, um aufs stärkste dem Buchhändler zu beweisen: wendet Euch dem dichterischen Buch, dem Buch, das einen Dauerwert in sich trägt, zu, und vermittelt dieses in sorgfältigster Arbeit dem Publikum. Ebenso wie Ihr auf dem Zeitschriftengebiet Euch nach dem Werte der Zeitschriften richten müßt und nicht nach ihrer äußerlichen Aufmachung und oberflächlichen Unterhaltung und leeren Aktualität. Schiller hat einmal das gelassene Wort ausgesprochen, daß jedes Theater sich sein Publikum erziehen müsse, wenn es das gute Drama haben und auführen wolle. Ebenso müssen die Buchhändler wieder an der Erziehung des Publikums zum Dauerwert arbeiten, wenn sie wieder ein Dauerpublikum für das gute Buch haben wollen!

Man halte mir nicht entgegen, daß es heute keine Dauerbücher mehr gäbe. Solche Einstellung beruht auf der trassesten Unkenntnis der heutigen Literatur. Ich könnte sofort einige Dutzend Dauerbücher aus der Produktion der letzten zehn Jahre aufzählen, will das aber nicht an dieser Stelle tun, weil ich nicht einseitig Reklame machen will. Ich bin aber sehr gern bereit, Anfragen nach dieser Richtung hin brieflich und ausführlich zu beantworten.

Ferner möchte ich in diesem Zusammenhang darauf hinweisen, daß das Publikum durch korporative Werbung nicht für das Buch zu gewinnen ist, sondern einzig durch individuelle; denn jeder Käufer