

wird aber nicht nur durch schöne Type, klaren Druck und gutes Papier anziehend gemacht. Aber er wirkt nicht nur durch vornehme Sachlichkeit allein, sondern häufig auch noch durch Unterbrechungen in Form von eingeschobenen (das allgemeine Interesse fesselnden) Seiten aus einem Werk — auch Bild — Silhouette und anderes. Die Idee ist alt, aber die geschmackvolle Art, in der die mehrseitigen Prospekte und Kataloge auf diese Weise anziehend gemacht werden, ist sehr anzuerkennen.

Der Schuzumschlag (jacket) nimmt in England einen weit größeren Raum als in Deutschland ein. Ich bin erschrocken, als ich das erste Mal Schuzumschläge anerkannter Romane sah. Die Teilnehmer der Propagandakurse, denen ich einen Teil dieser Schuzumschläge im Lichtbild zeigte, waren belustigt. Ich glaube, man kann ohne Übertreibung sagen, daß wir 75% dieser Schuzumschläge selbst für die allereinfachste Unterhaltungslektüre als zu süßlich ablehnen würden. Gerechtigkeit fordert allerdings die Feststellung, daß namentlich die besseren englischen Verleger neuerdings zusammen mit der Künstlerschaft auf eine Veredelung des Schuzumschlages hinarbeiten. Die Schuzumschläge spielen in England eine solche Rolle, daß sich z. B. die Firma W. S. Smith & Son, die fast in allen englischen Städten und auf allen Bahnhöfen Läden bzw. Kioske unterhält, das Recht vorbehält, Vorbestellungen zu reduzieren, wenn der Roman ohne Schuzumschlag geliefert wird. Warum wird jeder Roman in diesen Bildumschlag eingehüllt, der bei kleiner Buchauslage oft über 30 Pfennig das Stück kostet? Die Frage beantwortet sich aus der Erkenntnis der englischen Psyche. Der Engländer ist, um im Tonfall der Werbe-theoretiker zu reden, kein imaginativer Mensch, und selbst die besten Schuzumschläge nach deutschem Muster könnten ihn nicht so zum Kauf anreizen wie diese farbigen, oft romantischen Bilder der Schuzumschläge. Inwieweit diese »jackets« lauffördernd wirken, ist eine umstrittene Frage. Es gibt Verleger, die der Ansicht sind, daß ihre Wirksamkeit nicht im Verhältnis zu den Kosten steht, und andererseits würden manche Buchhändler sich weigern, Romane ohne diese Schuzumschläge auf Lager zu nehmen. Soviel ist sicher, daß eine ganze Reihe von Buchläden, wie unbefangene Beobachtungen in englischen Buchläden zeigen, auf die Wirksamkeit des Schuzumschlages zurückzuführen ist. Als ich einmal ein Geschenkbuch auswählen mußte und keinen Berater hatte, bin ich bei der Suche nach einem humoristischen Roman auch dieser Suggestion erlegen.

**Rundfunk.** Schon beim Hören dieses Wortes sträuben sich manchem bei uns die Haare, und ein bekannter englischer Musiker verließ vor Monaten mit einer sehr heftigen Protestkundgebung England, dieses Land, das nach seinen Worten durch den Rundfunk aller musikalischen Kultur beraubt wird. Es sei dahingestellt, ob dieser Musiker recht hat. Tatsache ist, daß in den englischen Großstädten fast in jedem Haus ein Radioapparat vorhanden ist und daß auch die ländliche Bevölkerung dieser Erfindung mehr und mehr Interesse entgegenbringt. Das literarische Programm ist ein selbstverständlicher Faktor in dem englischen Radioprogramm. Sehr häufig werden bekannte Schriftsteller eingeladen, kleinere Novellen zu lesen. Die größeren Sender haben regelmäßige Buchbesprechungen, über deren Verkaufserfolge, soweit mir bekannt wurde, auch hier nichts besonders Günstiges zu vermelden ist. Immerhin werden hier selbst Bücher wie das bei Allen & Unwin Ltd. erschienene Spenglersche Buch »Der Untergang des Abendlandes« besprochen. Mehr und mehr gewöhnen sich in England auch ländliche Kreise (namentlich die Intellektuellen) an den Gebrauch des Radio, und so gewinnen diese Buchbesprechungen und literarischen Stunden natürlich an Bedeutung, nicht nur im kulturellen, sondern auch im verkaufstechnischen Sinn.

Das Buchinset ist in der englischen Presse weit häufiger als in der deutschen Zeitung zu finden. Ganz besonders großen Raum nimmt das Buchinset namentlich in den literarischen Beilagen der Zeitungen und in den Sonntagszeitungen ein. Die meisten Zeitungen und Zeitschriften räumen dem Buchverleger hohe Sonderrabatte ein. Die Inserate sind meist gut gesetzt (sehr oft werden den Zeitungen Matrizen bzw. Platten geliefert).

Trotz des Rabatts sind die Inserate außerordentlich teuer und machen sich selbst bei direktem Verkauf des Verlegers an das Publikum (der hier übrigens nicht so stark wie bei uns von den Buchhändlern angegriffen wird) sehr selten bezahlt. Sie sind aber für den Verleger und Autor nicht nur als eine direkte Verkaufsreklame von Nutzen, sondern zum Teil auch mit dazu bestimmt, das an die Leihbibliothek gewöhnte Publikum zur Nachfrage zu veranlassen.

Alle führenden Zeitungen bringen meist ziemlich umfangreiche Buchbesprechungen, die — soweit ich mich auf Informationen stützen kann — auch hier nur in seltenen Fällen direkte Verkaufserfolge zeitigen, aber sie geben ähnlich wie das Inserat häufig zur Nachfrage in den Leihbibliotheken Veranlassung, machen wie das Inserat Autoren auf den Verlag aufmerksam und sind deshalb, von den anderen Gründen abgesehen, für den Verleger von größter Bedeutung. Sehr viele englische Verleger führen neuerdings darüber Klage, daß die Rezensenten häufig ein Buch so ausschalten, daß das Publikum nach dem Lesen einer solchen Kritik das Buch so weit kennt, daß es kaum noch Wert auf den Besitz legt. Das Verfahren wird ganz offen Piratentum genannt und — soweit wie möglich — bekämpft.

Buchausstellungen sind in England verhältnismäßig selten. Eine Kinderbuchwoche ist in Vorbereitung, und es wird interessant sein, zu beobachten, inwieweit diese Einrichtung in England Boden gewinnen kann. Häufiger sind Buchausstellungen in Universitäten und gelegentlich von Kongressen, namentlich die Ausstellungen pädagogischer Werke gelegentlich der Kongresse von Schulmännern sind allgemein üblich. Der Versuch von Wanderausstellungen ist hier bereits vor einigen Jahren unternommen worden, brachte aber, soweit ich informiert bin, keine ermunternden Resultate.

Die englische Hauszeitschrift weist mancherlei Schattierungen auf. Wenn ich recht unterrichtet bin, machen sich die wenigsten dieser Zeitschriften bezahlt. Ihre Ausstattung ist zu teuer, ihr Umsatz zu gering und ihr Niveau mitunter für die breite Masse zu hoch. Ob die Hauszeitschriften mehr repräsentativ oder werbend oder im verkaufstechnischen Sinne sind, ist eine offene Frage. Wirkliche Verkaufserfolge bringen einige Zeitschriften, die sich mehr an das breitere Publikum wenden.

Das englische Sortiment unterscheidet sich in Aufbau und Organisation weit mehr als der englische Verlag von unseren deutschen Einrichtungen. Man betritt die großen Buchläden und wandert, wenn man sich einen Überblick verschaffen will, von Regal zu Regal, ohne angesprochen zu werden. Ist man einigermaßen mit der Organisation der betreffenden Buchhandlungen vertraut, so weiß man, wo die einzelnen Literaturgattungen zu finden sind. Neuigkeiten sind sehr häufig auf einem besonderen Tisch ausgestellt. Da alle Bücher Schuzumschläge haben, kann durch die Benutzung meist nur der Schuzumschlag beschädigt werden. Diebstähle kommen auch in England vor, aber im allgemeinen ist die Vertrauensseligkeit viel größer und berechtigter als in den kontinentalen Ländern. (In den meisten der hiesigen Restaurants wird nicht beim Kellner bezahlt, sondern an einer Kasse, oft in einem anderen Stockwerk. Daß die Einrichtung sich erhält, mag mehr als alles andere die Richtigkeit der Behauptung beweisen.) Die Möglichkeit, den großen Buchladen völlig zwanglos zu besuchen, übt natürlich auf viele Menschen eine große Anziehungskraft aus. Viele der großen Sortimente haben eine eigene Antiquariatsabteilung (second hand book department), und namentlich in den größeren Buchhandlungen finden sich in dieser Abteilung oft Bücher in gutem Zustand vor, die beim Verleger vergriffen oder nicht auf Lager sind.

Das englische Buchschauenfenster ist fast immer grundverschieden von dem deutschen. Ein typisches Fenster enthält etwa 7—8, manchmal 10 Reihen Bücher, die auf Regalen ganz nah am Fenster aufgestellt sind und dem Beschauer nur die Buchrücken zeigen. Auf dem Buchrücken sind Autor und Titel, manchmal auch der Verleger angegeben, und bei Romanen ist sogar die schmale Rückseite sehr häufig mit einem Bild geschmückt. Diese uns eintönig anmutende Reihe wird oft durch ein aufgeschlagenes Buch