

Die Lage im Buchhandel selbst im übrigen steht augenblicklich naturgemäß im Zeichen lebhaftester Produktion. Nach der Auszählung der erstmalig im Börsenblatt angekündigten Neuigkeiten war schon das erste Halbjahr 1927 nicht unwesentlich fruchtbarer als das erste Halbjahr 1926. Inzwischen ist vor allem im Laufe des August und September sehr viel mehr herausgebracht worden als in derselben Zeit im vorigen Jahr, sodaß 1927 bisher mit einer Gesamtproduktion von 9928 Titeln 1926 mit nur 9420 in den ersten 9 Monaten gegenübersteht. Damit erhebt sich natürlich wieder stärker die Frage: wird sich diese Produktion unterbringen lassen? Die Preislage scheint dieses Jahr im Durchschnitt etwas niedriger zu sein. Der Durchschnittsladenpreis ist rechnerisch für 1927: 7,77 gegen 8,25 für 1926. Das kann wohl als günstiges Moment gebucht werden. Aber die erste Folge der vermehrten Produktion ist natürlich eine Verschärfung der Absatzpropaganda. In diesem Zusammenhang sei nachstehendes Schreiben des Vorsitzenden des Kreis-ausschusses des Landkreises Stolp abgedruckt, das dem Börsenblatt zur Veröffentlichung zugegangen ist:

Es mehren sich die Fälle, in denen Verlagsfirmen durch ihre Vertreter bei den verschiedensten Behörden für den Verkauf ihrer Verlagsprodukte zu werben suchen; insbesondere werden vielfach Prachtwerke und andere für den praktischen Gebrauch unbrauchbare Erscheinungen des Büchermarktes den Behörden und ihren Vertretern aufgedrängt. Der ortsangesehene Buchhandel ist fast stets in der Lage, alle für die Behörden in Frage kommenden Bücher zu denselben Bedingungen zu besorgen. Der Reisebetrieb der Verlagsfirmen bedeutet nicht nur, wie ich es wiederholt empfunden habe, eine Belästigung der Behörden, sondern auch eine wirtschaftliche Schädigung des ortsangesehenen Buchhandels, dessen Berücksichtigung bei der Vergabung von Aufträgen mir eine selbstverständliche Pflicht der Behörden zu sein scheint. Ich lege Wert darauf, daß in Buchhändlerkreisen allgemein bekannt wird, daß Reisevertreter von mir nicht mehr empfangen werden.

(Unterschrift.)

Es soll hier auf diese Ausführungen nicht weiter eingegangen werden. Man könnte allerlei dazu bemerken. Die Äußerung soll nur als ein typisches Beispiel wiedergegeben sein. Schon früher sind ja gelegentlich Stimmen aus dem Publikum laut geworden, die sich gegen die direkte Umwerbung wandten. Das ist in der Tat eine mögliche Wirkung einer zu intensiven Propaganda, daß sie zur Abwehr herausfordert, und so zeigt sich immer wieder, daß besonnenste Ökonomie der Werbung nicht das Unwichtigste dabei ist. Schließlich wird doch wohlorganisierte Zusammenarbeit von Verlag und Sortiment in richtiger Auswahl und Abstimmung die beste Lösung bleiben. Im Anschluß daran möchten wir auch noch ein Wort von Frank Thieß zitieren, das er in einem sehr lesenswerten Aufsatz »Vom Recht zu schreiben und von der Pflicht zu lesen« vor einem Jahr in der »Brücke, Blätter zur Pflege des guten Schrifttums« (Herausgeber Otto Ernst Wülfing, Düsseldorf) geschrieben hat:

»Presse, Buchhändler und Verleger zusammen haben es in der Hand, das Recht zu schreiben nur denen zu erteilen, die es nach dem freien Urteil ihrer führenden Köpfe auch verdienen.

Ignoriert die schlechte Produktion, und das Niveau des deutschen Büchermarktes, ja der deutschen literarischen Weltgestaltung wird sich in ungeahntem Grade heben.

In der Tat, das Qualitätsarbeitsprinzip als Leitgedanke ist wohl am besten geeignet, die Frage der Überproduktion wie der Arbeitsgemeinschaft zwischen Verlag und Sortiment zu erfolgreichstem Vertrieb zu lösen.

## Eine Entdeckungsreise.

Von Bernhard Fund, München.

Ort: Eine deutsche Großstadt.

Da ich verschiedene Einkäufe zu besorgen hatte, nahm ich mir einen Nachmittag frei, um einen gemütlichen Spaziergang durch die Geschäftsviertel der Stadt zu machen. Aber dieser Spaziergang sollte für mich Nichtsahnenden zu einer höchst interessanten Entdeckungsreise werden, und ich glaube nicht fehlzugehen, wenn ich in diesen »Entdeckungen« einen nicht geringen Teil der Gründe für den

geschäftlichen Niedergang, so kann man ja sagen, des Buchhandels, unseres regulären Buchhandels besser gesagt, sehe. Vielleicht haben andere vor mir diese »Entdeckungen« längst schon gemacht. Sei dem wie es mag, mir scheinen diese Zustände wert, einmal erörtert zu werden.

Mein Weg führt mich an einem großen Spielwarengeschäft vorbei, und da ich in den Auslagen zahlreiche Bilderbücher liegen sehe, denke ich: will mal reinschauen. Und ich sehe und staune. Eine ganze Buchhandlung für Kinder ist in der einen Ecke des Geschäftes aufgemacht. Nicht nur Bilderbücher fast sämtlicher Bilderbuchverlage in einer Riesenauswahl, sondern auch Märchenbücher, Jugendschriften für Knaben und Mädchen jeden Alters von den billigsten bis zu den teuersten Werken, Kinderkalender hundertweise, dann Spiel- und Beschäftigungsbücher aller Art. In den letzten Weichnachtsberichten wurde geklagt, daß das Bilderbuchgeschäft sich gar nicht mehr rentiere. O ja, rentieren tut es sich schon — in den Spielwarengeschäften! Dorthin haben sich die Bilderbücher — einst ein Brotartikel für das Sortiment — zurückgezogen.

Wie wurde dann im Börsenblatt über die zahllosen liegengelassenen Kalender gemurmelt, in die man viel Geld hineingesteckt hatte. Ich komme an einem bekannten Papierwarengeschäft vorbei und will meinen Augen nicht trauen: ein ganzes Schaufenster ist von oben bis unten dekoriert mit Kalendern aller Art. Kalender aller Verlage hängen dort in einer so verschwenderischen Auswahl, wie ich sie in einem Sortiment nie erblickt habe. Wie kommt es, daß alle Papierhandlungen dies Geschäft mit Kunstkalendern an sich gerissen haben? Von den zahlreichen andern in den Buchhandel einschlagenden Waren gar nicht zu sprechen. In Großstädten trifft man dagegen kaum noch eine Buchhandlung, die Papierwaren führt. Ist es denn auf Grund von Verhandlungen zwischen den in Frage kommenden Verbänden nicht zu erreichen, daß endlich auch die Papiergeschäfte es aufgeben, dem Buchhandel immer wieder ins Handwerk zu pfuschen?

Ich denke: Gott sei Dank, dies sind die einzigen Schmarotzer an unserm Lebensbaum, an ihnen wird er schließlich nicht zugrunde gehen.

Um einen Sportgegenstand einzukaufen, gehe ich in ein Sportgeschäft. Ich erledige den Einkauf und wende mich schon dem Ausgang zu — da bemerke ich etwas, was mich unwillkürlich anzieht. Ich denke doch, ich bin in einem Sportgeschäft und nicht in einer Buchhandlung. Aber da steht ja ein riesiger Bücherschrank, und wie ich näher hinblicke, beherbergt er in mehr als tausend Exemplaren die gesamte Sportliteratur der letzten 10 Jahre, Lehrbücher für alle Sportarten, Schilbücher, Körperkulturwerke, nahezu alles, was in den letzten Jahren erschienen ist. Gerade tritt ein Verkäufer hin und legt einem Kunden eine Auswahl vor. Da sehe ich, daß auch Wanderkarten und Wandervogel-Kochbücher geführt werden. Starr vor Staunen sage ich zu mir: Hat der deutsche Sortimentier denn eine Lammsgeduld, daß er sich widerstandslos gefallen läßt, daß große und bedeutende Verlage, für deren andere Verlagswerke er sich schon jahrzehntelang einsetzt, ohne weiteres Sportgeschäfte beliefern? Dabei hat doch jedes, auch das kleinste Sortiment Sportliteratur genügend auf Lager.

Kopfschüttelnd gehe ich weiter und betrete eine Photohandlung, um Platten zu kaufen. Ich drehe mich im Laden um — und falle fast vor Schreck zu Boden. Denn da steht ja an der Wand ein richtiggehendes Bücherregal mit richtiggehenden Büchern! Oder irre ich mich? Nein, ich irre mich wirklich nicht, es steckt voller Bücher, voller photographischer Lehrbücher, Hundertter verschiedener Werke über das Photographieren, daß ich selbst erstaunt bin über den Umfang dieses Fachgebietes. Und gleich stapelweise liegen die einzelnen Werke da, man sieht ihnen an, daß sie postpaketweise bezogen worden sein müssen. Allem Anschein nach hat das Geschäft einen Riesenumsatz an photographischen Lehrbüchern. Wie ist dies zu verstehen? Noch vor Jahren kaufte man sich sein Lehrbuch in den Buchhandlungen. Da kam ein Photogeschäft auf den Gedanken, seinen Umsatz dadurch zu vergrößern, daß es dem Apparat gleich eine Anleitung beifügte. Und seitdem findet man in all ihren Schaufenstern photographische Lehrbücher. Sicher ist es ihnen gar nicht um den Gewinn zu tun, ich bin daher der Meinung, daß es sehr wohl möglich ist, sich mit ihnen dahin zu verständigen, daß sie lediglich die Bücher ausstellen, ihre Kunden aber zum Kauf zu einem benachbarten Buchhändler schicken.

Ich habe auf dem Gemüsemarkt etwas Obst eingekauft und gehe an den Fenstern einer großen Samenhandlung vorbei — da, täusche ich mich nicht? Nein, wirklich! In den Fenstern dieser Sämereihandlung liegen Bücher! Ich heuchle Interesse und lasse mir im Laden einige vorlegen. Wer beschreibt mein Staunen! Ein ganzes Sortiment von Gartenbaubüchern, Anleitungen für Gemüsebau, für Anlage von Hausgärten und Einfamilienhäusern, ja sogar Bücher