

## Vom amerikanischen Büchermarkt.

Von Egon Eisenhauer-New York.

Die hier vor kurzem im vornehmen Waldorf-Astoria-Hotel abgehaltene achte Jahresversammlung der Vereinigung der amerikanischen Buchverleger — es waren dazu Vertreter von 76 Verlagsfirmen des Landes erschienen — hat einen anregenden Verlauf genommen. Sowohl die der Versammlung unterbreiteten Berichte als auch der Meinungsaustrausch unter den Verlegern brachten die Befriedigung über das letzte Geschäftsjahr zum deutlichen Ausdruck. So wurde in dem von dem Präsidenten Frank C. Dodd, von der hiesigen Verlagsfirma Dodd, Mead & Co., erstatteten Jahresbericht mit Genugtuung die Tatsache hervorgehoben, daß das amerikanische Publikum sich nicht mehr hauptsächlich der schöngeistigen Literatur zuwende, sondern mehr und mehr anspruchsvollere Literaturprodukte berücksichtigt und auch ein kritischeres Verhalten zeige, als das vordem der Fall war. Nicht mehr die sich größter Reklame erfreuenden Neuerscheinungen seien am meisten begehrt, sondern das Publikum zeige größere Selbstständigkeit bei der Auswahl von Lektüre und lasse sich nicht mehr ohne weiteres von der Reklame für gewisse neue Bücher leiten. Als weiteres wichtiges Moment betonte er die geradezu gewaltige Zunahme in der Zahl von Schulen und mit anderen Lehranstalten und Instituten in Verbindung stehenden Bibliotheken, von denen besonders die Universitätsbibliotheken sich seitens literaturfreundlicher Millionäre reicher Zuwendungen erfreuen. Nie zuvor sei unser Land in so guten wirtschaftlichen und finanziellen Verhältnissen gewesen, nie zuvor sei die Wertschätzung und Würdigung alter und neuer Literatur von Seiten des Publikums eine so weit verbreitete gewesen wie gegenwärtig, und daher befände sich auch das Buchverlagsgeschäft auf gesünderer Basis mit besseren Aussichten als je vordem. Selbst für die aus guten Gründen von Seiten der Verleger und in erhöhtem Maße seitens der Sortimenten beanstandeten »Monats-Bücherklubs« hatte Präsident Dodd ein gutes Wort übrig, indem er die Unternehmungslust und die Intelligenz der Leiter dieser, eine neue Methode des Büchervertriebs befolgenden literarischen Unternehmungen rühmte.

Dazu wäre zu sagen, daß sich das Geschäft unserer Buchverleger seit dem Kriege in der Tat erheblich gebessert hat. Das amerikanische Publikum liest mehr Bücher, als es je zuvor getan hat, und es ist auch willens, höhere Preise dafür zu zahlen. Zudem beschränkt sich das Interesse nicht mehr hauptsächlich auf schöngeistige Literatur. Denn während früher die Liste der gangbarsten Bücher fast ausschließlich Romane und Novellen einschloß, ist es gegenwärtig nichts Ungewöhnliches, wenn historische Werke, Biographien — wie solche des deutschen Autors Dr. Emil Ludwig, der zurzeit hier weilt und dessen Biographien in Übersetzung hier bei ganz verschiedenen Verlegern erschienen sind —, selbst philosophische und psychologische Themen behandelnde Werke eine überraschend große Auflage erleben. Auch die Zahl der Buchhandlungen hat sich bedeutend vermehrt, ebenso die der Leihbibliotheken. Dieser Umstand trägt mit dazu bei, die Verleger zu verleiten, die Neuerscheinungen zu schnell aufeinander folgen zu lassen und den Büchermarkt mit Neuerscheinungen tatsächlich zu überladen. Mit Hilfe der von ihnen in Szene gesetzten Reklame und durch Aussenden von Reisenden hält es nicht schwer, Bestellungen zu erlangen, und sofern jeder geschäftstüchtige Buchhändler und jede fortschrittlich geführte Leihbibliothek von dem angepriesenen neuen Buch nur etwa fünf Exemplare bestellt, so entspricht das schon einer Auflage von mehreren Tausend. Doch mit der Bestellung ist das Buch noch nicht abgesetzt, und nach dem bekannten geschäftlichen Grundsatz ist eine Ware nicht eher als verkauft zu betrachten, als bis sie in den Konsum übergegangen ist. Die Fülle des Angebots erschwert jedoch den Absatz, und sofern der ersten Bestellung nicht alsbald weitere Nachbestellungen folgen, so bleiben sie gewöhnlich ganz aus, da das neue Buch inzwischen von einem noch neueren, mit nicht minder hohem Lobe angepriesenen überschattet worden ist. Es sind zu viele Verleger an dem Neuangebot von Büchern beteiligt, und kaum eins von zehn kann daher einen wirklichen Erfolg erzielen, und zwar einen Erfolg sowohl für den Verleger als auch für den Sortimenter und den Autor. Zahlreiche große Verlagsfirmen haben in den letzten Jahren viel Geld verdient, aber nicht im Verhältnis zu ihrer Produktion.

Die fünf bedeutendsten Verlagsfirmen haben im letzten Jahr zusammen etwa 1500 Neuerscheinungen herausgebracht, und zwar die Macmillan Co. 614, die George H. Doran Co. 304, Houghton Mifflin 213, Charles Scribner's Sons 182 und E. P. Dutton & Co. 178. Im Jahre 1926 waren es nicht weniger als 19 Großfirmen, von denen jede mindestens 100 neue Bücher veröffentlicht hat, zusammen etwa 3500 (d. i. die Hälfte der gesamten Jahresproduktion). Diese Ziffern sind so erstaunlich groß, daß sie der

lauten Forderung des Buchhandels nach weniger und dafür im Durchschnitt besseren Büchern volle Berechtigung verleihen. Zudem hat dieser Überreifer der Verleger die direkte Veranlassung zu dem Aufkommen der Bücherklubs geliefert, deren zunehmender Erfolg eine Bedrohung des Geschäfts der Verleger und in erhöhtem Maße des Buchhandels einschließt. So heißt es in der neuesten Ankündigung des »Book-of-the-Month-Club« folgendermaßen: »Während des Jahres 1928 werden Tausende von neuen Büchern veröffentlicht werden, von denen sich nur 150 bis 200 für das große Publikum von Interesse erweisen dürften, und zwar sowohl nach dem Urteil der literarischen Kritiker als auch dem des Lesepublikums selbst. Bei Ihrer so bedauerlich beschränkten Zeit zum Bücherlesen dürfte darunter nur eine Handvoll Bücher sein, die Ihr persönliches Interesse erregen und die Sie nicht übersehen möchten. Sie mögen zum Ankauf solcher Bücher durch die Empfehlung eines Freundes, durch eine Anzeige oder eine günstige Kritik veranlaßt werden, aber immer ist das nur eine Zufallswahl, und schließlich mag der Ankauf im Drange der Zeit unterbleiben. Sind Sie jedoch Mitglied unseres Klubs, so wird Ihnen eine Liste der empfehlenswertesten neuen Lektüre nach sorgfältiger Auswahl seitens unseres literarischen Komitees unterbreitet, und nach Ihrer Entscheidung erhalten Sie die Sie interessierenden Bücher zu deren regulärem Preise geliefert mit Garantie Ihrer Zufriedenheit, da Sie die Bücher, die Ihnen nicht gefallen, gegen andere umtauschen können«. Ähnlich lautet die Anzeige der »Literary Guild of America«, nur daß diese ihren Subskribenten die gewünschten Bücher zur Hälfte des Verlegerpreises liefert, wodurch beim Publikum der Eindruck erweckt wird, als werde es vom Buchhändler überverteilt. Obwohl die Verleger auf das Sortiment als den ständigen Hauptabnehmer angewiesen sind und daher dessen Interesse wahren sollten, lassen sich immer mehr große Firmen durch die Möglichkeit eines sofortigen Absatzes von 20 000 oder 40 000 Exemplaren zur Aufgabe ihrer anfänglich ablehnenden Haltung bewegen. So ist es der »Literary Guild« gemäß ihrer neuesten Ankündigung gelungen, den bisherigen Widerstand der folgenden großen Verlagsfirmen zu besiegen, nämlich A. & C. Boni, John Day Co., Harper Bros., Harcourt, Brace und Simon & Schuster. Die Behauptung der Klubs, daß die von ihnen getroffene Auswahl von zwölf Büchern diesen das allgemeine Interesse des Lesepublikums in solchem Maße zuwende, daß auch der Buchhandel davon Nutzen ziehe, wird von diesem bestritten. Auch von anderer Seite wird der Buchhandel durch Preisunterbietung in zunehmender Weise bedroht, und zwar von Seiten der großen Warenhäuser (department stores), von denen immer mehr Buchabteilungen einrichten und zu herabgesetzten Preisen angebotene gangbare Bücher als Lockmittel zur Heranziehung von Kundschaft verwenden. Längere Zeit wurde diese Geschäftsmethode allein von der bisherigen Großfirma S. R. Macy & Co. besetzt, die sich auch gegen alle gerichtlichen Angriffe von Seiten der Verleger und Buchhändler erfolgreich verteidigte. Heute hält von solchen Großfirmen nur noch John Wanamaker in New York und Philadelphia an dem Verlegerpreise fest, wogegen sowohl Gimbel Bros., ebenfalls mit Läden hier und in Philadelphia, als auch die New Yorker Häuser J. P. Hearn & Co. und Stern Bros. sowie Abraham & Strauch in Brooklyn und Bamberger & Co. in Newark neuerdings das Macysche System befolgen.

Die Bostoner Buchhändler leiden als Opfer eines unverständigen lokalen Zensurgesetzes unter besonders schwierigen Verhältnissen. Allerdings ist ihre Vereinigung gerade jetzt dabei, diese ungerechte Bedrückung und Schädigung ihres Geschäfts auf gesetzlichem Wege zu bekämpfen. In erster Linie soll an Stelle des lokalen ein staatliches Gesetz treten, und sodann soll nicht mehr der Verkäufer eines Buches, das »obszöne Stellen enthält bzw. eine unanständige und anstößige Sprache zeigt«, wie es in dem Gesetz heißt, Gefahr laufen, mit bis zu zwei Jahren Gefängnis bestraft zu werden, sondern der Verleger soll verantwortlich gemacht werden, der Verkäufer nur dann, wenn er wegen Verkaufs eines anstößigen Buches eine vorherige behördliche Warnung erhalten hat. Doch schon die Möglichkeit einer solchen gerichtlichen Verfolgung hat die Bostoner Buchhändler auf Anweisung der Leiter ihrer Vereinigung veranlaßt, etwa siebzehn gangbare Neuerscheinungen der schöngeistigen Literatur aus dem Verkauf zurückzuziehen, obwohl die gerichtliche Entscheidung über zwei solcher Bücher, nämlich Theodore Dreisers »The American Tragedy« und Upton Sinclairs »Dil«, noch aussteht. Das sich für diese Bücher interessierende Lesepublikum von Boston, der »amerikanischen Stadt der Intelligenz«, will natürlich nicht bis dahin warten, und so haben viele dortige Käufer sich inzwischen an New Yorker Buchhandlungen gewandt, oder das nahe gelegene Cambridge versorgt sie, wo die aus Boston verbannten Bücher anstandslos zu haben und in der Widener-Bibliothek in mindestens je drei Exemplaren vertreten sind. Aus der Liste, die auch vielgelesene Bücher bekannter fremdländischer Autoren enthält, sind besonders