

Sprechsaal

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

Zum Tag des Buches.

Der Aufsatz von Eugen Diederichs im Vbl. Nr. 48 ist eine gute Tat im wirklichen Interesse unseres Berufs und zugleich ein Wegweiser für den Tag des Buches am 22. März. Trotz der bekanntgewordenen Vorarbeiten für diesen Tag, der die Erkenntnis vom Wert des guten Buches in allen Volksschichten wachrufen soll, — an dem sich sogar die Regierungen beteiligen, die zum Schutz des guten Buches gekommen sind, aber nicht zum Schutz des damit verbundenen Berufs, — trotz der vielen Hinweise an uns Buchhändler für die Ausnutzung seiner Bedeutung, wird es manchem Kollegen schwerfallen, sich nach außen dazu richtig einzustellen. Ein offenes Bekenntnis in Verbindung mit einer besonderen Werbung wird sich kaum empfehlen, weil die Mitmenschen wohl zwischen Pflicht und Zweck eines Berufs unterscheiden können, aber dabei meist an den letzteren denken und sich sagen, daß alle Mittel zum Geldverdienen herhalten müssen, und daß hinter jeder Form nur diese Absicht steht. Die Gründe dieser bedauerlichen Einstellung sind nur zu bekannt. Daß sie für unsern Beruf nicht zutreffen können, soweit Berufsverantwortung in Frage kommt, sagt Diederichs in klarer Weise, und seine Worte sind wohl geeignet, manchen zur Nachdenklichkeit anzuregen, der in unserm Beruf nur ein Geschäft sieht und es nicht für möglich hält, daß sich ein Geschäftsmann so weitgehend zu den ideellen Geschäftsgründen bekennen, besser verirren kann, die er aus kulturellen Gründen haben müßte. Weil Diederichs das Berufliche betont, darum erscheint es mir sehr wünschenswert, wenn sein Vortrag Verbreitung findet durch Verteilung eines Sonderdrucks und durch Überlassung an die Presse. Eugen Diederichs, der so manches Mal ein Sprecher für uns war und diesmal wieder ist, wird hoffentlich sein Einverständnis dazu geben, weil der Zweck besonders die guten Mittel heiligt.

In Verbindung mit dieser Arbeit nach außen dann ein allgemeines Schaufenster mit einer Auswahl der Werke, die den Weg der deutschen Kultur bezeichnen. Das wäre gleichzeitig ein Bekenntnis des deutschen Buchhändlers zum deutschen Volkstum und zum Deutschtum überhaupt, zu den drei Wegstationen, wie sie Diederichs bezeichnet hat.

Wesermünde-Dehe.

Fritz Brüning.

Wissenschaftlicher Verlag und Typographie.

In Nr. 38 des Vbl. hat Herr Rudolf Brülser sehr beachtliche Äußerungen über dieses Thema veröffentlicht. Die hier behandelte Frage hat eine tiefere Bedeutung, als gemeinhin angenommen werden mag, und deshalb sei es gestattet, nochmals darauf einzugehen.

Die unbestreitbare Tatsache, daß der wissenschaftliche Verlag trotz seiner meist höheren finanziellen Potenz in buchgewerblicher Beziehung meilenweit hinter dem belletristischen zurückgeblieben ist, hat folgende Gründe. Das wissenschaftliche Buch wird vom Käufer ausschließlich auf Grund der Bedeutung seines Inhaltes gewählt; ein noch so schlecht hergestelltes wichtiges Werk wird immer — selbst bei höherem Preis — mehr gekauft werden als das bestausgestattete, das die gleiche Disziplin weniger grundlegend behandelt. Als Geschenkartikel kommt das wissenschaftliche Buch fast gar nicht in Frage. Es fehlt somit dem Verleger der äußere Antrieb, zur Steigerung seines Umsatzes Mühe auf die schöne Ausgestaltung des Buchkörpers zu verwenden. Hinzu kommt die vielfach noch vorhandene Gleichgültigkeit oder gar passive Resistenz des Autors, für die ich aus eigener Erfahrung Beispiele anführen kann.

Ich erinnere mich, wie einer der berühmtesten deutschen Kunsthistoriker vor einer Reihe von Jahren die Ausstattung seines in meinem damaligen Verlag erschienenen typographisch einwandfrei schönen Buches in Grund und Boden kritisierte; als sein Ideal eines kunstwissenschaftlichen Werkes sein in den 80er Jahren erschienenen Erstlingswerk, ein elend hergestelltes Druckerzeugnis hinstellte. Aber es war inhaltlich hervorragend und hatte den Ruhm des Autors begründet. Ein anderes Beispiel liegt erst kurze Zeit zurück. Es ist mir ein Fall bekannt, wo ein besonders gut geglücktes, sehr übersichtlich angeordnetes Titelblatt nur mit Hilfe eines Nachwortes des Verlages gegen den wissenschaftlichen Bearbeiter durchzusetzen war, der auf Beibehaltung einer veralteten, unschönen Dreiteilung bestehen zu müssen glaubte.

Diese beiden Beispiele sind jedoch erfreulicherweise nicht für die Mehrzahl der Gelehrten bezeichnend. Es gibt bereits sehr viele Autoren und Leser, die den Wert des geschmackvollen wissenschaftlichen Buches würdigen und dem Verleger für jede Bemühung nach dieser Richtung Dank wissen.

Worin besteht nun dieser Wert und aus welchem Grunde sollte jeder wissenschaftliche Verleger der Herstellung schöner Bücher besondere Aufmerksamkeit schenken?

Wir empfinden diejenigen Typen, diejenige Ausstattung als schön, in deren Bestandteilen wir die wenigsten störenden Momente zu entdecken vermögen. Die moderne Wissenschaft hat die Gefahr unbewusster Störungen und Hemmungen für den Ablauf geistiger und physischer Funktionen festgestellt. Jede Verringerung dieser Störungen fördert den belehrenden Zweck des wissenschaftlichen Buches.

Diese Erkenntnis gewinnt unter den Verfassern und Käufern von Tag zu Tag mehr an Boden. Heute darf ein wissenschaftlicher Verleger noch ungestraft geschmacklose Bücher herstellen; ob er es noch in zehn Jahren kann, ohne eine sehr empfindliche, sich auch materiell unliebsam auswirkende Prestigeeinbuße zu erleiden, ist fraglich. Aber eine Umstellung des Betriebes in diesem Sinne von einem Tag zum anderen ist aus praktischen Gründen unmöglich. Darum muß den Beteiligten im eigenen Interesse dringend empfohlen werden, rechtzeitig für eine weitschauende, neuzeitliche Entwicklung ihrer Herstellung Sorge zu tragen.

Ein Punkt verdient noch, besonders betont zu werden. Es ist durchaus irrig, anzunehmen, daß ein schöngedrucktes Buch Mehrkosten verursache. Die Qualität des Papiers und Einbandmaterials, das für wissenschaftliche Bücher üblicherweise verwendet wird, reicht in den meisten Fällen aus; es kommt lediglich darauf an, die richtigen Stoffe und Farben innerhalb der normalen Preisklasse zu finden und sie geschickt zu verwenden. Beim Druck wird nur die manuelle Arbeitsleistung bezahlt; diese ist beim schöngedruckten Buch kaum höher als beim häßlichen. Nur die vor Beginn des Satzes getroffene Wahl der Type und Anordnung der Seite ist entscheidend; läßt sich der Verleger von einer geeigneten Persönlichkeit beraten, so kostet ihn der Druck in einwandfreier Form keine Mark zuviel.

Es wäre gewiß ein sehr hohes Verdienst des deutschen wissenschaftlichen Verlages, auf dem Gebiete vorbildlicher Typographie Pionierdienste zu leisten. Einzelne Versuche, manche erfreuliche Ansätze sind verschiedentlich zu beobachten. Hoffentlich werden die nächsten Jahre weitere Fortschritte auf diesem Gebiete zeitigen.

Berlin.

Dr. A. Horodisch.

Mehr Rücksicht auf den deutschen Überseebuchhandel.

Ein Vorfall, der uns den Verlust eines guten Kunden eingetragen hat und der dadurch entstanden war, daß ein Verleger eine Zeitschrift direkt billiger geliefert hatte als an uns, zeigt wieder einmal, daß manche deutsche Verlegerkreise wenig Ahnung zu haben scheinen, welche Mühe es dem Auslandsbuchhändler kostet, Bezüge für deutsche Zeitschriften zu gewinnen. Es wäre nicht mehr als recht und billig, daß der Verleger ihm direkt zugehende Aufträge aus dem Gebiete, die der betreffende Buchhändler mit seiner Werbung bestreicht, diesem zur Erledigung übersendet. Leider kommt dies nur ganz ausnahmsweise vor. Meist muß man das Gegenteil feststellen, nämlich, daß der Verleger alles versucht, den Buchhandel auszuschalten und den Kunden direkt zu beliefern.

Ob sich der Verleger hiermit nützt, steht natürlich auf einem andern Blatte, denn naturgemäß wird man jede Werbung für solche Verleger, die derart wenig entgegenkommend sind, einstellen.

Ich regte bei einer früheren Gelegenheit bereits einmal an, daß sich die Auslandsbuchhändler mehr zusammenschließen sollten, um sich gegen derartige Auswüchse zu schützen. Es wäre sehr zu wünschen, daß meine Kollegen im Auslande solche Fälle stets sofort entweder im Börsenblatt oder auf sonstige Weise bekanntgeben würden.

Johannesburg.

Ferdinand Stich.

Ausschaltung des Sortiments.

Am 13. Dezember v. J. bestellte ich bei der Firma Lampart & Comp. in Augsburg, die lt. Adreßbuch nur direkt ausliefert, 30 Exemplare eines Verlagswerkes und montierte die Lieferung unterm 4. und 12. Januar, ohne irgend etwas zu hören. Mein Besteller, die Handwerkskammer Memel, telegraphierte direkt an den Verlag und hatte die Bücher in 3 Tagen hier.

Memel. Robert Schmidt's Buchhandlung
Inh.: Richard Krips.

Verantwortl. Schriftleiter: Franz Wagner. — Verlag: Der Börsenverein der Deutschen Buchhändler zu Leipzig, Deutsches Buchhändlerhaus. Druck: E. Hedrich Nachf. Samml. in Leipzig. — Anschrift d. Schriftleitung u. Expedition: Leipzig 6 1. Gerichtsweg 26 (Buchhändlerhaus), Postk. 274/75.