

sam mit Henry Benedek die lange Zeit hindurch in der Leipziger Straße ansässige Firma in die Kantstraße nach Charlottenburg, wobei sie den jetzigen Namen erhielt. Das Geschäft stand seit langem in bestem Ansehen, und so kam es, daß es trotz der damals noch stillen Lage auch in der Kantstraße die alte Kundschaft behielt. Aber dabei blieb es nicht: Eggers hatte die Kantstraße mit Bedacht und kluger Voraussicht gewählt. Denn gerade die außerordentliche, immer noch wachsende Fülle von Wohnungen für Familien der gebildeten und der wohlhabenden Schichten in der Nachbarschaft mußte einer frisch eröffneten Buchhandlung günstig sein. Das neue Publikum kam gern in die gut geleitete Handlung, die erste weit und breit. Dazu kam der allgemeine wirtschaftliche und geistige Aufschwung dem Geschäft zugute. Mit offenem Blick für die Strömungen und Forderungen dieser Zeit gliederten die Inhaber ihrem Unternehmen bald eine Kunsthandlung an. Fortlaufende Sonderausstellungen wurden veranstaltet und dadurch immer mehr die Aufmerksamkeit auf den neuen Laden gelenkt. So wurde die altangesehene Amelang'sche Buchhandlung von ihren neuen Besitzern einer weiteren großen Blütezeit entgegengeführt.

Bei Ausbruch des Weltkrieges eilten beide Inhaber zu ihren Regimentern und mit diesen sofort an die Front. In den Kämpfen um Warschau wurde Georg Eggers verwundet, konnte jedoch nach seiner Genesung noch während des ganzen Krieges militärische Dienste leisten, aus dem er als Major der Landwehr und Inhaber des Eisernen Kreuzes heimkehrte. Nach dem Kriege konnten beide Herren wieder in die Firma zurückkehren und treu beisammenstehend ihr Werk fortsetzen.

Aber das eigene Unternehmen hinaus stellte Eggers seine Kenntnisse stets gern in den Dienst der Allgemeinheit seines Berufes. So war er von 1916 bis 1922 im Vereins-Ausschuß des Börsenvereins, von 1921 bis 1923 im außerordentlichen Ausschuß zur Prüfung der »Kulturabgabe« und der »Rechtsschreibungsreform«, 1921 war er auch im Ausschuß für die Abänderung der Notstandsordnung, von 1926—1927 gehörte er dem Ausschuß zur Reorganisation des Börsenvereins an und endlich zuletzt dem Sachausschuß. Ferner war der Verstorbene 2. Schatzmeister der Vereinigung der Berliner Mitglieder des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler.

Sprechsaal

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

Der Tag des Buches.

Der Gedanke marschiert; wohin man hört, überall spricht man vom Tag des Buches. Allein, es sollte nicht bei schönen Reden bleiben. Taten erst werden erkennen lassen, ob der Gedanke genug Lebenskraft besitzt, sich durchzusetzen. Nach meinen Beobachtungen hat es den Anschein, als sollte der 22. März ein »Empfangstag« werden. »Das Buch würde sich freuen, recht viele Menschen bei sich zu sehen«. Dabei würde dann das Buch repräsentiert, ernst und würdevoll, und jeder würde empfinden, daß wir eine hohe Buchkultur unser eigen nennen können. Weiter nichts! Genügt das? Es genügt nicht. Die Bücher wollen auch zum Menschen. Und das zu erreichen, sollte die Aufgabe des Gesamtbuchhandels sein.

Warum werden so wenig Bücher gekauft? Im allgemeinen hört man immer wieder die Antwort: Bücher sind zu teuer. Die schönsten Gegenargumente fruchten nichts. Besten Falls wird zugegeben, daß die Bücher verhältnismäßig nicht zu teuer sind; aber daß die Kaufkraft des Publikums sehr heruntergedrückt ist, das steht fest. Um nun das Interesse für Bücher, das zweifellos vorhanden ist, in aktive Formen zu lenken, müssen neue Wege gefunden werden. Die Forderung, das Buch muß billiger werden, ist durchaus berechtigt. So wäre es für die Verleger eine besonders schöne Aufgabe, den Typ des billigen Buches, wie es Frankreich kennt, auch in Deutschland einzuführen. Der Verlag J. Engelhorn's Nachf. hat den ersten Schritt getan. Im Anfang wird es sicher nicht leicht sein, sich von der jetzigen Art des Bücherverkaufs umzustellen, denn es sollen neue Bedürfnisse geweckt werden. Aber gerade der Tag des Buches wäre geeignet, wie kaum ein zweiter, diese Idee bei dem ganzen Volk bekannt zu machen. Vielleicht werden sich viele Buchhändler sträuben, das Buch plötzlich zu einem Drittel oder Viertel des Preises zu verkaufen, da sie den vollen Preis dafür erzielen könnten. Sicher aber ist, daß jeder, der erst einmal angefangen hat zu lesen, auch weiterhin Interessent bleiben und, was ebenso wichtig ist, gern kaufen wird, wenn man es ihm erleichtert. Es würde eine Umwälzung geben, aber der Erfolg wird nicht ausbleiben. Wer die Möglichkeiten des Billigen-Buch-Typs am ersten erkennt und sie sich zunutze macht, der wird

nicht nur eine kulturelle Tat getan haben, sondern es wird auch kein Schaden sein. Die billigen Volksausgaben, die uns die Verlage Hesse & Becker, Knauer, Schreyer und wie sie alle heißen, gebracht haben, erfüllen ihre Aufgabe noch nicht ganz. Was dort an Lesestoff geboten wird, ist nicht gegenwärtig genug. Es ist viel anerkannt Gutes darunter, aber es lebt nicht. Ich habe die Erfahrung gemacht, daß Reclam's Universal-Bibliothek z. B. dauernd viel gekauft wird, wenn man sie im Schaukasten zeigt. Und zwar werden nicht die altbekannten Dichter verlangt, sondern gerade unsere heutigen Schriftsteller. Hier liegt eine Zukunft, vielleicht sogar die Zukunft des deutschen Buches.

Und so wäre auch für den Sortimentler die Richtlinie gegeben. Am Tage des Buches sollte er auf Repräsentation verzichten. Man sollte zeigen, was für Möglichkeiten im Buche liegen. Was sucht der Käufer? Unterhaltung? Fast zum geringsten Teil. Einige Vorschläge für Sonderfenster und Schaukästen:

Das Buch als Helfer in der Arbeit. (Nachschlagewerke. Duden. Wörterbücher. Rechenhelfer. Warenkundliche Werke. Steuerliteratur. Geschäftspraxis. Mahnwesen. Reklame. Nationalisierung. Tayloriz-Bücher usw.)

Bildungsstoff. (Vor allem billige Sammlungen: Wege zum Wissen. Gloedners Handelsbibliothek, Göschen, Aus Natur und Geisteswelt, Wissenschaft und Bildung, Reclam. Aber auch: Bücher der Bildung. Lebende Bücher. Lebendige Wissenschaft und vieles andre.)

Buch und Erbauung. (Philosophische Werke. Schleich. Marden. Thoky. Merians Bändchen. Claudius. Biographien. L. Richter. Kügelgen. Rilke. Struwelpeter-Hoffmann. Rembrandt-Deutscher. Chamberlain. Es gibt ja so viel Schönes!)

Wie komme ich voran? (Ford. Edison. Wie bewerbe ich mich? Kaufmännische Literatur. Rothe, Psychogymnastik. Tietzens, De-suggestion. Coué. Casson. Verkaufspraxis. Morus, Wie sie groß und reich wurden. Lorimer, Briefe eines Dollarkönigs.)

Lebensfreude. (Humorvolle Romane. Brausewetter. Freude an der Natur. Blaue Bücher.)

Das Buch in unserem Leben. (Oldenbourg, Buch u. Bildung. Hübner, Mensch und Buch. Dahl, Geschichte des Buches. Weise. Unger, Wie ein Buch entsteht. Nitschmann, Krisis. Unwin, Buch und Kind. Bry, Werdegang. Führer zum Buch: Kataloge.)

Vor allem: viel billige Bücher. Dann wird auch gekauft. —

Man sollte versuchen, zu zeigen, wie das Buch auf den Menschen wirken kann, wenn möglich im Bild. Die längste Eisenbahnfahrt kann durch das Buch amüsant werden. Oder das Vorlesen. Selten findet man das zwar, aber wie nett kann es am Krankenbett sein oder abends, im Familienkreis. Kinderfreude! Plakate oder Photographien könnte man verwenden. Es gibt so viele Möglichkeiten.

Bereiten Sie sich in die Lage Ihrer Kunden! Und dann bereiten Sie Ihre Schaufenster vor: Wer vieles bringt, wird manchem etwas bringen. Und der Appetit kommt mit dem Essen, beim Kunden auch.

Dresden.

Berner Hoffmann

i. S. Akademische Buchhandlung.

Erwiderung zum Artikel „Wer ist der Schuldige?“

(Nr. 4 des Bbl. vom 5. Januar und Nr. 52 vom 2. März 1929.)

Daß auch Kollege Hoefler i. Fa. Karl Hef, Buchhandlung, Darmstadt, zum direkten Vertrieb der Kochbücher von Frau Nietlispach Stellung nimmt, bedauern wir außerordentlich, weil wir seit einiger Zeit mit Frau N. über die Verlagsrechte ihrer Kochbücher verhandeln und diese Verhandlungen nun zum Abschluß gekommen sind. Wir verweisen die Herren Kollegen auf unsere Mitteilung in der Rubrik »Geschäftliche Einrichtungen« in Nr. 55 des Bbl., mit der wir dem Gesamtbuchhandel von der Verlagsübernahme Kenntnis geben. Damit dürfte der unerquickliche Streit über den Selbstvertrieb zu Ende sein, denn unsere Firma bürgt dafür, daß der Vertrieb der ausgezeichneten Kochbücher der Frau Nietlispach nunmehr ausschließlich durch den Gesamtbuchhandel erfolgt.

Leipzig, 5. März 1929.

Deutsches Verlagshaus Bong & Co.

Verlegeralmanache.

Auf Wunsch des Bärenreiter-Verlages, Kassel, berichte ich meine im Börsenblatt Nr. 38 erschienene Besprechung dahingehend, daß das Bärenreiter-Jahrbuch nicht nur Leseproben, sondern auch Originalbeiträge sowie ein Verlagsverzeichnis des Neuwelt-Verlages enthält.

E. M.

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