

die Produktion liegt beim Verlag, das Sortiment hat ihn über die Aufnahme der Bücher zu unterrichten), oder »Produktionspolitik« (mit der Industrialisierung hört das verlegerische Mäzenatentum auf; Auflagenerhöhungen werden nur dann nicht überproduktion, wenn ihr zinsloses Lagern richtig kalkuliert ist). Der Prokurist Hanns Semm nimmt die Stellung eines Werbevertrauensmanns des Schlesischen Vereins ein und hielt Vorträge z. B. über »Verkaufpsychologie«. Im ersten Vierteljahr 1929 veranstaltete die Schlesische Gesellschaft Literaturlurse, Lichtbildervorträge (»Das Buch in der Auslage«, Hanns Semm) und Führungen. Was die neue Werbung und Werbekunst betrifft, so können sie wohl nicht sofort von Erfolg sein. »Alle Werbekünste versagen« (Hauptversammlung des Schlesischen Vereins 1927). Müssen sie mehr künstlich werden oder weniger künstlich werden?

Morgenstern, Reisler und Köbner leiteten den Verein bis 1892, Morgenstern von der Gründung bis 1886/87, Reisler mit Unterbrechung des einen Jahres 1890/91, in dem Köbner Vorsitzender war, bis 1892/93. Dann, mit Ausnahme des Jahres 1906/07, in dem Emil Wohlfarth Vorsitzender war, führten Max Woywod bis 1905/06, Gerhard Kauffmann bis 1920/21 und Bernhard Ausner bis heute den Vorsitz. Woywod (gest. 1908) und Kauffmann (gest. 1928), jener 13, dieser 14 Jahre Vorsitzender, wurden beide mit der Ehrenmitgliedschaft ausgezeichnet, Kauffmann wurde zugleich lebenslangliches Vorstandsmitglied und später Ehrenvorsitzender. Das Vereinsortiment, dessen Zukunft beim Entstehen nicht überall als aussichtsreich beurteilt wurde, und das sich dauernd erhalten hat und im Dezember 1928 ein Lagerverzeichnis ausgab, das mehr als ein Drittel umfangreicher ist als das vom Vorjahr, war von der Gründung an die längste Zeit Paul Malsleben anvertraut.

Wie mag es einst sein und aussehen, wenn am Himmel des Vereins der Abendstern stehen wird? Der wievielte Teil des Tages werden dann fünfzig Jahre gewesen sein? Das wissen wir nicht, aber das können wir, die Fünzigjahrleistung eines Kreisvereins wie des Schlesischen vor Augen, gewiß sein, daß die Stunden des Tages Stunden der Arbeit gewesen sein werden, wie die Stunde sie forderte.

Der moderne Leser.

Von Walter Hofmann, Leipzig*).

Meine Damen und Herren, das Problem des Lesers ist ein Problem der Wirtschaft und des Soziallebens, das Problem des Lesers ist ein Problem der Volksbildung, das Problem des Lesers ist ein Problem des Autors, und es ist ein Problem des Produzenten im engeren Sinne, des Buchverlegers, und wenn das Problem des Lesers wirklich geklärt werden sollte, würde es erforderlich sein, alle diese Einzelzüge nüchtern und sachlich zu entwickeln und von der hier zu gewinnenden Klärung aus dann die Wege für die praktische Arbeit, für das praktische Tun, auf das es ja doch ankommt, zu finden.

Wenn das Problem des Lesers ein Problem der Wirtschaft und ein Problem des Soziallebens ist, dann ist der Weg zur Lösung dieses Problems der Weg der Politik. Der Mann, der den 2½ Millionen Wohnungslosen in Deutschland Wohnung verschafft, wird mehr für die Lösung des Problems des Lesers und des Buches tun als wir alle zusammen hier in diesem Saale. (Lebhafte Zustimmung.) Wenn das Problem des Lesers ein Problem der Volksbildung ist, dann wird derjenige Volksbildungsminister und dasjenige Parlament, welches die Mittel für eine wirklich ernste, tiefe und umfassende Volksbildungsarbeit bereitstellt, sehr viel mehr tun, als wir Bücherfreunde tun können. (Erneute Zustimmung.) Wenn das Problem des Lesers ein Problem des Autors ist, dann wird der Autor, der die Bücher schreibt, die wir trotz der wahnsinnigen Bücherflut, auf die wir in

Deutschland merkwürdigerweise so stolz sind (Heiterkeit), vermissen, zur Lösung dieses Problems und zur Befriedigung des Lesers beitragen.

Wenn das Problem des Lesers ein Problem der Produktion im engeren Sinne ist, dann würde derjenige, der diese phantastische Bücherflut zurückdrängen könnte, oder der uns wenigstens wieder ein Gefühl des Maßes geben könnte für das, was in dieser Menge bedruckten Papiers gut und was nicht gut ist — vom feinen Kitsch angefangen bis zum Kitsch unserer großen Industrieverlage —, wiederum Außerordentliches für die Lösung des Problems des Buches und des Lesers leisten.

Ich empfinde es als eine recht schwierige Situation, daß wir hier einen Tag des Buches haben und uns über diese ernsthaftesten und entscheidendsten Dinge nicht unterhalten können, und in diesem Augenblick, wo ich hier vor Ihnen stehe, empfinde ich das Peinliche der Situation eines Redners bei dieser Veranstaltung ganz besonders. Aber ich muß hier dem Spruche folgen: Mitgegangen, mitgehangen (Heiterkeit), und muß nun auch mein Sprüchlein über Dinge sagen, die vielleicht auch mit zum Problem des Buches gehören, und zwar muß ich es tun vom Standpunkt der öffentlichen Bücherei aus. Ich bemerke, daß zu diesen Einzelzügen, die ich so kurz wie die Inhaltsübersicht eines großen, vielgestaltigen Werkes »Leser und Buch« hier angegeben habe, ein weiteres Sonderproblem tritt, das nun nicht mehr bei der Wirtschaft, bei dem Sozialleben und bei dem Produzenten liegt, sondern welches ein Problem des Verhältnisses zwischen Produktion und Konsum ist, ein Problem, das bereits bei den heutigen Darlegungen und auch gestern in den Darlegungen von Frau Professor Siemsen deutlich gesehen und gestreift worden ist.

Wenn ich vom modernen Leser der öffentlichen Bücherei sprechen sollte, so würde das für den Bibliothekar und den Arbeiter in dieser öffentlichen Bücherei überhaupt eine unzulängliche Stellung des Themas sein. Wir sind gewohnt, von der Leserschaft der gegenwärtigen Bücherei zu sprechen. Darin, daß es nicht nur den einen Lesertyp, sondern daß es eine in der Hauptsache unendlich gegliederte Leserschaft gibt, liegt eines der großen speziellen Probleme unserer Buchwirtschaft. Es ist gestern schon in den Darlegungen von Frau Professor Siemsen und auch heute wieder von mehreren Seiten so etwas wie eine Typologie der Leserschaft versucht worden. Tatsächlich würden wir, um hier voran zu kommen, um die besonderen Eigentümlichkeiten unserer Buchwirtschaft zu sehen und die Schwierigkeiten zu lösen, eine solche Typologie der Leser brauchen. Es ist ganz fabelhaft, wenn man im Zentrum einer solchen Arbeit steht und sieht, wie sich die Masse der Leser aufteilt und in sich gliedert. Neben dem modernen Leser im betonten und ausgesprochenen Sinne, an den man bei der Veranstaltung dieser Tagung gedacht hat, und dem der Bücherei, z. B. in Leipzig, in der unser gegenwärtiges Leben in seinen stärksten Formen zum Ausdruck kommt, stehen nun andere Generationstypen auf gleicher Ebene, in einer unendlichen Mannigfaltigkeit. Alle diese Typen, die zeitweise im Vordergrund der literarischen Bühne ihre Repräsentanten haben, die dann so schnell wieder verschwinden, sind trotzdem noch da und suchen dauernd ihre Repräsentanten, auch wenn es nicht mehr die Repräsentanten der augenblicklichen literarischen Mode oder Schule sind. Dazu kommen ganz deutlich erkennbare, nicht gesuchte, sondern im Leben einer großen Bücherei uns entgegen tretende Typenbildungen, — etwa in der Richtung der Typenbildung, die Eduard Spranger versucht hat und die Ihnen allen bekannt ist, der phantasiebewegte, der rationell eingestellte Leser usw.

Dazu kommt noch ein drittes, außerordentlich differierendes Moment, daß nämlich unser geistig-seelisches Leben nicht im luftleeren Raum steht, sondern daß wir alle physische und materiell gebundene Menschen sind, daß wir Jugendliche oder Erwachsene, Männer oder Frauen usw. sind. Es ist bedeutsam, wie diese soziologischen und biologischen Faktoren wieder die scheinbar so einheitliche Masse der Leserschaft gliedern. Zusammenfassend läßt sich sagen: es besteht eine ungeheure Mannigfaltigkeit von geistigen Typen, unter den verschiedensten Gesichtspunkten entwickelt und aufgerollt. Dazu kommt die weitere Differenzierung durch die Persönlichkeit des Lesers selbst.

*) Vortrag, gehalten am 22. März 1929 zum »Tag des Buches« in der Singakademie zu Berlin. Der Abdruck der beiden anderen Referate zu dem gleichen Thema erfolgte bereits in Nr. 87 des Vbl.