

Redaktioneller Teil

An den Verlag!

Der deutsche Sortimentsbuchhandel befindet sich, wie allgemein bekannt, in einer schweren Absatzkrise und kämpft fast ausnahmslos um seine Existenz. Das bevorstehende Weihnachtsgeschäft und der von ihm erhoffte erhöhte Umsatz ist für viele der letzte Rettungsanker.

Nun wird aber dieser Umsatz nach den Erfahrungen aus früheren Jahren mangels genügender Einsicht oft genug stark beschnitten. Wie oft hört der Sortimenter von seinem Kunden, daß ein größeres und teureres Buch nicht im Sortiment gekauft wird, weil es durch Vermittlung eines Verwandten oder bekannten Verlegers, Verlagsangestellten oder Redakteurs billiger beschafft werden kann. Derartige Mitteilungen sind fast niemals Bluff, sie beruhen auf Tatsachen; werden doch oft genug die Namen der betreffenden Mittelpersonen, darunter Verleger von Rang, offen genannt.

Unsere Bitte an die Kollegen vom Verlag ist deshalb eine zweifache. Wir bitten Sie, ausnahmslos keine Gefälligkeitsgeschäfte der genannten Art mit Verwandten und Bekannten zu tätigen; sie schädigen das schwer kämpfende Sortiment, zerstören den Ladenpreis und das geschäftliche Ansehen des Buchhandels. Eine Ablehnung solcher Gefälligkeiten mit dieser Begründung wird von jedem Einsichtigen gewürdigt werden.

Wir bitten Sie ferner, in Ihrem Betriebe Vorkehrungen zu treffen, daß Ihre buchhändlerischen Angestellten über den eigenen Bedarf, auch den zu persönlichen Geschenkzwecken, hinaus keine Bücherbeschaffung für Verwandte oder Bekannte mit oder ohne Zwischengewinn tätigen. Die Kontrolle hierüber sollte bei einigem guten Willen nicht so schwer sein, weil schon die Gehaltshöhe der bücherbeziehenden Angestellten und die Art der bezogenen Bücher einen brauchbaren Gradmesser abgeben. In den gemischten Großbetrieben des Buchhandels sollten andere als buchhändlerische Angestellte überhaupt nicht zu direkten Bücherbeschaffungen ermächtigt sein.

Endlich bittet der unterzeichnete Vorstand den Gesamtverlag, bei der Auslieferung, besonders im Weihnachtsmonat, darauf zu achten, daß nicht, wie das immer wieder vorkommt, Nichtbuchhändler auf Grund von eigens für diesen Zweck hergestellten, oft ganz primitiven Verlangzetteln beliefert werden. Der »Drang des Weihnachtsgeschäfts« ist für derartige Lieferungen keine ausreichende Entschuldigung, da jeder gewiegte Auslieferer die in Frage kommenden Sortimentsfirmen kennt.

Werden unsere Bitten vom Verlag erfüllt, so wird sicher nicht ein einziges Buch weniger verkauft werden, das Sortiment aber wird einen erheblichen Teil der ihm sonst entgehenden Umsätze tätigen können, seine Kauf- und Zahlungskraft wird, nicht zuletzt im Interesse des Verlags, gestärkt werden.

Berlin, den 10. November 1929.

Der Vorstand der Deutschen Buchhändlergilde.

Paul Nitschmann. Albert Diederich. Egon Freiherr v. Berchem.
Friedrich Alt. Hans Langerwiesche.

Warum ich nach Amerika reifte.

Von Rálmán Lantos.

Der Name Amerika erweckt bei jedem europäischen oder zumindest bei jedem ungarischen Verleger folgende Gedanken: Auflagenhöhe von Millionen Exemplaren, rasendes Produktions-tempo, sicherer Erfolg. Auf alle Fälle gibt es dort die sichere Möglichkeit, eine Minimalanzahl von Exemplaren zu verkaufen, sodaß dabei jedes Risiko gänzlich ausgeschlossen ist.

Meine Firma, die Verlagsanstalt Genius, hat die fremdsprachigen Verlagsrechte des deutsch in der Vossischen Zeitung erschienenen und in Buchform demnächst bei der Firma Allstein erscheinenden Romans: Das Lager am Ussuri (eigentlich Die Garnison von Sibirien) von Rodion Markovits erworben. Im Mai dieses Jahres ist zufällig in der amerikanischen Presse eine etwas romantisch klingende kleine Notiz erschienen, in der unter anderem zu lesen war, daß ein völlig unbekannter ungarischer Verfasser in einem kleinen siebenbürgischen Dorfe einen Roman geschrieben und auf eigene Kosten in wenigen Exemplaren habe drucken lassen. Von diesem Roman nahm niemand Kenntnis, bis nach einem Jahre einige Exemplare ihren Weg nach Budapest fanden, die dann von Hand zu Hand gingen und das Werk endlich durch die Verlagsanstalt Genius in moderner, vornehmer typographischer Ausstattung veröffentlicht wurde und sodann einen noch nie dagewesenen Erfolg erzielte.

Diese Nachricht erregte dermaßen die Phantasie der amerikanischen Verleger, daß wir fast zu gleicher Zeit von fünf verschiedenen amerikanischen Verlegern teils mittelbar, teils unmittelbar, miteinander konkurrierende Angebote erhielten. Unter diesen fünf Angeboten befand sich eins der wohlbekanntesten, angesehenen Firma Liveright (Verleger von Dreiser, Anderson, O'Neill, Hacket, Emil Ludwig usw.). Sie überbot alle anderen und bemühte sich dermaßen um den Erwerb des Werkes, daß ich es ihr überließ, zu gleicher Zeit mich jedoch auch entschloß, zu Geschäfts- und Studienzwecken möglichst eingehend mit eigenen Augen mich davon zu überzeugen, auf welche Weise ein amerikanischer Verleger aus einem Buch einen Erfolg macht, das ihm so gut wie unbekannt ist und das er bloß infolge einer interessanten Tagesnachricht erworben hat.

Dies war die Veranlassung meiner Reise nach Amerika.

In den letzten Jahren hatte ich wiederholt deutsche, französische und englische Verleger besucht und so ist mir der Unterschied zwischen der Mentalität des amerikanischen und des europäischen Verlegers ziemlich klar geworden. Der erste Unterschied, der mir auffiel, ist der, daß der europäische Geschäftsmann seine Pläne und Programme bis zum letzten Moment geheim hält, der Amerikaner es dagegen vorzieht, seine Geschäftsangelegenheiten vor der Öffentlichkeit abzuwickeln.

Als ich bei Gelegenheit der ersten Besprechung einige kritische Bemerkungen über die amerikanischen Verkaufsmethoden machte, bot mir Herr Liveright in seinem Betriebe sofort ein eigenes Büro an und instruierte seine Abteilungsleiter, mir alle nötigen Daten zur Verfügung zu stellen, um in das ganze Geschäft Einblick gewinnen zu können. So weit mir europäische Verleger bekannt sind, würde keiner etwas Ähnliches getan haben.