

vorzugreifen, anregen und fördern. Allerdings ist die Kulturabteilung des Auswärtigen Amtes mit Mitteln völlig unzureichend ausgestattet. Die Lage der deutschen Buchhandlungen im Ausland ist weithin keine rosige. Viele Firmen sind völlig zertrümmert.

Die Niederlassung deutscher Gehilfen im Ausland ist ungemein erschwert. Wertvoll wären deutsche Buchausstellungen. Die hohen Kosten lassen Spezialausstellungen wie die in Florenz mit dem Thema »Goethe in Italien« angezeigt erscheinen. Im spanisch-südamerikanischen Kulturkreis sind deutsche Lehrbücher, die übersetzt werden, besonders erforderlich. Frankreich ist uns in Stiftungsbibliotheken im Ausland weit voran. Die Auslandswirkung des deutschen Buches ist abhängig von einer großzügigen Auslandskulturpolitik, aber auch von einer volkswirtschaftlichen Gesundung, gleichzeitig von einer Erleichterung des Ausländerstudiums in Deutschland, das äußerst bedenklich zurückgegangen ist. Die Streichungen am Kulturretat des Reiches wirken sich für die Weltgeltung des deutschen Buches, aber auch für die deutsche Wirtschaft verhängnisvoll aus. Was hilft uns die — unglücklicherweise vom Reichstag abgelehnte und rein äußerliche Überführung von Gesandtschaften in den südamerikanischen ABC-Staaten zu Botschaften, wenn die deutsche Buch-einfuhr so traurig zurückgeht, wie das zurzeit in diesen Ländern der Fall ist? Stets wird das deutsche Buch ein Gradmesser für die Bewertung der deutschen Kultur in der Welt sein und wir müssen um dieses Problem, das zugleich ein wirtschaftliches und kulturelles ist, zurzeit mühsam ringen. Unter starken Hemmungen und Hindernissen, aber nicht ohne Aussicht auf einige Erfolge.

Der Buchhandel in Korfu.

Im Ionischen Meer liegt die große Insel Korfu. Sie hatte lange Zeit hindurch ein anderes politisches Schicksal als das griechische Festland. Deshalb sind auch die Bewohner von Korfu — die Nachfahren der antiken Phäaken! — der Rasse nach den übrigen Griechen nicht ganz gleichzustellen. Seit dem Mittelalter stand die Insel unter venezianischer, seit der napoleonischen Zeit unter britischer Herrschaft und wurde erst 1864 mit Griechenland vereinigt. Das berühmte Schloß Achilleion war 1891—1898 Besitz der Kaiserin Elisabeth von Österreich, bis zum Weltkrieg Besitz Kaiser Wilhelms II. und bildete so in gewissem Sinne einen Sammelpunkt deutscher Interessen. (Noch heute bringt die Landbevölkerung alle deutschen Reisenden irgendwie in Verbindung mit dem früheren Schloßherrn des Achilleions und hält sie für Besitzer märchenhafter Schätze.) Im Weltkrieg befand sich hier längere Zeit der Sitz der geflüchteten serbischen Regierung; noch 1923 gab es hier eine italienische Okkupation. Zieht man überdies in Erwägung, daß Korfu ein südländisches Fremdenzentrum von außerordentlichen landschaftlichen und klimatischen Vorzügen ist, so sind die Ursachen für die internationale Note des Lebens auf Korfu dargestellt.

Aber der Sortimentbuchhandel trägt dem nur in bescheidenem Maße Rechnung. Man findet hier, wenn man eifrig Nachschau hält, alles in allem fünf Buchhandlungen; keine von ihnen lebt nur von Büchern. Zumindest Schreibwaren sind überall zu sehen. Und bloß zwei Buchhandlungen können auf das Beiwort »international« Anspruch erheben. Sie führen deutsche, französische, italienische und englische Werke. Das Sortimentgeschäft steht hier allgemein auf einer recht bescheidenen Entwicklungsstufe, obwohl das griechische Verlagswesen in den letzten Jahren in beachtenswerter Weise gewachsen ist. Die geringe Kaufkraft des Publikums verhindert allerdings besondere Fortschritte im Technischen. Das deutsche Papier hat infolge der Zollpolitik Griechenlands seine Monopolstellung verloren. Auch die Einfuhr gebundener Bücher ist durch den Zoll erschwert worden. Die in manchen Dingen immer noch märchenhaft billige Handarbeit bietet teilweise Ersatz; man kauft griechische und fremdsprachige Broschüren und läßt sie privat beim Buchbinder in gebundene Werke verwandeln.

Derartige kleine Buchbinder gibt es in Korfu in genügender Menge. Aber erwähnenswerte Buchverleger sucht man vergebens. Das lebhafteste Interesse für Politik gibt mehreren Zeitungsverlegern Brot und Arbeit. Aber auch auf diesem Gebiet geht alles in einem merkwürdigen Miniaturstil vor sich: Die eine, zweimal in der Woche erscheinende Zeitung und die vier Wochenblätter — durchwegs Druckschriften von kräftig getragener politischer Färbung — sind alle nicht stärker als, sage und schreibe, ein Blatt. Eine Ausgabe von 4 Seiten, also zwei Blättern, ist hier schon ungefähr das, was wir eine »dicke Zeitung« nennen. Können also die Korfioten mit ihrem Verlagswesen nicht viel Staat machen, so haben sie dafür die berühmte Buchdruckerei »Aspiotis«, die ihr Stolz ist. Es handelt sich um eine wirklich leistungsfähige, moderne Druckerei. Sie arbeitet auch viel für Firmen des griechischen Festlandes. Sogar der Staat ist ihr Kunde. Bei »Aspiotis« sind auch griechische Briefmarken in guter Ausführung gedruckt worden.

Dr. Friedrich Wallisch.

Das Schaufenster als Bühne.

Noch einige Anregungen von Johannes Becker/Berlin.

Die Visitenkarte des Geschäfts — das Schaufenster — ist heute mehr als je der Kritik des Publikums ausgesetzt, und in meinem Börsenblatt-Artikel vom 26. Oktober (Nr. 250) habe ich an Hand einiger Beispiele gezeigt, wie man dieses verwöhnte Publikum an die Fenster heranziehen und zur näheren Betrachtung veranlassen kann. Heute möchte ich auf Grund eigener Erfahrungen von verschiedenen Ideen berichten, die bei geschickter Ausführung nicht nur ein Stehenbleiben der Passanten erzielen, sondern auch Gesprächsstoff der meisten Kunden werden können.

Wir müssen uns bei allen diesen Arbeiten natürlich klar darüber sein, daß es ohne auffällige Dekoration einfach nicht mehr geht, und daran denken, daß wir viel bieten müssen, wenn wir die Farbenpracht der Seidenfenster und die bunte Fülle der Warenhausausstellungen übertreffen wollen. Aber wenn wir das Bücherfenster als eine Bühne betrachten, auf der wir den Vorübergehenden interessante Stilleben heiterer und ernster Art vorführen, wird es uns gelingen, die Aufmerksamkeit auf das von materiellen Dingen ein wenig in den Hintergrund gedrängte Buch zu lenken.

Besondere Erfolge werden wir dabei mit der Veranstaltung einer schon neulich kurz geschilderten Schaufenster-Revue erzielen. Als brauchbarer Titel hierfür erscheint mir: »Die Privatbibliothek«. Wir fassen zu diesem Zweck sämtliche Literaturgebiete in 12 Gruppen zusammen, die wir dann nacheinander in 12 verschiedenen Fenstern zeigen. Jedes Fenster versehen wir mit einem auffälligen Plakat, auf dem das gerade zur Ausstellung gelangende Literaturgebiet näher bezeichnet wird, also z. B.: »Die Bibliothek des Philosophen«, »Die Bibliothek des Sportmenschen«, »Die Bibliothek des Kaufmanns«, »Die Bibliothek des kleinen Mädchens« und schließlich die Bibliotheken des Technikers, des Kunstliebhabers, des Arztes, des Vortragskünstlers, des modernen Herrn, der modernen Dame, des Musikers usw. Sehr wirkungsvoll kann es sein, wenn man jedes dieser Fenster mit einigen für die gerade ausgestellte Literatur charakteristischen Gegenständen illustriert. Also legt man z. B. in das Fenster, das die Bibliothek des Sportmenschen zeigt, einen Tennisschläger oder — im Winter — ein paar Schneeschuhe, zwischen die Bücher des kleinen Mädchens legt man einige Puppen und die Bücherei des Musikliebhabers schmückt man mit einer alten Violine, aufgeschlagenen Noten und vielleicht mit einer Büste Beethovens. Der Erfolg für diese Arbeit wird nicht ausbleiben, besonders dann nicht, wenn Sie den genauen Termin der einzelnen Fenster rechtzeitig als Programm aushängen.

Eine Dekoration, die nie ihre Wirkung verfehlen wird, ist ein Sonderfenster unter dem Motto »Zeitung und Buch als Spiegel unserer Zeit«. Beim Veranstalten dieser Ausstellung setzt man sich am besten zuerst mit einer Zeitung in Verbindung und sichert sich ihre Zustimmung, das Sonderfenster ausführlich zu besprechen. Dann erst geht man an die Ausführung der Dekoration, die an einer Reihe von Beispielen beweisen soll, in wie vielseitiger Weise heutzutage Zeitung und Buch einen Querschnitt durch unsere ganze Zeitepoche bieten. Das Schaufenster zeigt zu diesem Zweck im Hintergrund eine Anzahl von Nummern der für die Ausstellung interessierten Zeitung — oder Zeitungen —, die zu einem pyramidenartigen Aufbau vereinigt sind. Bei jedem dieser einzelnen Zeitungsblätter ist irgendein modernes Schlagwort herausgegriffen und am Beginn des