

Außer diesen geschlossenen Bibliotheken ging eine große Anzahl wertvoller Werke über Literatur, Nationalökonomie, Psychologie, Pharmazie, Mathematik, Geographie u. ä. zugrunde. Der gewaltige Verlust für das japanische Geistesleben fand damals die teilnehmende Sympathie der ganzen geistigen Welt. Schon kurz nach dem Brande wurden aus allen Teilen der Welt 250 000 Bände der Universität überwiesen. Die Vereinigten Staaten von Nordamerika stifteten nicht nur Bücher, sondern auch Geld, um den Aufbau der Universität zu ermöglichen. John D. Rockefeller gab einen Betrag von 4 Millionen Yen, wodurch es möglich wurde, die Universität und die Bibliothek in viel größerer Form und prächtiger wieder aufzurichten. Schon im Jahre 1928 wurde das nach modernem Stil erdbebensicher erbaute Lehrinstitut wieder in Betrieb genommen. Über 360 000 Bände wurden bis zu diesem Zeitpunkte an die Zentralbibliothek und 46 000 Bände für die Zweigbibliotheken gestiftet.

Das ausländische Buch gewinnt in Japan immer mehr an Bedeutung. Eine unübersichtliche und nicht kontrollierbare Zahl fremder Werke wird Jahr für Jahr ins Japanische übersetzt. Aber auch Bücher in ihrer Ursprache kann man in den vielen Buchläden ausliegen sehen. Ich machte in diesen bunten Buchläden die interessantesten Beobachtungen. Wenn ein deutscher Sortimenter einen japanischen Buchladen sehen würde, würde er seine helle Freude haben an der Begeisterung, mit der die Japaner hier die Geisteserzeugnisse des Landes studieren. In dichten Haufen umlagern sie die Bücherstände, ungehindert vom Ladeninhaber, suchen sie nach geeigneter Literatur und die Bedienung hat alle Hände voll zu tun, um den Wünschen der Interessenten gerecht zu werden. Wie sehr man der deutschen Literatur und Sprache Interesse entgegenbringt, zeigt die seit 1929 erscheinende Zeitschrift »Die deutsche Sprache«. Es ist eine sehr sauber gedruckte Zeitschrift in japanischer und deutscher Sprache, die dazu dienen soll, dem Japaner die deutsche Sprache nahe zu bringen.

Die psychologische Einstellung des Japaners zum ausländischen Buch ist gleichfalls bemerkenswert. Ein japanischer Sortimenter sagte mir einmal seine diesbezügliche Meinung. Vielfach, so äußerte er sich, bestehe bei ausländischen Verlegern die Meinung, wenn einmal ein Buch in eine fremde Sprache übersetzt sei, dieses den Verkauf des Originales hindere. Das sei jedoch nicht der Fall. Gerade dann erst trete ein lebhafter Verkauf des Originales ein. Als eine japanische Übersetzung von Karl Marx erschienen sei, hätte das deutsche Original einen Rekordverkauf zu verzeichnen gehabt. Etwas sehr Merkwürdiges dagegen habe man in Japan beobachtet, wenn ein fremder Autor, dessen Bücher in Japan bekannt sind, das Land besucht. Während seiner Anwesenheit sei man zwar für seine Bücher plötzlich sehr begeistert, aber ebenso rapid sinke auch das Interesse für diese Bücher, um dann fast ganz zu verschwinden. Daraus erkläre sich, daß der japanische Buchhändler wenig Neigung zeige, Bücher von Autoren, die Japan einen Besuch abgestattet haben, vorrätig zu halten, weil er weiß, daß sie nicht mehr gekauft werden.

Wie in Europa und Amerika hat sich auch in Japan das Magazin einen sehr großen Teil des lesenden Publikums erobert. Diese grellbunten mit der grotesken japanischen Schrift versehenen schlecht gedruckten und mit noch schlechteren Bildern ausgestatteten Hefte bilden im modernen Japan nicht nur die meistgelesene Unterhaltungsliteratur, sondern sind auch ein wesentlicher Teil der Erziehung der breiten Masse.

Der größte Magazin-Verleger Japans ist Seiji Noma, der vor 25 Jahren noch ein kleiner Schullehrer auf den weit abgelegenen Liukiu-Inseln war und im Jahre 1910 als Sekretär des Geistesdepartements an der kaiserlichen Universität auf die Idee kam, ein Magazin zwecks Fortbildung in der Beredsamkeit zu gründen. Erst nach Überwindung sehr großer Schwierigkeiten gelang es ihm, das unter dem Namen »Yuben« (Beredsamkeit) bekannte Magazin, das heute ein sehr angesehenes Führer durch die soziale Kultur Japans ist, herauszugeben.

Die neun großen Magazine, die von der Kodan Sha, deren Präsident Seiji Noma ist, herausgegeben werden, sind:

»Der König«, welches eine Auflage von 1 500 000 Exemplaren hat. Die besten Schriftsteller und Künstler des Landes sind an diesem Magazin Mitarbeiter. Es zählt Leser aus allen Bildungsklassen.

»Der Kodan Klub« ist mehr ein Unterhaltungsblatt mit heiteren und witzigen Geschichten aus vergangenen und gegenwärtigen Tagen. Es wird viel auf Reisen gelesen.

»Der Fuji«, genannt nach Japans heiligem und größten Berg, hat mehr religiöse und belehrende Aufsätze.

»Der Fujin Klub« wird vornehmlich von Frauen der besseren Stände, von Frauenstudenten und Berufsfrauen gelesen.

»Der Gendai« schildert soziale Fragen in populärer Form.

Das schon genannte »Yuben«-Magazin ist ein Führer durch die soziale Struktur und ein Lehrer der politischen Beredsamkeit. Studenten, Politiker und Geschäftsleute sind seine Leser.

»Der Jonenklub« ist ein Magazin für die heranwachsende Jugend und wird neben dieser auch von Lehrern, Lehrerinnen und Schülern gelesen.

»Der Shonen Klub« ist vornehmlich für die Knaben bestimmt, um sich fortzubilden.

»Der Shojoklub« ist in ähnlichem Sinne für die junge Mädchenwelt bestimmt.

Diese Magazine erscheinen monatlich und kosten 50 Sen = 1 Mark. Sie sind billiger als die anderen Magazine und auch reichhaltiger. Man rechnet, daß die Kodan-Magazine durchweg von jedem fünften Japaner gelesen werden, und da sie reine Erziehungstendenz haben, haben sie natürlich auch einen sehr großen Einfluß auf das Volk. Wie groß die Auflage der Kodan-Magazine ist, geht aus folgenden Zahlen hervor: Jährlich verbraucht Kodan 1 780 408 Ries Papier und 890 240 Pfund Druckfarbe. Die Zahl der monatlich gedruckten Magazine füllt 200 Eisenbahnwaggons.

Das Werk, das Seiji Noma, der als einer der größten Erzieher und »König der Verleger« in Japan angesehen wird, vor 20 Jahren begann, hat reiche Früchte getragen. Vor zwei Jahren krönte er seine Verlegertätigkeit mit der Herausgabe des 850 Seiten umfassenden Wertes »Meiji Taitei« (= Der große Kaiser Meiji), das eine Auflage von 2 Millionen Exemplaren innerhalb kurzer Zeit erreichte. Es behandelt das Leben und Wirken des japanischen Herrschers, der dem Lande erst seine Bedeutung als Großmacht am Pazifik gab. Da Noma erst 53 Jahre alt und unternehmungsfreudig ist, dürfte Japan noch manches Gute auf verlegerischem Gebiete zu erwarten haben.

## Das Terramare Office in Berlin und seine Arbeit.

Am 27. Oktober 1930 ist unter dem Vorsitz des früheren deutschen Botschafters in Japan Dr. Solf das Terramare Office zum erstenmal mit einer Kundgebung an die deutsche Öffentlichkeit getreten. Im Namen des Kuratoriums wies Dr. Solf auf die erfolgreiche Arbeit hin, die das Terramare Office in England, Amerika, in den englischen Dominions und selbst in Japan in den sieben Jahren seines Bestehens entfaltet hat.

Diese Kundgebung des Terramare Office gibt Anlaß, einmal kurz auf das Tätigkeitsfeld des Instituts hinzuweisen. Der erste Gedanke und seine planvolle Durchführung sind nicht von einem berufsmäßigen Publizisten oder Werbefachmann ausgegangen. Ein Abseitiger, ein Außenstehender, der lediglich als ein deutscher Mann und Bürger den Eindruck gewann, daß man bei den anderen Völkern auch deutsche Kulturwerbung treiben müsse, hat auf eigene Faust und mit eigenen Mitteln ein Unternehmen ins Leben gerufen, das sich inzwischen unter dem Namen Terramare Office bei den verschiedensten Nationen Vertrauen und Anerkennung erworben hat.

Der Berliner Rechtsanwalt Dr. Karl Kiesel war der Gründer dieses Unternehmens. Er ging von der richtigen Anschauung aus, daß man die Welt auf die geistigen Leistungen Deutschlands, seinen kulturellen Reichtum, seine künstlerischen Schätze und landschaftlichen Schönheiten immer wieder hinweisen müsse. Darum