

Im Verlage Dietz & Co., Stuttgart:

Mein Norwegenbuch. Essays.
Mein Italienbuch. Essays.

Im Verlage Carl Schünemann, Bremen:

Sturmflut. Novelle, phantastisch.

Im Verlage Winkelman & Söhne, Berlin:

Die Wettfahrt mit dem Draug. Eine nordische Schiffergeschichte.

Im Verlage Hermann Schaffstein G. m. b. H., Köln:

Auf Auswandererwegen nach Südamerika. Reisebericht aus Brasilien und Argentinien.

In Vorbereitung:

Der blaue Peter. Ein Seglerroman.

Die Frau zwischen Hoch und Schön. Geschichte einer modernen Frau.

Zweifellos würde durch eine solche Partei ein oft beklagter Mangel behoben, denn wenn jetzt auch Verlagsprospekte Auskunft geben, wenn Literaturgeschichten vorhanden sind, die bis in die neueste Zeit reichen, so ist die Kartei doch etwas anderes, ihre Benutzung ist leichter und vorteilhafter. Sie steht an geeigneter Stelle im Geschäft. Der Verkäufer hat sie stets zur Hand. Er kann das einzelne Blatt herausnehmen und der Kunde kann es selbst lesen. Das Personal kann sich, wenn das Werk eines ihm unbekanntem Autors eintrifft, sofort unterrichten, um auf Anfragen Auskunft geben zu können.

Besentlich ist, daß dieses Werbemittel im besten Sinne nicht zu teuer wird. Wenn damit gerechnet werden kann, daß der Verleger für die auf der Rückseite aufzuführenden von ihm angegebenen Werke einen Zeilenpreis zahlt, und daß die selbstbiographischen Angaben, was ja ohne weiteres angenommen werden darf, kostenlos geliefert werden, so würde sich wohl ermöglichen lassen, die Kartei selbst bei einem Umfange von etwa 400 bis 500 Einzelblättern dem Sortiment für wenige Mark zu liefern. Bevor aber in eine Prüfung der Einzelheiten eingetreten wird, ist festzustellen, welche Meinung Verlag und Sortiment zu dem Plane haben.

Wir bitten deshalb um Äußerung hierüber an die Geschäftsstelle.
Dr. Heß.

Das billige Buch in England.

Die »Mundanus Ltd.« in London, die zu dem Verlag von Victor Gollancz gehört, hat seit einiger Zeit angefangen, neue Werke bekannter Schriftsteller zu billigem Preis (3/- für den broschierten Band) herauszubringen. Die dadurch hervorgerufene Beunruhigung sowohl bei den Schriftstellern als auch bei den Verlegern und Sortimentern hat den Herausgeber der Zeitschrift »The Author, Playwright and Composer« veranlaßt, eine Rundfrage an verschiedene hervorragende Schriftsteller, Verleger und Buchhändler ergehen zu lassen und in Nummer 2 (Vol. 41) der Zeitschrift werden die Antworten darüber bekannt gegeben. Es haben sich vier Schriftsteller, drei Verleger und ein Sortimenter dazu geäußert. Die Meinungen sind natürlich verschieden, doch in zwei Punkten ist man einig. 1. Der Gewinn des Sortimenters am billigen Buch ist so gering, daß es unmöglich ist, den Nachlaß zu kürzen. 2. Das niedrige Honorar des Schriftstellers beim billigen Buch und bei Neudrucken muß durch den größeren Umsatz gesteigert werden.

Von Schriftstellern haben sich geäußert: Mr. J. B. Priestley, Mr. Hugh Walpole, Mr. Edgar Wallace und Mr. Arnold Bennett, alles moderne und sehr bekannte Autoren. Mr. Priestley meint betreffs des billigen Buches: Was dem einen recht ist, ist dem andern billig, das heißt, wenn der Autor für sein Werk weniger erhält und das Buch sich doch wie warme Semmeln verkauft, so sollten auch der Sortimenter und der Verleger sich mit weniger begnügen. Andernfalls ist nur der Autor der leidende Teil. Je billiger das Buch, umso weniger erhält der Autor. Mr. Priestley erwähnt einen Fall aus seiner eigenen Praxis. Bei einem Werk, daß in einer »sixpenny serie« erschien, sei er nicht auf seine Kosten gekommen.

Mr. Hugh Walpole ist Gegner des billigen neuen Romans. Er ist der Ansicht, daß im Mundanus-Plan die Entschädigung des Autors nicht berücksichtigt wird. Aber den Gewinn des Verlegers und Sortimenters ist er anderer Meinung als Mr. Priestley. Nur bei ganz großen Auflagen — nur wenige Werke erreichen den Absatz eines der Bücher von Wallace — wird der Verleger und der Sortimenter einen großen Gewinn zu verzeichnen haben. Der Sortimenter ist durch die billigen Ausgaben besonders schlecht gestellt, denn es kommen so viele und sein Lager wird dadurch überfüllt. Nur bei einem sehr großen Absatz werden der Autor, der dabei kein Risiko hat, der Verleger und der Sortimenter verdienen. Die Ausstattung der Mundanus-Bücher erkennt er zwar als genügend an, er zieht aber ein gut und dauerhaft gebundenes Buch zu 7/6 vor.

Mr. Edgar Wallace spricht für das billige Buch als Neudruck, jedoch behält er sich sein Urteil über den billigen neuen Roman vor. Er betrachtet das Buch in billiger Ausgabe von einem besonderen Standpunkt aus, da er durch diese Ausgaben manche der besten Autoren kennen gelernt hat. Er glaubt, daß durch die billigen Ausgaben der Verkauf der teureren gefördert wird. J. B. die 10 Cent-Ausgaben der »Woolworth Stores« haben den Absatz der 2 Dollar-Ausgaben merklich gefördert. Er selbst kann natürlich sich mit wenigen Prozent Honorar begnügen, da seine Bücher enorme Auflagenhöhen erzielen.

Mr. Arnold Bennett sieht einen allgemeinen Preissturz und dadurch erhöhte Einnahmen des Autors kommen, da die Leser, genau wie die Zigarettenraucher, seiner Meinung nach zunehmen werden. Er glaubt nicht an die Behauptung, daß jemand, der ein Buch zu 7/6 nicht kauft, es auch nicht zu billigerem Preis kaufen würde. Viele können wegen der wirtschaftlichen Lage teure neue Bücher nicht kaufen, wie aus vielen ihm zugegangenen Briefen hervorgeht. Das neue billige Buch braucht Werbung und wieder Werbung. Mit einigen Anzeigen in ein paar Londoner Zeitungen ist es nicht getan. Eine große Anzahl Bücherkäufer hat noch nichts vom billigen Buch gehört. Nur Ausdauer und erhebliche Werbekosten können dem billigen Buch zum Erfolg verhelfen. Aber am Ende wird es Erfolg haben.

Von den Verlegern äußert sich Oberst John Murray dahin, daß Bücher, die in einer Auflage von 10 000 Stück gedruckt werden, natürlich eine höhere Vergütung für den Autor vertragen als die, deren Auflagenhöhe 1000, 2000 oder auch 5000 beträgt, selbst wenn im Laufe der Zeit der Absatz der gleiche ist. Wenn der Autor sein Buch in einer billigen Ausgabe wünscht, so ist es nur gerecht, wenn er auch seinen Teil des Risikos trägt. Der Sortimenter, dessen Spesen bei einem Verkaufspreis von 7/6 oder 2/- die gleichen sind, dessen Gewinn sich aber entsprechend dem niedrigeren Preis verringert, hat wiederholt erklärt, daß er mit weniger Rabatt als bisher nicht auskommen kann. Da er für den Absatz unbedingt nötig ist, darf man ihm den Nachlaß nicht kürzen. Als beste Lösung für den Autor sieht es Mr. Murray an, daß mit erhöhtem Absatz das Honorar entsprechend gesteigert wird.

Sodann äußert sich Mr. H. C. Alden, der Präsident der »Associated Booksellers of Great Britain and Ireland« vom Standpunkte des Sortimenters über das billige Buch. Er meint, das billige neue Buch kommt nicht in Frage. Alle Versuche, die bisher in England damit gemacht wurden, seien erfolglos gewesen; der Grund sei die so beliebte Leihbücherei. Der billige Neudruck erscheint erst, wenn die Nachfrage nach dem Buch zum Originalpreis nachgelassen hat. Diese Neudrucke zu billigem Preis werden herausgegeben, um neue Käufer aus anderen Schichten für das Buch zu gewinnen. Ohne diese Ausgaben würden der Absatz des Buches und somit die Einnahmen des Autors sich vermindern und schon früher aufhören. Es liegt bei dem Autor und dem Verleger, zu entscheiden, ob ein Werk, dessen Absatz zum normalen Preis von 7/6 nachgelassen oder aufgehört hat, in einer billigen Ausgabe noch Erfolg haben würde, und ob Autor und Verleger sich mit einem geringeren Verdienst begnügen wollen. Aus eigener Erfahrung führt Mr. Alden ein Beispiel an, wonach ein Roman, der seine Glanzzeit hinter sich hatte und