

Tatsachen über sich selbst bewußt sei; daß sie daher durch präventive Haltung sich selbst und andere zu betrügen suche; daß die Buchklubs eine Gefahr nur geworden seien, weil die Buchindustrie eine solche stets benötige; daß die Buchreklame in der Fachpresse meist aus rosa Limonade bestehe, während sie »stärkender, eisenhaltiger Wein sein solle«. Zum Trost fügt er allerdings hinzu: »Das Buchgeschäft ist im Vergleich mit anderen Industrien, im ganzen gesehen, nicht besonders rückständig. Es gibt keine Konsum-Industrie im Lande, deren Leitung nicht ein ebenso entmutigendes Maß von Tatsachenblindheit, Planlosigkeit und Unfähigkeit aufweist, wie eben die Buchindustrie auch«.

Die Anfangskapitel widmet der Verfasser einer Betrachtung von Wesen und Gewohnheiten des amerikanischen Lesepublikums, wobei er behauptet, daß infolge falscher Erziehungsmethoden dreiviertel seiner Hochschulstudenten ihre Auktion mit einem Widerwillen gegen Bücher im allgemeinen und gegen Literatur im besonderen verließen. Sie hätten überhaupt nicht gelernt, richtig zu lesen. Es sollte daher zuerst das Problem angepackt werden, dem Büchermarkt die vielen Tausende zu gewinnen, welche zwar in der Schule lesen gelernt haben, aber nicht Bücherkäufer geworden sind. Zu dem Zwecke empfiehlt Mr. Cheney einen Zusammenschluß aller Gruppen von Erziehern zu einem »Education Conservation Council«, welchem nationalen Erziehungsrat die Aufgabe zufallen solle, mit Hilfe der Regierung das Lesen von Büchern zu fördern. Dazu wäre erwünscht: Mitarbeit seitens des Nationalverbandes der Buchverleger sowohl als auch der Autorenliga; ferner wirksame Beteiligung der Presse, der Kirche, des Rundfunks, auch die Einrichtung von Vorlesevereinen, um möglichst in jeder Ortsgemeinde des Landes literarisches Interesse zu erwecken.

Die Buchverleger müssen sich von ihrem Experten besonders bittere Wahrheiten anhören, und zwar wirft er ihnen vor, auf das Herausbringen neuer Bücher zu großes Gewicht zu legen und damit die Verkäuflichkeit der Neuerscheinungen selbst zu mindern; er behauptet, daß sie zu viele neue Titel veröffentlichen, von denen zahlreiche besser ungedruckt geblieben wären; daß sie gewisse neue Bücher als »Schlager« (best sellers) über ihren wahren literarischen Wert weit hinaus anpreisen, zu dem Zwecke, sie auf den ahnungslosen Buchhandel abzuladen; daß sie über ihr eigenes Geschäft nicht genügend informiert sind, ihre Buchhaltung nicht auf der Höhe und ihr Kreditssystem ungleichwertig und willkürlich sei. Der Gewinn einer erfolgreichen Publikation sollte nicht, wie der Verfasser sagt, zum Ausgleich der durch Fehlschläge erlittenen Verluste dienen. Letztere müßten durch wissenschaftliche Methode bei der Manuskriptauswahl möglichst ganz vermieden werden. Auf Grund seiner früheren Erfahrungen sollte der Verleger imstande sein, die Absatzmöglichkeiten eines neuen Buches ziemlich genau im voraus zu bestimmen. Während Mr. Cheney die Unternehmungslust lobend anerkennt, die sich häufig in dem Herausbringen von Werken neuer Autoren bekundet, beschuldigt er die Verleger, vielen ihrer neuen Werke systematisch selbst den Lebensfaden abzuschneiden. Wie er ermittelt hat, beträgt die durchschnittliche Lebensdauer eines nicht einschlagenden Buches etwa drei bis vier Monate, die einer gutverkäuflichen Novität zwei bis zehn Monate, in äußerst seltenen Fällen über achtzehn Monate hinaus. Die angestellte Untersuchung zeige, daß Erfolg oder Fehlschlag eines neuen Buches keine unberechenbare Erscheinung sei, daß vielmehr die Verleger Bestimmtes tun, was Neuerscheinungen schnell tötet, dagegen wieder Anderes, zumeist zufällig, womit »Schlager« erzeugt werden.

Vom Sortiment erklärt Mr. Cheney, daß, wenn es in allen Teilen des Landes so gut organisiert wäre wie in New York, nach seiner Schätzung der Absatz insgesamt um 85 Prozent größer sein würde. Doch des weiteren führt er aus, daß schon lange vor Eintritt der heutigen Notlage die Situation des amerikanischen Buchhandels eine unerfreuliche war, zum Teil wegen unfähiger Geschäftsleitung in Einzelfällen, jedoch hauptsächlich infolge der Haltung der Verleger gegenüber dem Sortiment. Während der erstere gewöhnlich glaubt, seiner Pflicht dem Buchhändler gegenüber mit Lieferung des Buches genügt zu haben, erklärt Mr. Cheney, »die erste Schwäche in dem Verteilungssystem besteht darin, daß der Verleger als Verkaufshelfer zu einer Zeit versagt, wo seine Mithilfe am notwendigsten ist«. Die Methode der Verleger, Reklame für ein Buch zu machen, nachdem es begonnen hat, Anklang zu finden, ist, wie er sagt, von geringem Nutzen für den Buchhändler. Verhältnismäßig gibt es wenig Buchläden im Lande, aber sie sind in grotesker Weise ungleich verteilt. Selbst unter normalen Verhältnissen, behauptet Mr. Cheney, erzielt der amerikanische Buchhandel nicht einen solchen Gewinn, der zu Mühe und Risiko im angemessenen Verhältnis stehen würde. Die Hälfte der Buchhändler bezeichnet er als unrentabel, und auch die Buchabteilungen der Warenhäuser brächten gewöhnlich Verlust, der jedoch von anderen rentableren Abteilungen

getragen werde. Die Buchklubs helfen nur wenig zur Vermehrung des Absatzes und haben wahrscheinlich die Höhe ihrer wirtschaftlichen Entwicklung erreicht. Die Preisbildung schließe sich dem gegenwärtigen Verteilungssystem an und könne keine drastische Änderung vertragen.

Während er die Autoren mahnt, einfacher und gemeinverständlicher zu schreiben, entgehen auch die literarischen Kritiker nicht dem Tadel von Mr. Cheney, denn, wie er sagt, eine Durchsicht von 1733 in 67 verschiedenen Zeitschriften erschienenen Bücherrezensionen habe nur 37 Fälle absprechenden Urteils ergeben, während darin 726 Bücher höchst lobend, der Rest unverbindlich besprochen werden. Demgegenüber behauptet der Verfasser, daß durch die Stillschließlichkeit der literarischen Kritik die Buchindustrie untergraben werde, dagegen grausame und rücksichtslose Besprechungen dem Buchgeschäft nur förderlich sein könnten, wobei er andeutet, daß in vielen Fällen die Kritiker unter dem Einflusse der Verleger ständen. Auch vom Buchhändler verlangt er, daß er literarische Kritik übe, mit der Empfehlung u. a. darüber zu entscheiden, was für jugendliche Leser dienlich sei. Seine übrigen Ratschläge gehen dahin, in erster Linie zu lernen, das Geschäft geschäftsmäßig zu betreiben; Werbung sollte gemeinsam und individuell studiert werden; die Tätigkeit der Grossisten und der kooperative Bücherversand von Seiten der Verleger sollte ausgedehnt werden; die Probleme zur Anregung des Bücherlesens wie des Bücherkaufens sollten eingehend studiert werden; die ganze Industrie sollte reorganisiert und die Verantwortung in erster Linie auf den Verleger übertragen werden.

Neue Zeitschriften und periodische Erscheinungen.

Mitgeteilt von der Deutschen Bucherei, Leipzig.

Die Aufnahme geschieht jeweils auf Grund der ersten in der Deutschen Bucherei eingelaufenen Nummer, die nicht immer die erste Nummer im bibliographischen Sinne ist.

Den Titeln sind die Standortbezeichnungen der Deutschen Bucherei beigelegt.

Abzüge dieser Liste werden gegen Erstattung der Versandkosten unentgeltlich überlassen.

Nr 129 (März 1932). (Nr 128 siehe Bbl. 1932, Nr 67.)

Acta juris Hungarici. Revue trimestrielle de droit hongrois. Année 1 (: 1932). No 1. (Janv.—Mars.) 120 S. 4° Berlin: C. Heymann; Haag: Nijhoff; Budapest: S. Poltner & fils; Paris: Librairie générale de droit et de jurisprudence. Jährl. 16.—; Einzelh. 5.—. (Vierteljährl.) (ZB 25 953.)

Archivum historicum Societatis Jesu. Periodicum semestre a Collegio scriptorum de historia S. J. in urbe editum. Annus 1: 1932. Fasc. 1. (Jan./Mai.) 192 S. gr. 8° Rom (Vergo S. Spirito 5); Archivum historicum S. J. Jährl. L. 30, in Ital. L. 25.—; Einzelh. L. 18.—, in Ital. L. 15.—. (2mal jährl.) (ZB 25 793.)

Blätter für die deutsche Studentenschaft an höheren Schulen. (Jg. 1:) 1932. H. 1. (Jan.) 32 S. mit Abb. 8° Wien VI., Linke Wienzeile 112 (: Hans Schlesinger). Einzelh. —, 40, S. —, 60, Kf. 3.—; viertelj. 1.—, S. 1.50, Kf. 7.50; halbj. 2.—, S. 3.—, Kf. 15.—; jährl. 4.—, S. 6.—, Kf. 30.—. (Monatl.) (ZA 16 330.)

Der Drehspiegel im System. Eine sozial- u. wirtschaftspolit. unabh. Kampfschrift gegen d. Rot im Volke. Einführungs-Ausg.: 20. Dez. 1931. 8 S. 4° [Mit Jg. 1: 1932, Nr. 6 Ersch. eingest.] Mannheim, Pfalzplatz 6 (: Der Drehspiegel im System). Einzelur —, 20; monatl. —, 80. (ZB 25 969.)

Familienblätter des Sippenverbandes des fränkischen Geschlechts Körner, Haus Nordheim-Spandau. [Jg. 1:] 1932. H. 1. (Jan.) 16 S., 1 Taf., 1 Stammtaf. 4° Königsberg Pr. (: Sippenverband d. fränk. Geschl. Körner). (ZB 25 848.)

Fettberichte. Gesamtübersicht über d. Gebiet d. Fette, Fettprodukte u. verw. Stoffe für . . . von Dr. [Jffer] Davidsohn u. Karl Rieb. [1:] 1927/30, 1932. XVI, 458 S. gr. 8° Stuttgart: Ferd. Enke. 47.—; Bw. 49.—. (ZB 25 912.)

Flugblatt des Ringes Deutscher Spielscharen. Jahr [1:] 1932. [H.] 1. 8 S. 4° (Berlin C 2, Brüderstr. 1: Eduard Bloch.) Jährl. 1.—; Einzelur —, 10. (Monatl.) (ZB 25 918.)

Flux = Berichte für die fortschrittliche Metallgießerei. Hrsg. v. d. Ges. f. Gießereichemie, Frankfurt/M. Jg. [1:] 1932. [Nr 1.] Jan. 4 S. 4° (Frankfurt/M. [Gausstr. 25]: Gesellschaft f. Gießereichemie.) (ZB 25 908.)

Mein Heim. Die Zeitschrift f. Architektur, Innendekoration, Kunst, Kunstgewerbe. [Jg. 1:] 1932. [H.] 1. Jan. 31 S. mit Abb. 4° Karlsbad: Alfred Bayer-Lithos G. m. b. H. Jährl. Kf. 150.—; f. Tschekoslow. 120.—; Einzelh. 15.—. (Monatl.) (ZB 25 823.)