

Die Werke kluger Sinnen
hat nie vertilgen können
der Zeiten starke Flucht,
wieviel sie sonst vermocht.

Auf Stahl und Stein zu bauen
darf keiner sicher trauen,
sie nehmen eher Bruch
als ein gelehrtes Buch.

Friedrich Logau. Deutsche Sinngedichte. (1954). Bücher

und Buchhändler gesprochen wird, so hat es fast den Anschein, als würde dies als eine Tatsache hingenommen. Der Verleger wird daher den vielleicht nicht unberechtigten Wunsch haben, den Vertrieb seiner Werke selbst zu übernehmen. Diese Gefahr liegt nahe, da er sich sagen kann, 64 Prozent aller Bücherkäufer lassen sich von der Buchkritik der Zeitungen und Zeitschriften beeinflussen.

Demgegenüber sei hier gesagt, daß der persönliche Kontakt von Mensch zu Mensch noch immer den größten Einfluß auf jeden Verkauf hat, ganz gleich, wo er stattfindet. Die großen Bucherfolge sind weder durch die Verlegerreklame noch durch die Presse gemacht worden, sondern durch den Sortimenter. Der Buchhändler, der nach der persönlichen Lektüre von dem Werk gefesselt ist, empfiehlt es weiter. Nur dem Sortimenter ist es zu verdanken, daß so manches stille Buch, das weder nach dem Geschmack der großen Masse ist, noch eine große Presse zur Verfügung hatte, ein Erfolg wurde, und, was wesentlich ist, auch gekauft wurde. Ich kann aus meiner Erfahrung nur berichten, daß der Käufer, wenn er das Gefühl hat, hier ist ein Mensch, der dich versteht und dich nicht nur als Käufer sondern als Freund berät, dies immer dankbar anerkennt. Vertrauenskrise kann es in örtlichen Ausmaßen geben, das mag vielleicht auch der Grund der Verantwortung gewesen sein, aber dann liegt sie am Buchhändler selbst. Von einer totalen Vertrauenskrise zu sprechen, halte ich für verfehlt.

Damit es aber nicht zu dieser Krise kommt, ist es Bedingung, daß der Beruf eines Buchhändlers — es hieße besser Buchberater — nur von verantwortungsbewußten und ethisch vollwertigen Menschen ausgeübt wird. So wichtig es ist, kaufmännisch zu denken, ein bißchen Herz muß im Buchhandel immer dabei sein. Der wahre Buchhändler ist ein Menschenkenner. Wenn er im wahrsten Sinne des Wortes der Seelenarzt seiner Kunden ist, kann von einer Vertrauenskrise niemals gesprochen werden.

Daß dem Buchhändler im Leben eines Volkes eine wichtige Rolle zukommt, sagen treffend die Worte von Arno Holz: »Es kann gar keine Frage sein, ob der deutsche Sortimenter bis jetzt ein Kulturfaktor war; daß er es bleiben möchte, wir wünschen es uns und ihm — alle!«

Erwin von Tauphoenus
i. Hse. Victor von Zabern, Mainz.

Umgang mit dem Buchhändler.

Unter dieser Überschrift erschien in der Kölnischen Zeitung vom 15. Januar ein kleiner Bericht von Hans Lorenz Venzen, in dem u. a. gesagt wird: »Die heutigen Buchhändler haben ziemlich alle etwas Kühles, Unpersönliches, überaus Sachliches. Woran das liegt? Einfach daran, daß der Buchhändler mehr und mehr ausstirbt und daß heute die Buchhändler regieren. In ein und demselben Laden, heute Herr X, morgen Fräulein Y, übermorgen Herr Z. Es sind alles geschulte, gewissenhafte Kräfte, selbstverständlich, aber auch alle ein wenig unruhig, getrieben, ja traurig. Es macht auf scharfe Augen den Eindruck, als ständen sie allesamt an der falschen Stelle. Die Folge: die Käufer werden verlogen und verdrücken sich still. Schuld des Buchhändlers? Nein, es sieht bloß so aus. Leider! Solange der Buchhändler nur beim Eintritt seriöser (wissen Sie, was das bedeutet?) Kunden sein Privatkonto verläßt, sonst aber Fräulein Y oder Herrn Z zufällig bedienen läßt, solange Buchläden eine Art feierlicher Mausoleen sind, so lange wird es dem Buch nicht besser gehen. Und also auch nicht dem Buchhandel. Die gewiß gutwilligen Angestellten des Hauses mögen immer bestimmten Abteilungen des Hauses vorgestellt sein und bleiben. Bedienen sie, wenn sie gerade 'frei' sind, dann gibt es Betrieb, aber keine individuelle Behandlung'. Der Buchhändler scheue sich nicht, hier vom Prinzip der Warenhäuser zu lernen. Es wird nirgendwo so viel freundlich gelächelt wie dort. Aus guten Gründen.«

So etwas liest man als Buchhändler nicht gern. Bestimmt nicht. Aber wer des öfteren die großen Blätter durchsieht, wird immer wieder auf derartige Äußerungen stoßen. Leider haben die Herren zu oft recht. Und wenn man da und hier mit großen Verlegern und Schriftstellern spricht, so wird auch bei diesen dieselbe Klage geäußert. Seien wir ehrlich: Es fehlt immer mehr der Buchhändler! Ganz selten nur wird der anspruchsvolle Kunde innerlich berührt von der Art und Weise, wie ein Buchhändler seinen Beruf vertritt.

Ich meine: der passionierte Buchhändler, der nicht nur zufällig Buchhändler ist, sondern der mit seinem ganzen Menschen dahintersteht. Wir alle kennen solche Buchhändler im Reich; selten, sehr selten trifft man sie, aber wo wir sie gefunden haben, da wissen wir, was damit gemeint ist, wenn geklagt wird, der Buchhändler stirbt aus. Nein, es genügt nicht, nur »geschult« oder »gewissenhaft« zu sein; das sind die absoluten Voraussetzungen, sind Selbstverständlichkeiten! Aber — kann man dennoch fragen: sind diese Voraussetzungen in den meisten Fällen erfüllt? Nein. Man gehe in die Buchhandlungen und orientiere sich! Es sieht oft zum Erbarmen aus mit der »Geschultheit«!

Ein Buchhändler, der Anspruch darauf erhebt, über dem Durchschnitt zu stehen, erfüllt ganz andere Anforderungen. Sie liegen natürlich nicht in rein äußerlichen Dingen; sein Plus ist ein inneres. Mit der ausgesprochen literarischen Sicherheit, die er an den Tag legt, verbindet er ein erstaunliches Gefühl für Menschen. Er ist nicht nur der Buchhändler hinter oder vor dem Tisch, sondern der freie, übergeschäftlich gelagerte Mensch, der zu seiner Kundenschaft spricht. Eine Situation, die im geschäftlichen Leben nirgends so stark ausgeprägt in Erscheinung treten kann wie in unserm Beruf. Das liegt an der besonderen Struktur des Buchhandels. Und diese wird nicht genügend ausgewertet. Woran liegt das? Nun, nicht schwer zu sagen. Es liegt an der ungenügenden Fundamentierung des einzelnen Buchhändlers, im Menschlichen sowohl wie im Geistigen. Mit »menschlich« soll hier natürlich keine abschätzigende Beurteilung verbunden sein. Da aber alle geistige Leidenschaft ihren Ursprung im Menschlichen hat, d. h. in der Triebkraft des menschlichen Herzens, das alle geistigen Werte anspornt, diese Triebkraft, um beim Bilde zu bleiben, aber nur selten anzutreffen ist in dem hier geforderten Sinne, so fehlt es naturgemäß auch an dem Buchhändler, von dem die Rede geht, daß er den idealen Typ unseres Berufes verkörpere. Daß dieser »Typ« nicht stärker vertreten ist, das ist der Kernpunkt all dieser Klagen.

Und dann die Freundlichkeit! Himmel, ja, welche griesgrämlichen Gesichter kann man oft sehen! Der Kunde läuft ja ganz von alleine wieder aus dem Laden, wenn er einem solchen Buchhändler in die Arme läuft. Ist es denn so schwer — trotz dieser bitteren Zeit —, ein freundliches Gesicht zu machen? Natürlich liegt es nicht an diesem sonnigen Gesicht allein, es muß auch noch viel mehr persönliche Wärme, viel mehr Beteiligung am Buche gezeigt werden, nicht nur ein Buch nach dem andern heranschleppen und den Kunden damit überbürmen (natürlich in vielen Fällen aus Unkenntnis). Der anspruchsvolle Kunde (und immer soll der Buchhändler diesen im Auge haben!) fordert von uns die Begeisterung aus Überzeugung! Er will Lebendigkeit und Bereitschaft vom Buchhändler, sonst wird er gar nicht berührt und »gewonnen«! Wie weit dieses persönlich Beteiligtengehen kann, muß der betreffende Buchhändler von sich aus beurteilen können. Er wird es sehr wohl abzuschätzen wissen, wenn er ein wenig Psychologe ist. Aufdringlichkeit ist bestimmt nicht am Platze. Alle diese Bedingungen aber sind in einem so hohen Maße mitbestimmend für den Gang der einzelnen Buchhandlung, daß schon aus diesem wichtigen (ja augenblicklich allerwichtigsten) Grunde aller nur erdenkliche Wert auf »individuelle Bedienung« gelegt werden muß. Kein Fräulein Y oder keinen Herrn Z bedienen lassen, wenn größere Anforderungen gestellt und erfüllt werden sollen. Diese Hilfskräfte können genügend anderswo beschäftigt werden, aber nicht beim Kunden (gleich, ob er nun »seriös« ist oder nicht!). Auch der »einfache« Mann weiß es zu empfinden, wie er bedient wird. Die Folge? Er kommt gern wieder oder bleibt weg!

Was ich in der Weihnachtsnummer der Kölnischen Zeitung (Die Literatur vom 11. Dez.) über den Buchhändler sagte, möge mir zum Schluß gestattet sein, hier zu wiederholen:

Sei nicht zu exklusiv! Stelle deine Bücher vor die Schaufensterauslagen auf Holztische; laß die Vorübergehenden sehen, was du alles an feinen Sachen hast. Warte nicht, bis man zu dir in den Laden kommt. Mache es wie in Paris: da liegen die Bücher vor den Schaufenstern. Mache deinen Laden hell, und mache vor allem ein freundliches Gesicht. Betrachte deinen Kunden nicht von deiner »hohen« geistigen Warte aus. Sei lieber lustig als »geistreich«! Gewinne eine bekannte Persönlichkeit deiner Stadt, die am Sonntagmorgen in deinem Laden über interessante Dinge des geistigen Lebens spricht, oder eine Dame, die aus guten und wichtigen Büchern vorliest. Frage nicht danach, ob beim erstenmal nur zehn Leute da sind: in der Wiederholung liegt alle »Kellame«. Mache einen deinem Stand angemessenen »Betrieb«; sei begeisterungsfähig. Ach, es gibt so viel Möglichkeiten, den Leser zu sich heranzulocken. Er, der Leser, ist wie ein Mädchen, er will »aufgefordert« sein. Eine kleine, aber tiefe psychologische Wahrheit.

Freiburg im Breisgau.

Hanns Arens.