

Vortragswesen und Buchhandel.

Von Johan Luzian.

Wir haben den in Buchhändlerkreisen als Vermittler dichterischer Werke wohlbekannten Schriftsteller und Vortragskünstler Johan Luzian gebeten, uns aus dem reichen Schatz seiner Erfahrungen einige Anregungen und Vorschläge dafür zu unterbreiten, in welcher Weise und in welchem Ausmaße der Vortragsabend in den Dienst der vom Buchhändler zu erfüllenden Kulturaufgaben gestellt werden könne und welche Möglichkeiten sich für die Veranstaltung solcher Abende durch den örtlichen Buchhandel darbieten. Nachdem das geistige Leben unseres Volkes von dem intellektuellen Gift, dessen Einwirkungen es über ein Jahrzehnt hindurch ausgelegt war, befreit worden ist, besteht eine der wichtigsten Aufgaben der von uns zu leistenden Kultur-Arbeit darin, ein neues, des Volkes der »Dichter und Denker« würdiges Verhältnis zu schaffen zwischen den schöpferischen und den aufnehmenden Teilen der Nation, d. h. also, das Volk zum Dichter und den Dichter zum Volk zu führen. Dabei kann auf die Vermittlung dichterischer Güter durch das gesprochene Wort am allerwenigsten verzichtet werden. Die folgenden Ausführungen verdienen daher die Aufmerksamkeit aller Buchhändler. Jrgendwelchen Äußerungen dazu sieht die Schriftleitung gern entgegen, sofern sie frei von jedem persönlichen Ressentiment und von dem ernsthaften Willen erfüllt sind, einer guten und für das gesamte deutsche Kulturleben außerordentlich wichtigen Sache zu dienen. D. Schriftl.

Vor einigen Jahren wurde ein junger deutscher Schriftsteller in eine kleine westfälische Stadt verschlagen. Er verstand es, über zeitgenössische Dichtung lebendig und fesselnd vorzutragen und veranstaltete daher literarische Abende in öffentlichem Rahmen. Er mietete einen nicht zu teuren Saal, zeigte seine Vorträge in der Zeitung an, sandte persönliche Einladungskarten als Drucksache an alle Leute, die ihrem Stand und ihren Neigungen nach als Besucher in Frage kommen konnten und brachte es auf über 100 Abonnenten für 6 Vortragsabende im Laufe eines Winters. Er überzeugte mit seinen Vorträgen, obgleich er nicht katholisch war, in einer überwiegend katholischen Kleinstadt ein halbes Duzend Land- und Amtsgerichtsräte, ein halbes Duzend Gymnasiallehrer, ein halbes Duzend Ingenieure, Bankdirektoren, Rechnungsräte und Großkaufleute, Ärzte, Apotheker, Postsekretäre samt ihren erwachsenen Familienangehörigen, überzeugte — was sehr schwer ist — sogar die Primaner der höheren Schulen. Er gewann nicht nur literarisch gebildete und interessierte Kreise, sondern auch aus dem Mittelstand und unter den einfacheren Leuten eine ganze Reihe von Menschen, die durch ihn fast zum erstenmal neuere Dichter kennenlernten. Nur eines gelang ihm nicht, nicht im ersten Winter und nicht im zweiten und auch nicht im dritten Winter, in dem er seine Vorträge hielt, die bereits traditionell in dieser kleinen Stadt geworden waren und »zum guten Ton« gehörten, es gelang ihm nicht — die vier oder fünf Sortimentbuchhändler zu überzeugen. Ich weiß es von diesem Vortragenden selber, daß nur ein einziger Buchhändler seine Frau in die Vortragsabende sandte und daß von den übrigen nur die Töchter, die Dienstboten oder überhaupt niemand zum Besuche kamen. Die Herren Sortimentler hatten abends ihren Jagdverein, ihre »Harmonie«, ihre Magistratsitzung und für literarische Begebenheiten »keine Zeit«. Sie glaubten vielleicht auch, sie täten bereits genug für die deutsche Literatur, wenn sie »in diesen schweren Zeiten« das eine oder andere gute Buch ins Schaufenster legten und »Nimm und lies!« oder den »Buchberater« an einen Kreis von Kunden verschickten. Wenn die Leute dann nicht kommen und kaufen, so sagten sie sich, dann ist eben nichts zu machen. Dann müssen wir uns leichtere Lektüre oder noch mehr Zeitschriften (die die Leute vom Bücherlesen abhalten!) oder Schreibwaren oder Devotionalien zulegen und auf bessere Zeiten warten. Wir können nichts daran ändern, daß das Interesse des Publikums nachläßt, wir sind doch nur Buchhändler. Jawohl, Händler waren sie in dieser kleinen Stadt, und ihr Handel ging schlecht. Der Schriftsteller mit seinen Vortragsabenden erkundigte sich manchmal, ob das oder jenes Buch, über das er gesprochen hatte, auch gekauft worden war, aber dann schüttelten die Sortimentler traurig die Köpfe und sagten: »Nein«, oder »ein Exemplar« oder »Ja, danke, ein paar Exemplare«. Aber das

genügte ihnen natürlich nicht, denn sie meinten, man müsse mit literarischen Abenden den gleichen Propagandaerfolg haben können wie der Herr von der Waschmittelfirma, der einen lehrreichen Lichtbildervortrag gehalten und sicher alle Hausfrauen zu seinem Waschmittel belehrt hatte. Die Herren Sortimentler wollten greifbare Erfolge sehen, stapelweise die Bücher verkaufen — dann, ja dann hätten sie sich überzeugen lassen, dann wären sie gleichsam aus Höflichkeit sogar, statt an den Stammtisch, in die Vorträge gegangen. Daß durch die Vortragsabende das Publikum jedoch im allgemeinen Interesse an guter Literatur wachgehalten wurde, und daß es nun von sich aus nach Büchern suchte und wenn nicht dieses so doch jenes Buch aus einem Bedürfnis heraus auch kaufte, das übersehen sie.

Ich spreche hier nur von einer bestimmten Stadt, über die ich genau Bescheid weiß. Ich möchte die Schilderung nicht verallgemeinern, schon aus dem Grunde nicht, weil ich aus meiner persönlichen Erfahrung ein Duzend Städte dagegen sehen kann, in denen Sortimentbuchhändler großen Anteil am Vortragsleben nahmen und nehmen. Es kann nichts schaden, ein paar Namen einmal zu nennen, weil man sieht, daß es sich um große und kleine Firmen, um große und kleine Städte handelt. Wir haben für unser Thema vielleicht eine deutlichere Grundlage. Es seien etwa genannt: Weitbrecht & Marißal, Hamburg; Carl Lange, Sonneberg; Ritter'sche Buchhandlung, Soest; Schöningh, Osnabrück; Gast, Zerbst; Neuer, Heidenheim; Fluhrer, Weislingen; Herwig, Göppingen; Pfeiffer'sche Buchhandlung, Viefelsfeld; Niemann'sche Hofbuchhandlung, Coburg; Kaniß'sche Buchhandlung, Gera; Kraft, Greiz; Dabelow, Hamm; Wade, Pritz; Neubert, Halle usw.

Beim Aufzählen besinnt man sich vielleicht noch auf einige Großstädte, aber es fallen einem zur Hauptsache kleine und mittlere Städte ein, und das ist auch richtig und ganz erklärlich. Zwar haben die Leute in den kleineren Städten keineswegs »mehr Zeit«, im Gegenteil, nirgends hat man »mehr Zeit« als in den Großstädten, aber die Menschen haben in den kleinen Städten gesündere und einfachere Bedürfnisse, wenn, ja wenn man sie zu wecken weiß! Und daß der Sortimentbuchhändler Anteil an der ständigen Erneuerung des geistigen Lebens seiner Stadt haben muß und haben kann, das habe ich nicht nur bei den obigen Firmen erlebt und gesehen, sondern das verlangt der einfachste Berufsehrgeiz eigentlich in jeder Stadt.

Wenn man nun aber gleich, wie ein kleiner Rechner, an jedem Abend, den man mit Mühe und Kosten veranstaltet hat, die Bilanz ziehen will und bei einem Hans Grimm-Abend nachrechnet, wieviel »Volk ohne Raum« und bei einem Dwingen-Abend wieviel »Wir suchen Deutschland« man verkauft hat — dann wird man kaum Freude und Optimismus dabei gewinnen. Wenn man dagegen von Jahr zu Jahr mehr sieht und hört, wie das Vertrauen der Kundschaft nicht nur zur Solidität, sondern auch zu dem literarisch-kulturellen Ruf seiner Firma wächst, wie die eigene Buchhandlung von Jahr zu Jahr mehr zu einem der geistigen Mittelpunkte wird, und wie man den immer bewegten Strom des öffentlichen Interesses an sich zieht, behält, fördert, sich erneuern sieht, dann kann man schon seine Freude an dem Vortragswesen erleben, denn hier bietet sich dem Sortimentler eine ganz große Chance, eine vornehme, eine verantwortungsvolle, eine beglückende Aufgabe gerade in dieser Zeit: Vom Buchhändler zum Buchförderer, Buch- und Menschenbetreuer emporzuwachsen! Hier verbindet sich mit den tausend Widerwärtigkeiten und Placereien des täglichen Geschäftskleintraums, der an jedem Brotberuf hängt, die idealistische, die über das Materielle hinausweisende und hinaushebende Forderung: Sei Bildner, sei Berater, sei Führer zum guten Geschick, zum gesunden geistigen Bedürfnis, zum seelischen Leben deiner Stadt! Und wenn deine Ladentasse nur ein Dreimarkstück enthält, aber wenn du dieses Geld von einem Kunden erhalten hast, der durch dich, durch deine Bemühungen zum erstenmal im Leben ein gutes Buch bei dir gekauft hat und dir dafür danken und dir treu bleiben wird, — du