

undzwanzig Monatstage hereinzunehmen. Wir wissen wohl, daß von der Reichsschule im Rahmen des Möglichen schon außerordentlich viel zu leisten ist, aber wir bitten doch, jetzt nach Überwindung der Anlaufzeit zu überprüfen, was hier noch getan werden kann.

Unsere Bitte geht ferner dahin, daß der Bildungsausschuß, wenn er für die Freizeiten und überhaupt für die Erziehungsarbeit des Jungbuchhandels seine Programme fürs neue Jahr macht, von vornherein und unbedingt bei jeder Gelegenheit das Jugendbuch gebührend mitberücksichtigt und miteinbaut.

Es wäre auch zu überlegen, ob nicht ein Preisauschreiben von seiten des Bildungsausschusses veranstaltet werden könnte über die besten Anregungen, die von und für den Jungbuchhandel gegeben werden. Die Fachgruppe wird sich sicher bereit finden lassen, hierzu kleine Geldpreise auszusetzen.

Für Freizeiten, Arbeitsgemeinschaften, Wochenendtreffen, Vorträge könnten mit Hilfe der Fachgruppe geeignete Kräfte für Vorträge praktischer Art über Jugendbücher gewonnen werden, wofür nötigenfalls, wenn die sonstigen Mittel nicht ausreichen, von der Fachgruppe ein Zuschuß gewährt werden könnte.

Noch ein Kapitel, wo es fehlt: Die Jugendbücher sind im Schaufenster vor Weihnachten sehr gut vertreten. Der Sortimentler weiß, daß alt und jung die Buchhändlerfenster betrachten, daß die Einbände der Jugendbücher anziehend wirken und daß sie zum

Kauf anreizen. Schon kurz nach Weihnachten wird aber das Schaufenster in einem Zug ausgeräumt. Man kann sich in einer Großstadt am 28. Dezember ein halbes Duzend Schaufenster betrachten, in denen auch nicht ein einziges Jugendbuch mehr vertreten ist. Jetzt kommen die Jugendbücher ins oberste Regal und werden erst auf Ostern wieder heruntergeholt. Das ist eine falsche Einstellung; das Jugendbuch gehört Woche für Woche in dauerndem Wechsel ins Schaufenster und auf den Ladentisch, denn jede Woche werden für Geschenkzwecke Jugendbücher gebraucht. Wenn sie aber dem Publikum nicht sichtbar sind, so geht es eben in den Spielwarenladen und das Schokoladengeschäft.

Darum gebt dem Jugendbuch einen dauernden Platz sowohl im wöchentlich wechselnden Schaufenster als auch auf dem Ladentisch und außerdem im Regal in Grifffhöhe und Augennähe, und der Erfolg wird nicht ausbleiben. Ich glaube, in meiner Schätzung der Wirklichkeit ziemlich nahe zu kommen, wenn ich sage, daß auf Weihnachten vielleicht 70% und das Jahr über 30% der Jugendschriften verkauft werden. Von manchen gut organisierten Firmen, denen ich meine Weisheit verdanke und die diese Ratschläge praktisch durchgeführt haben, weiß ich, daß der Jahresumsatz an Jugendbüchern um 25% gestiegen ist. Also ein erfreulicher Erfolg!

Für die Arbeitsgemeinschaft der Jugendbuchverleger:  
Otto Weitbrecht

## Schafft billige Bücher

Variationen über ein altes Thema von Dr. Herbert Buhl

Es wäre vielleicht eine ebenso lohnende wie vielseitige Aufgabe, wenn man den Geist Knigges beschwören und »Über den Umgang mit Büchern« schreiben würde. Jedenfalls aber wäre eine solche Schrift nutzbringend und geeignet, Anschauungen zu beseitigen, die auch heute noch nicht völlig beseitigt zu sein scheinen, und die nicht nur zu unnötigen Fragestellungen, sondern auch zu unrichtigen Folgerungen führen. Wenn man heute die Frage aufwirft, ob »der Sortimentler nur Zwischenhändler« sei, so ist dies eine Frage von rein akademischer Bedeutung. Darüber, daß der Sortimentler notwendig ist, daß er dem Autor einer der treuesten Helfer und Förderer ist, ist jede Diskussion überflüssig. Wenn man aber eine Diskussion über dieses Thema für erforderlich erachtet, wie dies Jacchi im Börsenblatt (Nr. 5 vom 7. Januar 1936) tut, so muß man von Anbeginn eine des deutschen Buches würdige Linie verfolgen.

Man kann also nicht davon ausgehen, daß man das Buch »zunächst schlecht hin als Ware« betrachtet. Das Buch ist, auch »schlecht hin«, mit einer Ware nicht vergleichbar. Es ist eine Tat, zunächst — hoffentlich — eine geistige Tat des Verfassers, dann eine Tat des Verlegers, und es ist eine schöne Aufgabe des Sortimenters, dieser zweifach gestalteten Tat das nötige Echo zu verschaffen. Daß er für diese Arbeit seines Lohnes wert sei, kann man billig nicht in Zweifel ziehen.

Zweifelhaft jedoch sind die Folgerungen, die Jacchi aus seinen Überlegungen zieht. Er meint, daß man gerade aus dem Bewußtsein der hohen Aufgabe schriftstellerischer Arbeit heraus bei jeder Neuerscheinung »sachlich und kühl« zu überdenken habe, ob der Preis des neuen Wertes auch nicht zu niedrig sei. Denn das gute deutsche Buch dürfe nicht zu einem Pfennigobjekt werden, müsse vielmehr einen anständigen Preis haben, um Verlegern, Sortimentern und Verfassern eine anständige Lebensbasis zu sichern. Nur bei »fabrikmäßiger Herstellung« könne der Preis gedrückt werden.

Diese Gedankengänge mögen auf den ersten Blick bestechend sein. Sie werden insbesondere in den Herzen vieler bedrängter Verfasser, vielleicht auch Verleger und Sortimentler, ein lebhaftes Echo finden. Und dennoch franken sie, bei Lichte besehen, an einem unabwiesbaren Mangel: sie sehen das Buch nur wirtschaftlich. Gerade dies aber ist nicht angängig. Der Wert oder Unwert eines Buches läßt sich rein wirtschaftlich kaum erfassen, hängt vielmehr von so vielen Imponderabilien ab, daß auch die beste Kalkulation sie nicht zu berücksichtigen vermag. Ein Buch ist, dies muß klar

und eindeutig festgestellt werden, in erster Linie kein wirtschaftliches Ereignis, sondern eine kulturelle, wenn nicht gar kulturpolitische Angelegenheit. Kulturelle Werte aber gehören allen, gehören dem ganzen Volk. Nicht darauf kommt es an, ob das Buch nicht zu billig ist, sondern darauf, daß es weiteste Verbreitung finde, daß es möglichst vielen zugänglich sei. In diesem Sinne kann es sogar nie zu billig sein.

Wir haben dieser Tage den 40. Todestag eines Mannes begangen, dessen Lebenswerk eben darauf beruhte, Gutes für wenige Groschen der Allgemeinheit zugänglich zu machen, den Todestag Anton Philipp Reclams. Wenn auch seine Arbeit das Volksbuch in dem Sinne, wie wir es heute verstehen, nicht zum Ziel hatte, so hat sie doch gerade wegen der von Jacchi geschmähten »Pfennigobjekte« einen Segen gestiftet und eine Tat vollbracht, deren Auswirkungen kaum abschätzbar sind.

Wir schreiben nicht für die, die »anständige Preise« bezahlen können, allein. Wir schreiben als Glieder des Volkes für das Volk. Wir wünschen, daß jeder Volksgenosse in der Lage sei, sich Bücher nicht nur zu leihen, sondern Bücher zu besitzen. Wir wollen das Volksbuch, das billige gute Buch im besten Sinne des Wortes. Und es ist nicht einzusehen, weshalb wir um dieses Ziel willen auf eine »anständige Lebensbasis« Verzicht leisten müßten.

Wir leben letzten Endes nicht mehr auf kapitalistischer Grundlage. Wir fühlen uns als Pioniere einer neuen Zeit; und wenn wir opfern müssen, um des Volkes willen opfern wir gern. Ein gerechter Lohn guter Arbeit läßt sich stets erzielen. Darum denken wir nicht zuerst an uns, sondern sind bemüht, dem Volksbuch, dem Buch des ganzen deutschen Volkes, dem billigen Buch den Weg zu bahnen und zu ebnen.

\*

Zu diesen Ausführungen gibt uns der norddeutsche Dichter Ferdinand Jacchi die folgende Nachschrift:

Daß mein Beitrag im Börsenblatt Nr. 5 »Ist der Sortimentler nur Zwischenhändler?« mir den Vorwurf eintragen konnte, daß ich der Verteuerung des deutschen Buches das Wort rede, müßte mich wirklich traurig machen, wenn ich nicht gleichzeitig eine ganze Reihe von im entgegengesetzten Sinne zustimmenden Briefen bekommen hätte. Wie sollte ich, der lebenslang kein schöneres Ziel hatte, als um die Seele unseres Volkes zu ringen, den Ausführungen von Dr. Buhl nicht im ganzen genommen freudig zustimmen, soweit sie sich auf den inneren Wert des wahrhaft guten deutschen Buches beziehen! Nie und nimmer ist