

Folge ist, daß das Lager der Sortimenten am Ort im wesentlichen uniform bleibt, daß es sich gleich wie ein Ei dem anderen, ohne irgendeinen eigenen Charakter zur Geltung zu bringen. Es sind eben zu viel Buchhandlungen am Ort, heißt es schließlich, wenn keiner mehr genügend Lebensraum für sich findet. In vielen Fällen mag das auch wahr sein — aber es braucht sich nicht derart verhängnisvoll auszuwirken, und oft läßt es sich in unserer heutigen Situation auch überhaupt nicht so apodiktisch behaupten.

Die Zusammensetzung des Lagers.

Denn es ist stets falsch, die Zusammensetzung des Lagers von der zufälligen Nachfrage der letzten Jahre abhängig zu machen. Hier muß die Disposition auf längere Sicht einsehen und jeder Buchhandlung einen Charakter geben, der sie von den anderen unterscheidet, bestimmte Interessensrichtungen an sich zieht und dadurch auch eine Nachfrage schafft. Das Lager ist der Befähigungsnachweis des einzelnen Sortiments. Es begründet seine besondere Leistung über den Novitätenmarkt hinaus, der wenigstens zum großen Teil allen Sortimentern in der gleichen Form gemeinsam bleibt, obwohl eine vorsichtige Spezialisierung natürlich sehr bald auch in der Neuigkeitenbestellung zur Geltung kommen wird. Die drei eingangs genannten Bücher gehören in den geistigen Bereich, den wir heute als Weltliteratur bezeichnen, und es ist bei der gegenwärtigen Kaufkraft unmöglich, daß sie von allen größeren Sortimentern einer Stadt vorrätig gehalten werden. Dagegen kann eine bestimmte Buchhandlung diesen Bereich erfassen und dafür bekannt sein, daß man bei ihr stets auch Cervantes, Jeremias Gotthelf, Thomas Hardy, aber auch die Erzählungen von Kleist findet. Dann wird das Lager für jeden seinen Sinn erfüllen. Von dem vor Jahren geschriebenen »Oblo-mow« zu behaupten, er sei »in seiner Tendenz dem heutigen Deutschland entgegen«, wie es ein Buchhändler tat, bedeutet ein typisches Mißverständnis. Ja, wir lehnen allerdings ausnahmslos jedes Wort ab, das seiner ausgesprochenen oder unausgesprochenen Richtung nach dem deutschen Denken zuwiderläuft. Im »Oblo-mow« wird jedoch ein bestimmter russischer Menschentypus fixiert, die spezifisch nationale Abwandlung eines Charakters, der jeweils in anderen Formen auch die meisten übrigen Völker gefährdet: der faule, träumende, ewig redende Russe, der schließlich im Nichtstun untergeht. Vielleicht könnte man das für veraltet und gegenwartsfern halten — in Wahrheit gehört dies Buch zu den Romanen, die wie der Don Quixote oder Eichendorffs Taugenichts bei aller nationalen Gebundenheit überzeitlich Gültiges vom Menschen aussagen —, keinesfalls dürfen wir jedoch in solch eine heillosige Menschentritik Gedanken hineinlesen, die uns erst die nächstliegende Tagespolitik eingibt. Sonst wird der gesamten älteren Dichtung, besonders auch der deutschen, ein falscher Sinn untergelegt — wie damals, als man den Werther für eine Förderung des Selbstmordes hielt!

Natürlich wird sich die Spezialisierung im allgemeinen nicht so scharf ausprägen, wie es etwa im Antiquariat der Fall ist. In einer Mittelstadt mit mehreren Buchhandlungen sprechen wir wohl besser von einem Ausbau bestimmter Gebiete, die neben der Vielfältigkeit der Neuerscheinungen besonders gepflegt werden. Außer der Literatur im eben angegebenen Sinne kommt beispielsweise als kleineres Sondergebiet auch die auslanddeutsche Dichtung in Betracht; ferner Reisebeschreibungen, das Jugendbuch, Gedichtsammlungen usw. Das Lager kann nicht beanspruchen, eine Enzyklopädie all der Bücher darzustellen, die vielleicht einmal von einem Kunden verlangt werden und Förderung verdienen. Aber es kann auf einem umgrenzten Gebiet den Bücherkäufer nicht nur durch Zuverlässigkeit überraschen und an sich fesseln, sondern zugleich Interessen erwecken und Vernachlässigtes an den gebührenden Platz stellen. So viel beispielsweise heute von judetendeutscher Dichtung gesprochen wird — jeder von uns weiß im voraus, was er von ihr in Buchhandlungen vorrätig findet, und wenn darüber hinaus einer etwa das letzte Heft des »Adernann in Böhmen« oder gar die Werke von Wilhelm Leutelt sucht, dann wird er auch in Berlin auf große Schwierigkeiten stoßen, falls er überhaupt Erfolg hat. Dabei gehört beides zum ABC der judetendeutschen Dichtung, und beim

auslanddeutschen Schrifttum sieht die Situation noch hoffnungsloser aus.

Die eigene Note in der Schaufenstergestaltung.

Für Berlin mag das ein Mangel sein — könnte man einwenden —, wann wird aber in einer Mittelstadt Leutelt oder Immermanns Münchhausen verlangt? Wie oft wird ein Lager umgekehrt, das auf dieser Literatur aufgebaut ist —; läßt sich da noch von Rentabilität sprechen? Richtig überlegt, bleibt es aber im Grunde viel erstaunlicher, daß der größte Teil der Buchhandlungen von dem gleichen, schmalen Ausschnitt aus der vorhandenen Literatur leben kann, wie es heute der Fall ist. Wir brauchen nur einmal die Schaufenster miteinander zu vergleichen! Wenn zu Weihnachten überall die gleichen Neuerscheinungen im Vordergrund stehen, läßt sich das vielleicht noch rechtfertigen, obwohl auch das nicht so gleichförmig in Erscheinung treten müßte, wie es tatsächlich geschieht. Aber auch zur Konfirmation, zu Ostern, in der Reisezeit, mit dem Herbstbeginn sehen wir überall fast gleichzeitig das alljährlich wiederkehrende Einheits-Schaufenster, das oft nicht einmal in der Anordnung beträchtliche Unterschiede zeigt. Und Berlin bedeutet in dieser Hinsicht auch nur ein Nebeneinander von mehreren Kleinstädten. Bleiben wir bei der Literatur, die das meistbearbeitete Arbeitsgebiet darstellt. »Deutsche Dichtung in Neuausgaben« könnte beispielsweise das Thema eines Weihnachtsschaufensters sein, das den Verkauf aus dem Lager aktiv beeinflusst. Und wenn eine Buchhandlung ein Jahr hindurch dies als Sondergebiet ausgebaut hat, wird sie auch mit Ausstellungen wie »Die großen Erzähler« (wobei eine Reihe die deutsche Geschichte im historischen Roman umfaßt), »Die Goethe-Zeit« usw. Erfolg haben. Ist das »zu literarisch«, wie es manchmal heißt? Man muß dagegen nur die Menschen vor dem Schaufenster ansehen: viel größer ist die Gefahr, daß sie durch die zufällige Anhäufung der Neuerscheinungen verwirrt werden. Wenn sie Bekanntes darunter finden, fühlen sie sich eher angerufen als durch die Menge fremder Namen, die das übliche Novitäten-Schaufenster enthält.

Selbstverständlich ist mit dem Thema allein, auch dem besten, noch keineswegs die Schaufensterfrage gelöst. Wer über den Leitideen den wirkungsvollen, psychologisch richtigen Aufbau, den »Blickfänger« und die Gliederung vernachlässigt, der würde wirklich »literarisch« im falschen Sinne an diese Aufgabe herangehen. Und auch dies wird heute gern vernachlässigt zugunsten einer ästhetischen Wirkung, die viel mehr an das Aussehen im Bucherschrank denkt als an den Menschen auf der Straße, der doch im Vorbeigehen haltmachen soll. Der Buchhändler darf sich nicht scheuen, die führenden Zeitschriften über Werbung durchzusehen, um daraus Anregungen für seine Auslage (auch innerhalb der Geschäftsräume) zu ziehen, obwohl er für seine besondere Situation nicht immer gleich etwas Brauchbares finden wird. Aber es gibt heute einzelne, erlernbare Regeln, die sich nicht nur auf unsere Arbeit übertragen lassen, sondern unter allen Umständen beobachtet werden müssen, wenn die bestmögliche Wirkung — vollends bei beschränkten Raumverhältnissen, wie es doch meist der Fall ist — zustandekommen soll. Und diese Regeln lehrt nur sehr selten die praktische Erfahrung des einzelnen, sondern erst die planmäßige Verarbeitung von Massenbeobachtungen und -versuchen, wie es in der Werbefunde geschieht. Das ist gleichsam die Technik des Schaufensters (die leider noch nie speziell für den Buchhandel ausgearbeitet wurde) — für ihre praktische Anwendung ist jedoch die »literarische« Idee nötig, da der Buchhandel nun einmal Literatur verkauft. In den letzten Wochen wäre manchmal Gelegenheit für ein Fenster »Das bleibende Rußland« gewesen, und wenn das Lager auf Weltliteratur ausgerichtet ist, wird weder ein Erfolg für den Augenblick noch einer für längere Sicht ausbleiben. Denn Bücherkäufer pflegen bei all ihren Mängeln doch wenigstens ein gutes Gedächtnis zu haben ... Und wer im rechten Augenblick in den Mittelpunkt des Fensters eine Ausstellung »Das ewige Spanien« stellt, der wird das Ergebnis nicht nur am Verkauf einzelner Spanienbücher merken, sondern an den neuen Gesichtern, die er als Geschenkäufer bei sich sieht, weil er sie für sein Sortiment interessiert hat.

(Schluß folgt.)