

Was den Verleger besonders bewegt, ist die Frage nach den Einwirkungen auf den Absatz. Eine Anzahl Verlage, die einzelne Romane in Zeitungen unterbringen konnten, stellen fest, daß ein Einfluß auf den Absatz nicht festzustellen war — freilich wird hier der Sortimentersort des Erscheinungsortes der Zeitung noch genauer Aufschluß geben können. Technisch ist es so, daß einige Verlage das Vorabdruckrecht ihren Autoren überlassen. Diese machen von einem solchen Recht aber nur dann Gebrauch, wenn das Erscheinen des Buches dadurch nicht verzögert wird. Für den jungen Autor ist der Vorabdruck in der Zeitung freilich auch oft das Mittel, in weiteren Kreisen bekannt zu werden. Wenn es einzelne Verlage ablehnen, den Buchroman vorzeitig in die Zeitung zu geben, so mit Rücksicht auf eine Beeinträchtigung des Absatzes. »Es gibt Bücherkäufer, die neuere Romane, die man schon in der Zeitung lesen kann, weder für sich noch für Geschenkzwecke kaufen wollen.« Diese Ablehnung hat ihre Ursache im Verhalten des Sortiments, das dem Vorabdruck in der Zeitung meist mit Mißtrauen gegenübersteht. Nach einigen Jahren hat freilich kein Verlag Bedenken, den Roman für die Zeitung freizugeben — eine interessante Ausnahme bietet der Roman »Der Wehrwolf« von Löns, für den von seiten der Zeitungen zwar reges Interesse besteht, der aber als Buch auch jetzt noch so gut geht, daß man durch den Zeitungsabdruck eine Schädigung des Absatzes befürchtet. Als Gegenstück sei der Roman »Percy kauft eine Frau« von M. Johnston genannt, dessen erste 1929 erschienene Auflage noch nicht abgesetzt ist, während die Zeitungen den Roman mit Vorliebe und Erfolg bringen. Die Ansicht, daß Bücherkäufer und Zeitungsromanleser verschiedene Schichten darstellen, scheint sich darin zu erweisen.

Eine Frage, die für das Verhältnis des Verlags zum Abdruck seiner Romane in Zeitungen von grundlegender Wichtigkeit ist, ist die nach dem Honorar, das von der Zeitung zu erwarten ist. Hierzu sind die Stimmen der Verlage meist recht pessimistisch, denn »im allgemeinen ist das durch Zeitungsabdruck erzielte Honorar, sofern es sich nicht um einen Erstdruck vor Erscheinen des Buches handelt, gering«. Dem widerspricht freilich ein anderer Verlag, der festgestellt hat, daß die Zeitungen auch für einen Nachdruck ausreichende Honorare bewilligen, »wenn es sich um ein gutes Buch handelt und der Verlag in seiner Preisgestaltung festbleibt«. Grundlegend bleibt für jeden Verlag, daß er die Honorare nicht allein nach der Auflage berechnen darf, sondern auch die Gesamtstellung der Zeitung berücksichtigen muß. »Oft sind Zeitungen mit kleinerer Auflage in der

Lage, ein im Verhältnis zu Zeitungen mit größerer Auflage besseres Honorar zu zahlen.« Und mit Recht betont ein Verlag, daß sich Verleger und Verfasser oft auch mit einem bescheidenen Honorar begnügen würden, wenn die Zeitungen überhaupt mehr als bisher gute Romane brächten. Solange betrüblicherweise noch immer viele Zeitungen den Roman als das Gebiet ansehen, wo am ehesten zu sparen ist, hat es wenig Zweck, wenn der Verlag eine Abdrucksmöglichkeit aus Honorargründen scheitern läßt — das Eindringen des guten Romans in die Zeitung ist die erst einmal einzunehmende Stellung.

Wenn wir anfangs schon auf die verschiedene Auffassung des Begriffes »guter Roman« hinwiesen, so ist eine solche Klärung auch abschließend nötig. Es gibt gute Romane, die durchaus keine tiefen Dichtungen zu sein brauchen, die ein einfaches oder spannendes Geschehen sauber und mit klarer Gesinnung behandeln, und sie bilden die Ebene, auf die der Zeitungsroman gehoben werden muß. Um zu solchen Romanen zu kommen, müßten entweder die bisherigen Zeitungsromanverfasser neue Qualitätsbegriffe erwerben, oder aber eine Anzahl Schriftsteller des dichterischen Bereichs müßten den Schritt zum unterhaltenden Zeitungsroman mit seinen eigenen Gesetzen wagen, der nicht einmal ein Schritt nach abwärts, sondern zu einer recht verstandenen Volkstümlichkeit und Volksgemäßheit wäre. Die Mehrzahl der in der Zeitung erscheinenden Buchromane sind solche sauber geschriebenen Unterhaltungsromane, und sie sind die Bahnbrecher dafür, daß von Zeit zu Zeit die Zeitung auch einmal ein Werk bringt, das dichterische Qualitäten hat. Um es in der so andersartigen Zeitung wirklich zur Geltung kommen zu lassen, müßten alle Zeitungen darauf achten, die Aufteilung in Fortsetzungen nicht willkürlich, sondern mit Verständnis für den dichterischen Aufbau zu gestalten — dies ist die höchst beherzigenswerte Anregung einer Zeitung, die in ihrem Roman stets auf Qualität sah. Der Fassungsbereich der deutschen Zeitungen für gute Romane, die zeitungsgemäß sind, ist noch lange nicht erschöpft, und jeder Verlag und jeder Schriftleiter sollte daran arbeiten, ihn zu erweitern. Nicht der gelegentlich einmal erscheinende dichterische Roman bestimmt das Gesicht des Zeitungsromans, sondern die gleichmäßige Sauberkeit in jeder Richtung aller Romane, die in der Zeitung erscheinen. Die bisherigen Quellen des Zeitungsromans sind zur Erfüllung dieser Aufgabe nur teilweise in der Lage, und so ist, was auch die Zeitung erkennen möge, der Buchverlag gerade heute zur Mitarbeit berufen und fähig.

Gerd Eder.

Kampf dem Verderb — auch beim Geist

Wir sind im allgemeinen gewöhnt, bei der Mahnung »Kampf dem Verderb« nur an die Ersparnis materieller Dinge zu denken. Bedenkt man jedoch einmal, daß es gilt, auch aus der Geistesarbeit den größtmöglichen Nutzen zu ziehen, so muß schlechterdings zugegeben werden, daß auf diesem Gebiete noch viel gesündigt wird. Es lohnte sich, diese Erkenntnis an den verschiedensten Lebensgebieten abzuwandeln. Wir wollen nur einen ganz kleinen Sektor einmal herausgreifen und damit praktische Vorschläge für die Arbeit des Buchhändlers verbinden.

Wie auch wieder Horst Kliemann in seinem Werke »Die Werbung fürs Buch« hervorhebt, haben die Besprechungen in Zeitungen und Zeitschriften den größten Anteil an der Beeinflussung zum Kauf eines Buches. Warum macht sich der Buchhändler diese Tatsache nicht auch in seinem Schaufenster zunutze? Warum wird den Lagerbeständen und den zur Ansicht versandten Büchern nicht, soweit vorhanden, wenigstens die Besprechung der Ortszeitung beigelegt? Warum werden diese Zeitungsausschnitte nicht auf Pappe gezogen und in die im Schaufenster ausgestellten Bücher gesteckt?

Jahrelange und jetzt wieder monatelange Beobachtungen in Mittel- und Kleinstädten haben keinerlei Bemühungen des Buchhändlers in dieser Richtung ergeben. Die Zeitung bespricht, die Abonnenten lesen die Besprechung oder auch nicht und damit

hat sich die Mühe des Buchbesprechers erledigt. Seine geistige Arbeit verdirbt zwar nicht wie Lebensmittel, aber sie ist von diesem Augenblick an tot, zumindest scheinbar solange, bis jemand zufällig daran rührt. — Welch ein bedeutender Unterschied, wenn eine Buchkritik neben dem Buch in Erscheinung tritt. Wieviel deutlicher spricht eine Kritik, wenn das Werk selbst danebensteht. Die geistige Leistung des Besprechers ist dann auch nicht nur für den Tag gültig gewesen, sondern sie lebt wirklich fort, so wie sie selbst auftreten möchte.

Man wird die Zeitungsbesprechung mit ihrer kleinen Schrifttype von der Straße aus nicht an allen Stellen im Fenster lesen können. Deshalb könnte diese Methode des besprechenden Begleittextes in größerem Stile nur in der Nähe der Scheibe angewendet werden. Oder es müßte ein Zusammenhang zwischen einem Ausschnitt, der an die Scheibe geklebt wird und dem im Fenster stehenden Buch hergestellt werden (etwa durch Fäden). Auch die in einem Schaufenster angebrachten Buchkritiken mit einem Hinweis auf die im Fenster stehenden Bücher könnten Nutzen bringen. In jedem Menschen sitzt irgendwie ein Such- und Spieltrieb. Man bezeichne die Zeitungsausschnitte im Schaufenster mit Nummern und gebe den im Fenster aufgestellten Bänden dieselbe Markierung. O, es wird vielen Menschen Freude machen, zum Suchen aufgefordert zu werden. Es kommt