

muß man allerdings feste Termine ansetzen, da sich so kleine Kinder nicht selbst beschäftigen können und die Möglichkeit, daß ein Gehilfe oder eine Gehilfin jederzeit ausschließlich für die Betreuung von Kindern bereitstehen kann, kaum gegeben sein wird. Aber an einem bestimmten Nachmittag in der Woche oder im Monat (je nach der Zahl der einzuladenden Kinder) läßt sich das einrichten. Den Rahmen eines solchen Kindernachmittags bilden Märchen und leichte, diesem Alter angepaßte Geschichten. Zwischendurch muß aber für die notwendige Abwechslung gesorgt werden. Denn ein sechsjähriges Kind wird schwerlich zwei Stunden ruhig sitzen und zuhören können. Liest man z. B. eine Ostergeschichte, so kann man anschließend mit den Kindern fünf Minuten lang hüpfende Hasen spielen, kann sie unter Umständen sogar selbst eine ähnliche Geschichte improvisieren lassen. Es ist erstaunlich, wie findig Kinder oft sind. Oder man liest ein Märchen von einem Zauberer. Da kann man auch mittendrin abbrechen und den Kindern selbst etwas vorzaubern. Schon mit ganz primitiven Scherztricks läßt sich viel erreichen. Dann leitet man mit »Nun wollen wir aber doch einmal sehen, wie es dem Zauberer weiter ergeht« oder einer ähnlichen Wendung zu dem begonnenen Märchen über und liest fertig.

Diese Beispiele sollen natürlich nur kleine Tipps sein. Allgemeine Richtlinien lassen sich hier nicht aufstellen, ganz abgesehen davon, daß hierdurch die Gefahr einer Schematisierung entstünde, und das wäre das Ende der ganzen Sache. Produktiv bleibt diese Arbeit nur, solange sie lebendig bleibt. Mehr läßt sich nicht sagen. Die Einzelausgestaltung bleibt der Findigkeit und dem Einfühlungsvermögen der einzelnen Leiter solcher Nachmittage überlassen.

Leichter wird es bei Jungen und Mädchen über zehn Jahre, die nicht nur selbst lesen können, sondern auch ein Interesse daran haben, selbst zu lesen. Für diese braucht dann kein Termin festgelegt zu werden, da durch diese »Selbst-Leser« dem Geschäftsbetrieb keine Arbeitskraft auf längere Zeit entzogen wird. Natürlich ist es andererseits erforderlich, daß man Neulingen bei der Auswahl ihrer Lektüre behilflich ist, daß man mit dem einen oder anderen einmal über dessen Interessengebiete spricht und ihn auf dies und das aufmerksam macht; denn hier gilt es, den engeren Kontakt zu schaffen. Was bei den Kleinen Anhänglichkeit ist, muß bei den Größeren und Reiferen Vertrauen werden.

Auch die Einladung ist bei Älteren wesentlich einfacher. Ein kurzer Text in einem frischen, jugendhaften Ton (auf ein: »Hiermit laden wir Sie ergebenst ein...« wird nie ein Junge kommen), möglichst mit ein paar einfachen Strichzeichnungen, vor den Schulen verteilt, wirkt Wunder. Ich hatte an dem Tag, an dem ich diese Werbung — und zwar vor nur einer Schule — begann, nachmittags schon fünfundzwanzig Jungen um den Lese-

tisch sitzen, und das war nicht etwa ein einmaliger Erfolg. Der größte Teil dieser Jungen ist zu treuer Stammkundschaft geworden und hat im Laufe der Zeit noch ... zig andere mitgebracht.

Es steht jetzt noch eine Frage auf: Wer soll die Leseexemplare stellen? Es ist klar, daß der Teil der Bücher, der den jungen Lesern zu beliebiger Benutzung zur Verfügung gehalten wird, im Laufe der Zeit Gebrauchsspuren aufweist. Da die Zahl der Leseexemplare nicht zu klein sein darf, wenn sie ihren eigentlichen Zweck wirklich erfüllen sollen, ist der Schaden ein ziemlich beträchtlicher. Ich habe mir diese Frage seinerzeit auch vorlegen müssen und habe mich zunächst einmal unter genauer Darlegung meiner Pläne an die in Frage kommenden Verleger gewandt. Für den einzelnen Sortimenter wird der Schaden in vielen Fällen nicht tragbar sein, verteilt er sich aber auf alle beteiligten Verleger, dann wird der Schadenanteil für den einzelnen Verlag kaum fühlbar. Ich habe damals eine Bereitwilligkeit gefunden, die meine Erwartungen noch weit übertraf. Wenn ein Verlag die Garantie hat, daß seine Produktion ernstlich gefördert wird, läßt er sich auch zu einer Kommissionslieferung bestimmen, selbst wenn er im voraus weiß, daß sie bei Rückgabe in nicht mehr verkaufsfähigem Zustand ist. Und ich habe keinen der Verlage enttäuschen müssen. — Es ist ein ganz falscher Standpunkt, den mancher unserer Kunden vertrat, wenn er einen Blick in unsere »Jugendbücherstube« geworfen hatte: Wenn Sie die Jugend umsonst und beliebig lesen lassen, dann liest sie doch eben hier das, was sie interessiert, und kauft nichts mehr. — Eine scheinbar logische Sache. Aber nur scheinbar, weil sie nicht zu Ende gedacht ist — wohl auch nicht zu Ende gedacht werden kann, da den Leuten, die so denken, selbst die innere Beziehung zum Buch fehlt. Diese Menschen haben nie den Wunsch gehabt, ein Buch, das sie gelesen haben und das ihnen etwas gab, auch zu besitzen. Aber gerade das ist es, was die Jugendbücherstube vermitteln soll. Die Jugend nur zu einem planmäßigen oberflächlichen Lesen anzuhalten, liegt weder im Sinn der Reichsjugendführung noch im Sinn des verantwortungsbewußten Buchhandels. Unsere Aufgabe soll es sein, die innere Beziehung von Jugend zu Buch immer enger zu gestalten und den Sinn für die Schönheit und den Wert der eigenen Bücherei zu wecken. Und ich glaube, nicht zuviel zu behaupten, wenn ich sage: Die Jugend steht auf unserer Seite!

Den Berufskameraden aber, die mir trotz obiger Ausführungen doch noch das sattnam bekannte Schlagwort »Mit Idealismus sei kein Geld zu verdienen« entgegenhalten wollen, sei zum Trost gesagt, daß es mir mit Hilfe dieses »Idealismus« doch möglich war, Geld zu verdienen; nämlich eine Jahresumsatzsteigerung in Jugendschriften auf das Zehnfache.

Kameraden! Ein weites, dankbares Aufgabengebiet harret noch intensiver Bearbeitung!

Der bibliographische Verlag der S. W. Wilson Company in New York*)

Ein kleiner Raum von etwa 12 qm Grundfläche im Hauptgebäude der Universität von Minnesota in Minneapolis war die Wiege der S. W. Wilson Company, des bekannten, jetzt gerade vierzig Jahre bestehenden amerikanischen bibliographischen Institutes, dessen Werke heute nicht nur allen amerikanischen Bibliothekaren und Buchhändlern als unentbehrliche Handwerkszeuge bekannt sind, sondern die auch weit über die Grenzen der Vereinigten Staaten hinaus in allen Kulturländern benutzt und geschätzt werden.

Im Jahre 1889 machten zwei Studenten der Universität von Minnesota einen kleinen Buchladen auf, einmal um sich die nötigen Mittel zum Studium zu verdienen, zum anderen um ihren Kommilitonen den Bezug von Büchern und Schreibmaterialien zu erleichtern. Der Raum wurde von der Universität

zur Verfügung gestellt. Arbeit gab es bald genug, doch der Nutzen war bescheiden, so bescheiden, daß er nicht ausreichte, die Kosten des Studiums zu decken. So mußte eine weitere Erwerbquelle erdacht werden, und man kam auf den Verkauf von Morgenzeitungen. Das heißt mit anderen Worten: Die Zeitungen mußten morgens um 5 Uhr von der Druckerei abgeholt und den Lesern ins Haus geliefert werden. Das beweist wieder einmal die Richtigkeit des Sprichwortes: Aller Anfang ist schwer.

Nach Ablauf der ersten zwei Jahre schied einer der Partner nach Ablegung seines Staatsexamens aus, wodurch Herr Wilson Alleininhaber des Unternehmens wurde. Dieses hatte sich in der Zwischenzeit zu einer regelrechten Buchhandlung entwickelt, die sich bald räumlich vergrößern konnte. Und mit der regeren Tätigkeit wuchsen auch die in der damaligen Zeit für den Buchhandel bestehenden Schwierigkeiten, von denen sich der junge Buchhändler der heutigen Zeit keinen rechten Begriff machen kann. Diese Schwierigkeiten bestanden in der Hauptsache im Fehlen eines umfassenden, zuverlässigen Bücherkataloges, ein

*) Wir verdanken diesen interessanten Aufsatz einer von einem Teilnehmer der vorjährigen Studienreise deutscher Buchhändler und Bibliothekare nach Amerika ausgehenden Anregung. D. Schriftl.