

## Verlag und Sortiment in England

In der Serie der öffentlichen Fachvorträge, die in London alljährlich zur Erinnerung an den Verleger J. M. Dent gehalten werden, sprach im Oktober 1938 in der Stationers' Hall Harold Raymond über den Verlags- und Sortimentbuchhandel in Großbritannien. Er gab eine Übersicht über die Nachkriegsentwicklung und die Tagesprobleme, die unsere Kollegen jenseits des Kanals beschäftigen. Der Vortrag, der im Publishers' Circular abgedruckt wurde, liegt jetzt, wie seine Vorgänger, in Buchform vor \*).

Harold Raymond ist 1919, unbeschwert von Vorurteilen, zum Verlagsbuchhandel gekommen. Er war vorher fünf Jahre Lehrer und fünf Jahre Soldat. Die altfundierte Firma, der er als Teilhaber beitrat, erfreute sich gerade der Hochkonjunktur eines Schlagers. Seine ersten Eindrücke waren somit, daß der Verlagsbuchhandel eine nicht zu anstrengende, sichere und einbringliche Angelegenheit sei. Einen großen Teil seiner Zeit verwandte er in den ersten Jahren mit dem geruhigen Bemühen, alte Romane abzustofen, die schon lange aufgehört hatten, sich zu verkaufen. Wer die billigen Ausgaben, von denen jetzt in England so viel gesprochen wird, für einen modernen Faktor im englischen Buchhandel hält, wird überrascht sein zu hören, daß er 1919 schon mehr als dreiviertel Million broschierter —/6 d-Bände vorfand, die in den Regalen schliefen. Während dieser melancholischen Tätigkeit fragten sich die beiden Partner, ob sie bei etwaigen Ausfällen genügend Ersatz an neuen Autoren finden würden, um die Firma auf der Höhe zu halten; bei ihren Bemühungen mußten sie zu ihrer Überraschung verstärkte Konkurrenz feststellen. Der Grund war nicht schwer zu erkennen. Der Verlagsbuchhandel zieht den Mann mit literarischem und künstlerischem Geschmacl genau so an wie den nüchternen Geschäftsmann, der mehr Vertrauen zu seinem Verkaufstalent als zu seinem literarischen Urteil hat. Man braucht kein Eintrittsgeld zu zahlen, kein Examen abzulegen und benötigt auch nicht zu viel Kapital. Die sichtbarste Folge der außerordentlichen Konkurrenz ist Überproduktion. Die neue Firma muß mittelmäßige Bücher aufnehmen, wenn sie sich nicht genügend gute Autoren sichern kann, die alte Firma ist versucht, Mittelmäßiges aufzunehmen, um die guten Werke zu ersetzen, die sie an den jungen Rivalen verloren hat. Der Verleger zahlt weiterhin mehr für seine Ware. Der Autor mit Namen fällt dem höchsten Bieter zu, er erhält einen Vorstoß an Tantiemen, der nie verdient werden kann. Damit ist das Problem aber noch nicht beendet, da Autor und Verleger durch die Tantiemen Teilhaber werden, deren Interessen nicht gleich sind. Der Autor ist nur an der Endsumme des Verkaufs interessiert, während der Verleger naturgemäß auf Gewinn- und Verlustkonto achten muß — und welcher Verleger hat während der letzten zwanzig Jahre sein Inseratkonto nicht wenigstens verdreifacht!

Daraus folgt, daß der Verlagsbuchhandel mehr und mehr eine Spekulation und der Verdienst kleiner wird. Wenn auch höhere Tantiemen an die Autoren gezahlt und den Sortimentern größere Rabatte bewilligt werden, so kommt der Käufer trotzdem nicht zu kurz. Infolge der Konkurrenz ist die Buchausstattung immer besser geworden. Wenn zu Anfang der zwanziger Jahre nur wenige Firmen auf das Äußere der Bücher Wert legten, so gibt es heute nur wenige Häuser, denen es gleichgültig zu sein scheint, wie ihre Bücher aussehen. Mit der Konkurrenz hat sich die Arbeit verdoppelt und die Buchhaltung vervierfacht, ebenso ist die Herstellung und Werbung viel umfassender und schwieriger geworden. Beunruhigt haben den englischen Verleger in den letzten Jahren Schadenersatzklagen von Leuten, die sich irgendwie getroffen, getränkt und beleidigt fühlen und durch Klagen oft nichts zu verlieren haben; die ständigen Drohungen gehen so weit, daß Verleger sich veranlaßt gesehen haben, sich dagegen zu versichern; die Versicherung hat das Problem aber nur noch mehr verschärft.

\*) Harold Raymond: Publishing and Bookselling, J. M. Dent & Sons, London, 12<sup>s</sup>. Geb. 1/6 sh. net.

Wenn erhöhter Wettbewerb nach dem Kriege eine der charakteristischsten Erscheinungen des englischen Verlagsbuchhandels ist, so andererseits der Mangel an Zusammenarbeit. Dem zu Anfang der zwanziger Jahre dem Buchhandel Zugetretenen mußte es erscheinen, als ob die Erhaltung des Net book-Abkommens der einzige Kontakt zwischen dem Verleger- und dem Sortimenterverband sei, daß mit dieser für den Handel lebensrettenden Tat die ganze Energie aufgebraucht war und beide Verbände das Abkommen als Anfang und Ende ihrer Zusammenarbeit betrachteten. Neuen Antrieb gab die 1920 durch die Begeisterung von Hugh Walpole erfolgte Gründung der Society of Bookmen. Aus den Diskussionen dieser geselligen Vereinigung entstand 1925 der National Book Council und 1927 das Joint Committee, weiterhin das Joint Advisory Committee. Diese Einrichtungen betreuen heute in loser Form recht und schlecht den englischen Handel und sind nicht mehr fortzudenken.

Die Begrenzung der Zusammenarbeit kann man an den treibenden Faktoren der letzten Jahre feststellen: den »Zwanzig-Pfennig-Bibliotheken«, den »Buchgemeinschaften« und den »Billigen Neudrucken«.

Die Twopenny Library verdankt ihre Beliebtheit nicht nur der Billigkeit, sondern vor allem der Verbreitung. Vor einigen Jahren befanden sich die Bibliotheken nur im Zentrum der Städte und wurden von denen in Anspruch genommen, die oft genug dorthin kamen oder sich die Bücher schicken lassen konnten. Sie sind heute in jedem Dorf und in jedem Vorort zu finden, sie können für sich in Anspruch nehmen, den Leserkreis wesentlich erhöht zu haben. Die Gefahr liegt aber darin, daß er nicht immer neu geschaffen ist, sondern sich aus Mitgliedern alter Bibliotheken zusammensetzt, weiter, daß diese Unternehmen eines Tages, da der Verdienst nicht sehr groß sein kann, von Firmen aufgekauft werden, denen nicht so sehr daran liegt, mit dem Buchverleih ein Geschäft zu machen, als vielmehr nur die Leute in ihren Läden zu bekommen.

Die Buchgemeinschaftsbewegung ist amerikanischen Ursprungs. Dem dort sehr erfolgreichen Book of the Month Club, der die Bücher zum Ladenpreis verkaufte, folgte die noch erfolgreichere Literary Guild, die ihren Mitgliedern Bücher zu niedrigeren als den Ladenpreisen zur Auswahl stellte. In England folgte dem Book of the Month Club die Book Society, die zuerst beim Buchhandel auf Widerstand stieß, dann aber zugelassen wurde, da sie das Net book-Abkommen anerkannte. Später folgten eine solche Masse von Nachahmern, daß die beiden Buchhandelsorganisationen zum Handeln gezwungen wurden. Man stellte Vorschriften auf, die, wenn sie durchgeführt würden, das Ende der preisunterbietenden Buchgemeinschaften bedeuten. Ob sie durchgesetzt werden können, ist eine Frage, die den ganzen Buchhandel heute bewegt.

Eine noch revolutionärere Wirkung als die billigen Bibliotheken und die Buch-Klubs üben heute schon die billigen Neudrucke — die »Penguins« aus. Sie existieren an und für sich schon seit fünfundsiebzig Jahren, die heutigen Ausgaben unterscheiden sich aber wesentlich von den Vorkriegs—/6 d-Büchern. Sie sind besser hergestellt, sie stehen auf höherer literarischer Stufe, es sind oft neuere, sogar ganz neue Werke dabei und dann sind sie absolut billiger, weil die Währung gesunken ist und die Bücherpreise sich erhöht haben. Bei diesen unbestreitbaren Vorteilen ist gar nicht darüber zu streiten, daß die billigen Neudrucke ein neues Publikum finden und es auch erziehen. Sie erreichen die Leute nicht nur durch den eigentlichen Buchhandel, sondern durch die Woolworth-Geschäfte, die Dorf- und die Tabakläden, Automaten und tausend andere Kanäle. Die Leser finden Geschmacl an diesen Ausgaben — auch die Autoren. Wenn die Tantiemen eines Romans nach acht Jahren ganz zusammengeschrumpft sind, darf man sich nicht wundern, daß ein Autor zugreift, wenn ihm noch einmal ein größerer Betrag geboten wird und eine billige Ausgabe sein Werk in 50 bis 100 000 Exemplaren neu auf den Markt bringt.