

gen Individualismus zum Siege zu verhelfen, als vor allem darauf, die typischen Besonderheiten des Buches kennen zu lernen, sich ihnen freundlich und gerne zu unterwerfen und den Mut zur Tradition zu haben. So wurde der neue Typus des Buchkünstlers.

Gefördert wurde sein Werden von einer Reihe von Verlegern und Druckern, die, auf größere Erfahrung gestützt, die Künstler vom Unwesentlichen und Falschen zurückhielten und deren Kenntnis des Vergangenen den Neuerern die Grundlage für ihre Einstellung und Entfaltung gab. Aber nicht alle Verleger und Drucker handelten so, im Gegenteil: viele hatten es vergessen, daß ihre Arbeit vom künstlerischen Geist durchdrungen sein muß, daß sie mehr sein soll, als nur »Geschäft«. So mußte es kommen, daß oft Blüten feinsten Geistes in gleichgültigem und häßlichen Gewand an die Öffentlichkeit kamen, wie dies heute noch bei den allermeisten Publikationen wissenschaftlicher Art der Fall ist. Als ob Wissenschaft und Kunst, als ob Geist und Geschmack nicht zusammengehörten, als ob es »unsachlich« oder »unwissenschaftlich« sei, ernster Arbeit ein künstlerisch verfeinertes und geschmacklich reizvolles Gewand zu geben. Daß die Arbeit des Buchkünstlers bei einem Bande exakter Wissenschaft eine andere sein wird, als bei einem Bande schöner Literatur, versteht sich ganz von selbst.

Aber muß es denn eigentlich noch besonders betont werden, daß es sich bei allen diesen Arbeiten in erster Linie um eine Qualitätsfrage handelt? Muß es denn erst bewiesen werden, daß es im Entstehungsprozeß des Buchwerkes gleicher Arbeit und gleicher Kosten bedarf, um es gut oder schlecht zu machen? Daß es in der Hauptsache darauf ankommt, ob ein zielsicherer Geschmack und ein technisch einwandfreies Können die Arbeit der an der Entstehung des Buches Beteiligten leitet? Ich glaube kaum. Das beste Mittel, Zögernde und Abseitsstehende zu überzeugen, war der Erfolg der Wagemutigen. Durch die unbestreitbare Tatsache, daß ein gut gemachtes und schönes Buch mehr und williger Käufer findet, als ein häßliches und gleichgültig erzeugtes, wurde der Sieg des deutschen Buches errungen.

Denn heute wacht noch eine dritte, die wichtigste Instanz vielleicht neben Verleger und Buchkünstler, über die Erzeugung des Buches: der Buchkäufer, der Buchliebhaber. Der lernt allmählich, gut von schlecht zu unterscheiden und zwang auch seinerseits die Zögernden zu einwandfreiem Handeln.

Niemals dürfen Forderungen an das Buch gestellt werden, die es seinem inneren Wesen nach nicht erfüllen kann und auch nicht erfüllen darf. Das sind vor allem jene Wünsche, die von dritter, der Buchästhetik oft verständnislos gegenüberstehender Seite an den Hersteller gerichtet werden. Ist es denn die Aufgabe des Buches, im Laden oder Schaufenster des Sortimenters den Kampf mit seinem Buchnachbar zugunsten eines größeren Absatzes erfolgreich zu bestehen? Ist es denn seine Pflicht, in diesem Kampfe durch möglichst lautes Rufen die Aufmerksamkeit des Käufers auf sich zu lenken? Entspricht es denn seiner Wesensart, sich eine Form zu geben, die es einem anderen Gebiete, dem Gebiete der Reklame und des Wettbewerbes entnommen hat, oder muß es seiner ursprünglichen Bestimmung, den Besitzer zu erfreuen, treu bleiben? Die Heimat des Buches ist und bleibt der Bücherschrank, das Bücherregal des Bücherfreundes, ihm allein sollen die Gedanken des Verlegers, die Gedanken des Buchkünstlers zugewendet sein. Die Gefahren, die dem Buche aus all diesen Forderungen erwachsen, liegen klar auf der Hand. Sie müßten doch den Hersteller zwingen, immer neue Reizmittel zu suchen, immer stärkere, dem Buch fremde Wirkungen zu verwenden, um es allmählich seines ursprünglichen Charakters zu entkleiden. Das auf diesem Wege erzielte Verlagsbild kann zwar ein vielfältiges und buntes, aber niemals ein harmonisches und einheitliches sein. Die Einheitlichkeit der Werke eines Verlages ist oberste Forderung und entsteht von selbst aus dem einheitlichen Willen aufeinander abgestimmter Verleger und Buchkünstler. Nur durch diese zielbewußte Arbeit ergibt sich das, was man »das Gesicht« des Verlages nennen kann. Die geschwisterliche Ähnlichkeit der einzelnen Verlagswerke untereinander wird allmählich eine viel stärkere Werbekraft haben, als ihre schreiendste Aufmachung, und wird viel stärker von einem Werk auf das andere hinweisen.

Der Buchkünstler sei der Treuhänder des Verlegers. Seine Arbeit sei nicht getan, wenn er einen Einbandentwurf abgeliefert oder ein paar Ratsschläge für die Herstellung erteilt hat. Sie soll beginnen, wenn der Plan zur Herausgabe beschlossen ist und soll sich von den ersten Anfängen um die Entstehung des Buches bemühen. Seine Arbeit ist eine geistig-manuelle und eine künstlerisch-handwerkliche. Überall dort, wo er Unsicherheit merkt, soll er helfend eingreifen, soll vor Mißgriffen bewahren, vor Irrtümern zurückhalten. Er sei das gute Gewissen des Verlegers, sei das »Herz« des