

*Alois.* Sie glauben also wirklich, der deutsche Leser, der doch eigentlich von jedem Buch verlangt, daß der Inhalt sein Lebensbild bereichere und seiner Weltanschauung den letzten Schliff gebe — ärgere sich nicht, wenn er zwischen dem Text über Reklamen stolpert? Sie meinen also, das nähme ein Bücherfreund mit in Kauf? Eine allgemeine Wehklage würde sich erheben: Es gibt jetzt also endlich nichts mehr, gar nichts mehr, das man ungestört genießen kann! Es fehlt bloß noch, daß der Pfarrer auf der Kanzel bei seiner Sonntagspredigt mitten im Text plötzlich innehalte und seinen Zuhörern entgegenrufe:

Sei schön durch Elida!

Nein, wir wollen uns unsere Literatur, das Beste, was wir haben, das Kostbarste, was uns noch geblieben ist, nicht durch Reklame verschandeln lassen.

*Basil.* Andererseits — erlauben Sie mal — gibt es doch schon seit unvordenklichen Zeiten Buchinsetate. Die Verleger inserieren die übrigen Verlagswerke des Autors oder auch andere Bücher, je nachdem vor dem Titel oder am Schluß, oder beides. Bei wissenschaftlichen Werken sind einem die Reklamen vorn und am Schluß doch oft sehr willkommen, da sehen wir, was auf diesem Gebiete noch alles erschienen ist. Aber abgesehen von den eigentlichen Anzeigen machen die Bücher selber (d. h. ihr Inhalt) für alles Mögliche Reklame. Man darf bloß den Begriff »Reklame« nicht zu eng auffassen.

*Alois.* Ich verstehe Sie schon. Manche Bücher werben für politische oder auch andere Ideale, für Künstler, Gelehrte, Staatsmänner usw. Aber das ist etwas ganz anderes. Das Buch ist ein Geistesprodukt, eine Ware mit geistigem Inhalt und trägt nur Propaganda, die Geistiges propagiert. Soll denn nun diese geistige Provinz auch noch verseucht werden? Oder faßt man in Zukunft das Buch nur noch als Ware auf und nicht mehr als den geheiligten Bezirk des Geistes, dem alles Profane fernbleiben muß? Wird die Zeit nicht mehr fern sein, wo sich der Ankauf von Stephan Georges Gedichten dadurch verbilligt, daß wir Stiefelwichsen-Anzeigen als Gratisbeilagen mitbekommen?

*Basil.* Das wird niemand wünschen. Soll das Buch für die Reklame gewonnen werden, so muß sich die Reklame auf das Buch einstellen. Soll das Buch als Anzeigenträger erfolgreich sein, so müßte selbstverständlich der Inhalt des Buches und der der Anzeigen eine gewisse Einheit bilden. Auch das Haus war ursprünglich nicht zum Reklameträger bestimmt, auch die Eisenbahn nicht, die

Elektrische nicht, der Mensch nicht. An Staatspalästen, Repräsentationsbauten und Villen wird man keine Reklamen anbringen, Aber bei anderen Bauten wird heute schon die Reklame vom Architekten berücksichtigt. Warum denn gleich Stephan George? Nehmen wir den »Trompeter von Säckingen«. Das ist überdies ein Buch, das jeder kennt. Wenn darin nun meinetwegen die Stadt Säckingen durch eingestreuete Stadtansichten für ihre Schönheiten würbe — was wäre dagegen einzuwenden? Und wenn am Schlusse ein Hotel seine Dienste anpries, eine Weinkellerei ihre Schätze anböte — wäre das so schlimm? Das geschieht doch in allen Reisehandbüchern heute schon.

*Alois.* Wie aber, wenn — um bei besagtem Trompeter noch länger zu verweilen — eine Blechinstrumenten-Fabrik schon auf dem Titelblatt für ihre unübertrefflichen Trompeten würbe?

*Basil.* An einen solchen Anblick sind wir noch nicht gewöhnt. Die Zeit ist dafür noch nicht reif.

*Alois.* Sagen wir lieber: noch nicht überreif genug. Manch einer wird da sogar schon von Zynismus reden. Faust war ein berühmter Schwarzkünstler. Sollen in zukünftigen Fausta Ausgaben Astrologen, Zauberkünstler, Nekromanten und Kurpfuscher ihr Unwesen treiben? Nein, soweit wollen wir es lieber nicht kommen lassen.

*Basil.* Wie wäre es aber mit Anzeigen für Auerbachs Keller? Würde das nicht der Wirklichkeitstreue des unsterblichen Gedichts Brücken schlagen — eine Anzeige des Verkehrsvereins Brocken dem Lesernicht den Blocksberg und die Walpurgisnacht näher rücken, würde nicht durch die Verflechtung der Wirklichkeit mit der Dichtung die Dichtung an aktuellem Interesse gewinnen? Das sind Fragen, die gewiß mancher als plasmatisch abtun wird. Doch hat man unserer Literatur schon häufig den Vorwurf gemacht, daß sie zu lebensfeindlich eingestellt sei. Vielleicht, daß sie in dieser Hinsicht eine Auffrischung durch Reklame verträge?

*Alois.* Es ist schon am besten, man gibt den Reklamern gleich die ganze deutsche Literatur in Auftrag.

*Basil.* Vielleicht könnte man damit erreichen, daß mancher Inserent auf diese Weise wenigstens die deutsche Literatur kennenlernte. Davon profitierte die Bildung doch auch wieder.

*Alois.* (ironisch) Ja, es wäre eine Lust zu leben.

(Lange Pause. Beide starren gedankenvoll nach dem Bücherregal, wo die Bände in enggeschlossenen, dichten Reihen stehen, Rücken an Rücken, in allen Farben. Da und dort blinkt von einem Lederrücken eine Goldprägung auf. Es sind aber verhältnismäßig nur wenig Lederrücken darunter.)