4286 06.07.1930 So
Ai
J: Reklame für billige deutsche Bücher



Vor einiger Zeit begegnete mir mein junger Freund, der Schriftsteller und Buchhändler Emil Marx. Er war wütend. Er hielt mir mit der Linken ein bedrucktes Papier unter die Nase und versetzte ihm mit dem rechten Handrücken einen zornigen Hieb.

Was denn los sei, frug ich ihn.

Er faßte sich rasch, lächelte still über seine kurze Aufwallung, aber dennoch funkelten seine Augen hinter den großen Brillengläsern, als er sagte:

„Ich hatte es so schön vor. Ich hatte meine Anweisungen bis ins Einzelne gegeben, damit sie die Sach stilgerecht machten. Und nun dies!"

Mühsam unterdrückte er einen neuen Leidenschaftsausbruch. Und ich benutzte die Pause, um ihn neuerdings zu fragen, was denn los sei.

Um es kurz zu machen: Er hat einen Propaganda-Katalog drucken lassen, der oben rechts eine hübsche moderne Vignette von Schaack aufzeigen, links am Rand durch drei einfache rote Stäbe abgegrenzt werden sollte. Und nun geht der Drucker hin und rahmt das Ganze mit einer vorbildlich kitschigen Leiste ein. Teils Maccaroni teils Sauerkraut. Denken Sie sich eine moderne Frau, der ein Flanellhöschen bis in die halbe Wade heraushinge.

Darüber ärgerte sich mein junger Freund. Ich aber tröstete ihn und sagte, er habe keine Ahnung, wieviele Leute das wunderschön fänden. Er hörte es, wie man ein Todesurteil hört. Als wir uns trennten, blieb das ominöse Blatt in meiner Hand, und als ich nachhause kam, sah ich es mir näher an.

Ich vergaß darüber den ästhetischen Kummer meines jungen Freundes. Es war eine klug aufgesetzte Reklame für billige deutsche Bücher.

Man hatte sich seit dem Krieg daran gewöhnt, auf die deutschen Bücher zu verzichten, weil sie unerschwinglich waren. Ein guter deutscher Roman sechs, sieben, acht Mark, wo man für die Hälfte, ein Drittel, ja für drei, vier, fünf Francs vorzügliche französische Bücher kaufen konnte! Da verzichtete man lieber.

Aber wer als Luxemburger gewohnt war, mit den beiden Nachbarn geistig Fühlung zu halten, merkte bald, daß er nach einer Seite zu hinken begann. Er kam nicht mehr mit. Etwas war am Einrosten. Er fand sich überholt, aus dem Wagen gefallen. Er wurde sich am deutlichsten dieser Verminderung seiner Persönlichkeit bewußt, wenn er wieder ein deutsches Buch las, wenn er empfand, daß ihm daraus Ergänzung zuteil wurde. Und er kaufte wieder deutsche Bücher, teure Bücher, wenige Bücher.

Aber die teuern Bücher wurden auf die Dauer auch den Deutschen zu teuer. Dem einen sin Uhl, dem andern sin Nachtigall. Wenn die Schriftsteller und Buchhändler die Nachtigall singen hörten, solange sie für ihre Bücher die hohen Preise bekamen, — ihre Leser, die diese Preise bezahlen mußten, hörten nur die Eule schnarchen.

Bis es auf einmal umgekehrt kam. Bis die Käufer sich immer rarer machten und Eule und Nachtigall die Stellen wechseln mußten.

Von dieser Umstellung gibt der oben erwähnte Katalog Kunde.

Ich saß damit zuhaus und las ihn und las ihn immer wieder.

Was denkt man, wenn man so einen Katalog bekommt, der ein Buch für 24.50 Francs anbietet, das sonst 120.40 Fr. gekostet hat? Man denkt: Ladenhüter!

Hier handelt es sich nicht um Ladenhüter. Ich machte Stichproben. Ich dachte zum Beispiel an ein Buch, das ich einmal nicht kaufen konnte, weil es mir zu teuer war, oder an einen Schriftsteller, von dem ich noch dies oder jenes gern hätte. Zum Beispiel an den lieben groben Ludwig Thoma, von dem ich sozusagen alles gelesen habe bis auf den „Ruepp" und den „Jagerloisl", oder an Arthur Schnitzler, von dem ich mir noch kürzlich „Den Weg ins Freie" gewünscht habe, oder Bismarcks Erinnerungen, oder von Emil Ludwig Wilhelm II., von Thomas Mann Die Buddenbrooks, von Werfel Der Abituriententag, von Otto Flake Erzählungen, von Frank Leonhard Karl und Anna .... alle stehen sie da und kosten 23, 24, 25 Francs statt des Doppelten, Dreifachen, oft Fünffachen. Kaum einer der deutschen Romandichter, deren Werke als die treuesten und vollendetsten Dokumente der Zeit anerkannt sind, fehlt im Verzeichnis. Es ist aufgestellt mit Lust und Liebe und Sachkenntnis, von einem, der selbst Bücher liest und Bücher beurteilen kann, und der offensichtlich mehr als ein bloß geschäftliches Interesse daran hat, daß gute Bücher ins Publikum kommen. Der weiß, daß die Buchhandlung eine Kulturmission erfüllen kann, wenn sie nur will.

Dimanche 6.7.1930