

Zeitschrift: Schweizer Spiegel
Herausgeber: Guggenbühl und Huber
Band: 29 (1953-1954)
Heft: 4

Artikel: Warum ist das Schweizerbuch so teuer?
Autor: Guggenbühl, Adolf
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1070686>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 16.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Warum ist das Schweizerbuch so teuer?

Von Adolf Guggenbühl

Illustration von Hans Tomamichel

Im Dezember des letzten Jahres wurde durch den Verein zur Förderung der Volkshochschule in der Waag in Zürich ein Diskussionsabend über Probleme des Schweizer Verlages durchgeführt. Mein Kollege vom Artemis-Verlag, Dr. Friedrich Witz, und ich standen Red und Antwort. In allen möglichen Schattierungen wurde die Frage gestellt, warum die Bücher der Schweizer Verleger so teuer seien. Im Nachstehenden publizieren wir die Antworten, die ich gab oder gegeben hätte, wenn sie mir rechtzeitig in den Sinn gekommen wären.

Warum ist das Schweizer Buch so teuer? Was heißt teuer? Für den, der kein Interesse hat, ist jeder Preis zu hoch. Einem Kunstfreund wird ein Preis von Fr. 2000.— für einen schönen Auberjonois billig erscheinen, ein anderer, der keine Beziehung zur Malerei hat, würde nicht Fr. 100.— dafür bezahlen.

Es gibt Zeitgenossen, die finden Bücher sogar dann teuer, wenn sie diese gratis erhalten.

Wir hatten früher ein Fachorgan der Baubranche im Verlag — ich meine nicht die «Schweizerische Bauzeitung» — und pflegten an der Generalversammlung, die von ein paar hundert Delegierten besucht wurde, jeweilen ein Werbegeschenk zu verteilen, ein Notizbuch, einen Drehbleistift, Jäckarten in einem

netten Etui usw. Diese Geschenke machten immer viel Freude.

Dann hatten wir einmal die unglückliche Idee, jedem Teilnehmer ein schön gebundenes Buch unseres Verlages zu schenken, einen heitern Roman, mit dem Ergebnis, daß mindestens drei Viertel der Anwesenden es nicht einmal der Mühe wert fanden, das Gratisbuch in ihre Tasche zu stecken. Sie ließen es, ohne auch nur darin zu blättern, auf dem Tisch liegen.

BILLIGER ALS FRÜHER

Vor der Erfindung der Buchdruckerkunst kosteten Bücher von einem gewissen Umfang mehrere tausend Franken, an der heutigen Kaufkraft gemessen. Trotzdem wurde dieser Preis von den Interessenten nicht als zu hoch betrachtet. Ich glaube, man würde auch heute noch Leute finden, die bereit wären, z. B. für Gotthelfs «Anne Bäbi Jowäger» tausend Franken zu zahlen, wenn es nicht anders ginge.

Man wird doch nicht allen Ernstes behaupten wollen, es sei jemand bei der heutigen Prosperität nicht in der Lage, zehn oder zwanzig Franken für ein gutes Buch auszugeben!

Übrigens sind es vielfach die gleichen Leute, die, ohne mit der Wimper zu zucken, für sich und ihre Gattin zwanzig Franken für ein Nachtessen berappen, die einen wertvollen Roman, der achtzehn Franken kostet, sündhaft teuer finden.

Nein, Bücher sind etwas vom Billigsten, das es gibt, abgesehen von den Stumpen, die ich auch unglaublich preiswert finde, die aber immerhin den Nachteil haben, daß man sie nicht zweimal rauchen kann.

Die Bücher sind auch viel billiger als vor fünfzig Jahren. Um die Jahrhundertwende kostete z. B. das dünne Bändchen von Conrad Ferdinand Meyers «Huttens letzte Tage» in der Hässelschen Ausgabe 8 Franken. Das entspricht heute 24 Franken, und trotzdem fand man den Preis nicht zu hoch. Gewiß, das Buch war in Leinen gebunden und mit Goldprägung versehen, aber die Verleger-Leinwand bestand schon damals aus billigem Baumwollstoff, und schon damals war auf den Einbänden nicht alles echtes Gold, was glänzte.

Die Bücher gehören übrigens zu den Waren, die auch gegenüber der Zeit vor dem letzten Krieg verhältnismäßig wenig aufgeschlagen

haben, nur 50% und nicht 100%, wie die meisten übrigen Dinge.

DER UNGERECHTE VERGLEICH

Wenn man aber vom teuren Schweizer Buch spricht, so macht man wahrscheinlich weniger solche Überlegungen, sondern stellt Vergleiche mit dem Auslande an.

Und da muß ich nun zugeben, daß das Schweizer Buch schlecht abschneidet, vor allem wenn man jene ausländischen Publikationen zum Vergleich heranzieht, die in Großauflagen erscheinen. Großauflagen schaffen außerordentliche Verbilligungen. Wenn ein Buch bei einer Auflage von 3000 Exemplaren zu 14 Franken verkauft wird, so kann man diesen Preis auf die Hälfte verkleinern bei einer Auflage von 20 000.

Große Auflagen sind aber im allgemeinen nur in großen Ländern möglich. Man gibt sich viel zu wenig Rechenschaft darüber, wie klein die Schweiz ist. Amerika hat 160 Millionen Einwohner, Westdeutschland 48 und Frankreich immerhin 42 Millionen. Bei uns aber gibt es nur 3,5 Millionen Deutschsprechende.

Es ist wunderbar, in einem kleinen Land zu leben, aber es ist schwierig, in einem kleinen Land Verleger zu sein.

Nun gibt es ja viele Dinge, die in andern Ländern billiger hergestellt werden können als bei uns. Aber der schweizerische Käufer ist sich dieser Preisunterschiede in den meisten Fällen gar nicht bewußt, weil hohe Zölle oder Ausgleichskassen verhindern, daß man in den Genuss der billigen Preise kommt.

Auch die Eier und die Butter kosten zum Beispiel in Dänemark bedeutend weniger als bei uns.

Trotzdem bin ich nicht der Ansicht, ausländische Bücher sollten durch Einfuhrzölle verteuert werden. Eine richtige Kulturpolitik erleichtert im Gegenteil die Einfuhr von Kulturgütern. So wie ich es für falsch halte, daß gegenwärtig Zoll für die Einfuhr von Antiquitäten und Bildern bezahlt werden muß, würde es mir unrichtig scheinen, die Einfuhr ausländischer Bücher zu erschweren.

Aber wenn man dem Schweizer Verlag schon keinen Zollschutz bietet, so soll man wenigstens die Vorwürfe bleiben lassen.

Wenn die Amerikaner Nylonstrümpfe billiger fabrizieren als wir, so findet man es ganz in Ordnung, daß man gegenüber der teureren

Schweizer Fabrikation einen Ausgleich durch höhere Zölle schafft. Der Schweizer Verleger aber muß mit Büchern aus Ländern konkurrieren, die, teils wegen der größeren Auflagen, teils wegen der niedrigeren Löhne, viel billiger hergestellt werden können. Die gleichen Leute, die nun in der eigenen Branche sofort von Schmutzkonkurrenz reden, wenn «unterpreisliche» Ware eingeführt wird, scheuen sich nicht, entrüstet darauf hinzuweisen, daß die deutschen und die französischen Bücher billiger seien als die schweizerischen.

DIE WERBUNG FÜR DAS BUCH

Nun wendet man hie und da ein, auch das Schweizer Buch könnte höhere Auflagen erzielen, wenn die Schweizer Verleger etwas großzügiger wären und eine bessere Propaganda machen würden. Ich bin der letzte, der die Wirkung der Propaganda unterschätzt. Aber keine Propaganda der Welt kann die Tatsache unseres kleinen Absatzgebietes aus der Welt schaffen. Es wird bei uns so viel gelesen wie in irgendeinem Land, aber 3,5 Millionen sind in Gottes Namen nicht 40 Millionen.

Die Propagandaausgaben müssen doch in einem Verhältnis zum möglichen Umsatz stehen! In der Markenartikelwerbung gibt man vielleicht im Durchschnitt drei Prozent des Detailpreises für Reklame aus, fünf Prozent gelten schon als sehr viel.

Drei Prozent oder fünf Prozent machen aber bei einem Buch keine große Summe aus. Bei einer Auflage von 3000 und einem runden Preis von zehn Franken machen drei Prozent 900 Franken und fünf Prozent 1500 Franken aus. Das ist nicht viel, es ist sogar lächerlich wenig. Stellen Sie sich einmal vor, man müßte eine Rasiercrème oder einen Suppenwürfel mit diesem Betrag einführen!

Der föderalistische Aufbau unseres Landes, auf den wir mit Recht stolz sind, bringt außerdem die Erschwerung mit sich, daß man in vielen Zeitungen inserieren muß, um die Leser der ganzen deutschsprechenden Schweiz zu erreichen. Das macht, daß die Inserate in der einzelnen Zeitung so klein werden, daß man sie kaum beachtet.

Schon manchmal ist es uns passiert, daß ein Autor aufgeregt zu uns kam und sagte, nun habe er die ganze Schweizer Presse im Monat Dezember genau verfolgt und kein einziges

Inserat für sein Buch entdeckt. Wir konnten ihm dann aber nachweisen, daß wir für 1500 oder 2000 Franken inseriert hatten.

Noch wichtiger als die Annoncen sind die Besprechungen. Aber auch in dieser Beziehung schafft der Föderalismus große Schwierigkeiten.

Wegen der regionalen Aufsplinterung gibt es in unserem Land im Verhältnis zur Bevölkerung mehr Zeitungen als irgendwo auf der Welt. Ihre Auflagen sind oft so klein, daß sie sich nur mit Mühe und oft nur mit großen Opfern des Verlegers über Wasser halten können. Diese kleinen Organe können nicht viel Geld ausgeben für Honorare. Die allermeisten bringen deshalb keine Originalbesprechungen von Neuerscheinungen, sondern begnügen sich, den sogenannten Waschzettel, d. h. die Empfehlung des Verlegers, abzudrucken. Diese Waschzettel sind halb Inhaltsangaben, halb Anpreisung. Sie haben nur einen beschränkten Werbewert; denn begreiflicherweise werden sie vom Publikum nicht sehr ernst genommen.

Andere Zeitungen bringen zwar Originalbesprechungen, aber mangels genügender Mittel erhält der Rezensent als einziges Honorar das Besprechungsexemplar des Buches. Damit hat ein freier Journalist aber nicht gegessen. Häufig werden deshalb die Besprechungsstücke von den Redaktionen an Personen abgegeben, die für diese Aufgabe in keiner Weise qualifiziert sind, an die Tochter des Maschinenmeisters, an den Sohn des Druckers, der die oberste Klasse des Gymnasiums besucht, an eine junge Mitarbeiterin in der Buchhaltung, welcher der Redaktor eine Freude machen will. Sicher würde man kaum wagen, mit der gleichen Leichtfertigkeit, mit der Bücher besprochen werden, Theateraufführungen, Konzerte oder Kunstausstellungen zu besprechen.

Es gibt nur verhältnismäßig wenige Zeitungen, die sich den Luxus ernsthafter Buchbesprechungen leisten können, und nur diese werden von den Lesern ernst genommen.

VERLEGEN = SPEKULIEREN

Zu diesen grundsätzlichen Schwierigkeiten, die schon allein genügen würden, einen normalen Geschäftsmann vom Verlagswesen fernzuhalten, kommt nun aber noch eine weitere: das spekulative Element, das mit jeder Neuerscheinung verbunden ist.

Die Herausgabe eines neuen Buches ist fast

immer eine Spekulation. Rein geschäftlich betrachtet, könnte man ebensogut mit fünfzehn- oder zwanzigtausend Franken nach Konstanz oder Campione gehen, statt sie in einer Neuerscheinung anzulegen.

Natürlich gibt es Verleger, die eine bessere Nase als andere haben für das, was zieht. Aber die bessere Nase ist nicht immer ein Ausweis über die verlegerische Qualität. Wer dem Publikum gibt, was es wünscht, hat selbstverständlich mehr Erfolg als der, welcher einem guten Buch zum Durchbruch verhelfen will; aber ist er deshalb ein besserer Verleger?

Leider kann man nicht einmal behaupten, durch die Erfahrung bekomme man Anhaltpunkte. Der Beruf des Verlegers ist wie jener des Journalisten oder des Psychotherapeuten im Grunde nicht erlernbar. Gewiß, das Technische, die Buchherstellung, läßt sich lernen, aber das ist verhältnismäßig unwichtig.

Man sagt, durch Schaden werde man klug. Ein Verleger wird aber leider auch durch Schaden nicht klüger. Immer wieder erlebt man Überraschungen.

Der Erfolg einer Neuerscheinung läßt sich deshalb so schwer voraussehen, weil sehr viel vom Zeitpunkt abhängt, in dem das Buch erscheint. Wie aber soll man wissen, wie das Interesse des Publikums in unserer schnelllebigen Zeit nach einem halben oder einem ganzen Jahr gerichtet ist?

Einer unserer größten Bucherfolge waren «Die Moorsoldaten» von Langhoff. Wir verkauften in der Schweiz allein 30 000 Exemplare.

Warum ging das Buch? Weil es im richtigen Moment herauskam. Wäre es ein halbes Jahr früher erschienen, so wäre es abgelehnt worden. Denn noch im Herbst 1934 wollte das schweizerische Bürgertum vom Vorhandensein der deutschen Konzentrationslager einfach nichts wissen. In jenen Monaten aber, als «Die Moorsoldaten» erschienen, hatte sich die Einstellung der schweizerischen Öffentlichkeit gewendet.

Wären aber «Die Moorsoldaten» ein Jahr später herausgekommen, so hätten sie wiederum nicht diesen Erfolg gehabt; denn in jenem Zeitpunkt hatte bereits jedermann durch Zeitungsberichte von Konzentrationslagern gehört, und der Käufer wäre nicht bereit gewesen, acht Franken auszugeben, um etwas, das ihm schon bekannt war, bestätigt zu erhalten.

Wir konnten von diesem Buch viele Übersetzungen verkaufen; zwei Länder aber, auf die wir gerechnet hatten, Amerika und England, versagten. Wir hatten Mühe, das Buch in England überhaupt zu plazieren. Obschon der schweizerische Erfolg bereits da war, ging ich in London vergeblich von Verlag zu Verlag, überall stieß ich auf Gleichgültigkeit. Das war die Zeit Chamberlains, des Mannes mit dem Regenschirm, die Zeit, als die Engländer die deutsche Gefahr einfach nicht sehen wollten. Ein Buch wie «Die Moorsoldaten» paßte nicht ins Konzept. Ich brachte schließlich eine englische Ausgabe zustande, aber es wurden nur wenige tausend Exemplare verkauft.

Ein Jahr darauf (1936) publizierten wir ein Buch, das in seiner Art ebenso sensationell war wie «Die Moorsoldaten». Es hieß «Abschied von Sowjet-Rußland». Es enthielt eine ausgezeichnet geschriebene Demaskierung der kommunistischen Machthaber. Der Autor war ein Mann, der im Politbüro jahrelang an leitender Stelle tätig gewesen war und dann Russland enttäuscht den Rücken gekehrt hatte.

Das Buch hatte wenig Erfolg. Warum? Es erschien in einem Zeitpunkt, wo sich die westliche Welt in der Illusion wiegen wollte, die Kommunisten seien eigentlich nicht so schlimm, wie man gemeint habe.

Viele Jahre später erschien, leider nicht bei uns, ein ähnliches Werk: Kravtschenkos «Ich wählte die Freiheit». Es erschien im richtigen Moment und wurde deshalb ein Welterfolg.

Zu unsern erfolgreichsten Verlagspublikationen gehören die beiden Bilderbücher von Alois Carigiet und Selina Chönz. Die erste Auflage des «Schellen-Ursli» erschien im Jahre 1945. Sie war von Anfang an ein großer Erfolg — zu unserer freudigen Überraschung. Als wir nämlich vor der Publikation die Bilder einigen Buchhändlern zeigten, lautete das allgemeine Urteil: «Sehr schön, sehr künstlerisch, aber wir würden dringend abraten. Diese Zeichnungen entsprechen nicht dem Publikumsgeschmack, sie sind zu hoch. Außerdem kann man von Kinderbüchern, die zwölf Franken kosten, nicht genügend absetzen.»

Trotz dieser pessimistischen Voraussagen der Fachleute wurde der «Schellen-Ursli» ein Erfolg. Nicht nur seiner Qualitäten wegen, sondern weil Carigiet unterdessen volkstümlich geworden war. Als wir vor über 20 Jahren die ersten Titelbilder des Künstlers im «Schweizer Spiegel» brachten, gab es Stürme der Ent-

rüstung. «Soll das nun Kunst sein, mein Zehnjähriger könnte es besser», schrieben uns empörte Leser, und es hagelte nur so von Abbestellungen.

Im Verlaufe der Jahre aber hatte sich, was die Buchhändler nicht in Rechnung zogen, die öffentliche Meinung gewandelt. Das Publikum hatte zu der unrealistischen Handschrift Carrigets den Zugang gefunden.

So schwebt der Verleger bei jeder Neuerscheinung zwischen Bangen und Hoffen.

OHNE HILFE DES STAATES

Nun, Risiken gibt es auch in andern Branchen. Trauben oder Aprikosen können erfrieren, oder es kann eine so reiche Ernte geben, daß der Absatz gefährdet ist. Dann aber betrachtet man es als selbstverständlich, daß die Allgemeinheit hilft.

«Jetzt haben wir ein ganzes Jahr lang von früh bis spät gearbeitet. Sollen wir nun um die Früchte unserer Arbeit betrogen werden? Das kann man uns bestimmt nicht zumuten», argumentieren die Bauern in einem solchen Fall. Die Hilfe bleibt denn auch nicht aus.

Wenn aber ein Verleger mit seiner ganzen Jahresproduktion Pech hat, so läßt das die Öffentlichkeit kalt. Es würde ihm auch nichts nützen, einen Eisenbahnwagen anzuzünden. Er käme höchstens ins Gefängnis oder ins Irrenhaus.

Dem Verleger gegenüber werden die Grundsätze der freien Wirtschaft rücksichtslos angewendet, ja wenn er den Schaden hat, braucht er sogar für den Spott nicht zu sorgen. Man sagt ihm kalt lächelnd: Niemand hat dich gezwungen, diese Bücher herauszugeben. Wenn sie sich nicht verkaufen, ist das deine Schuld.

Dagegen wäre vielleicht nicht einmal viel einzuwenden. Das Unglaubliche ist aber, daß der Staat dem Verlag nicht nur nicht hilft, sondern ihm sogar das Wasser abgräbt oder, besser gesagt, auf seine eigene Mühle lenkt. Ich spreche von den staatlichen Lehrmittelverlagen.

Stellen Sie sich vor, welcher Aufruhr entstünde, wenn die kantonalen Verwaltungen z. B. in der Installationsbranche die guten Aufträge für sich selbst beanspruchten, die riskanten aber den Installateuren überlassen würden!

Genau das aber geschieht im Verlagswesen. Im Ausland ist das Schulbuchgeschäft das

Brot und die Butter für viele erfolgreiche Verleger. Diese sichere Einnahme ermöglicht es, die Risiken in den andern Sparten auf sich zu nehmen. In der Schweiz aber wurde ein großer Teil des Lehrmittelgeschäfts verstaatlicht. Dabei könnte der private Verlag diese Lehrmittel zu gleichen Preisen herstellen und erst noch etwas verdienen; denn überall und immer produziert der private Unternehmer billiger als die öffentliche Hand, handle es sich um Häuser oder um Bücher.

LOTTERIE OHNE HAUPTTREFFER

Selbstverständlich ist in der ganzen Welt das Verlagsgeschäft mit Risiken verbunden. Die eigenartige Lage des Schweizer Verlegers besteht aber darin, daß diesen Risiken keine entsprechenden Gewinnmöglichkeiten gegenüberstehen, weil der ganz große Bucherfolg fast ausgeschlossen ist. Es ist, wie wenn man in einer Lotterie spielte, wo man viel verlieren und hie und da auch gewinnen, unter keinen Umständen aber das große Los gewinnen kann.

Wenn ein Autor in Amerika einen Bestseller geschrieben hat, so können er und sein Verleger für den Rest des Lebens auf ihren Lorbeerren ausruhen. Der Gewinn ist dann so groß, daß es beiden für einen gesicherten Lebensabend reicht. Daran ist bei uns natürlich nicht zu denken, und zwar gibt es neben der Kleinheit des Landes noch andere Gründe, die einen wirklich sensationellen Erfolg verhindern.

Es ist für einen schweizerischen Autor fast unmöglich, im eigenen Land wirklich berühmt zu werden.

Die Literatur nimmt im schweizerischen Geistesleben nicht die Rolle ein wie etwa im französischen. Das hängt teilweise damit zusammen, daß die Schweizer ein durch und durch politisches Volk sind. Ihr erstes Interesse gilt dem Staat, ihr zweites der Wirtschaft. Kunst und Literatur stehen nicht im Zentrum des Lebens — die Kunst vielleicht noch mehr als die Literatur.

Ein erschwerendes Moment liegt auch darin,

Foto: H. Baumgartner

Neujahrsmorgen in Wildhaus

daß die Sprache unserer Bücher nicht unsere Muttersprache ist. Unser ganzer Bildungsbetrieb leidet unter diesem Umstand. Das gestaltete Wort ist nicht im gleichen Maße Ausdruck unserer Eigenart wie in andern Ländern.

Ein weiteres Hindernis ist auch hier wiederum der Föderalismus. Ein Dichter, der in Zürich hoch geschätzt ist, ist deswegen in Basel oder Bern noch nicht unbedingt auch bekannt. Länder mit Einheitskulturen, wie etwa Dänemark, bieten in dieser Beziehung viel bessere Voraussetzungen.

Ein vierter und vielleicht wichtigster Grund liegt in der Abneigung des Schweizers gegen jede Heldenverehrung. Wir legen Wert darauf, immer wieder zu betonen, daß auch unsere erfolgreichen Mitbürger aus dem gleichen Holz geschnitten sind wie wir. Die ganze Schweizer Geschichte ist ein Kampf gegen die großen Hansen. Wer allzu mächtig war, wurde besiegt, wahrscheinlich mit Recht. Dieser einzige politische Instinkt wirkt sich aber im Geistesleben oft verheerend aus, eben dadurch, daß es für einen Schweizer unmöglich ist, berühmt zu werden.

Wir anerkennen berühmte Leute nur, wenn sie Ausländer sind. Die englische Königin genießt bei uns eine Popularität, wie sie auch die hervorragendste Schweizerin nicht erreichen könnte. Ausländische Geistesgrößen, seien es Musiker oder Dichter, erlangen auch bei uns manchmal große Berühmtheit, ein Schweizer sozusagen nie. Nie würde einem Schweizer Dichter die Verehrung zuteil, wie sie beispielsweise Thomas Mann genießt. Nie würde einem Schweizer Dichter die großzügige Gastfreundschaft gewährt, wie man sie etwa Rilke entgegenbrachte.

Es sind aber nicht nur achtbare Gründe, die uns verhindern, den Propheten im eigenen Lande anzuerkennen. Teilweise liegt der Grund ganz einfach im nationalen Minderwertigkeitsgefühl. Immer noch gibt es allzu viele Schweizer, welche glauben, große künstlerische Leistungen seien nur im Ausland möglich.

Es ist bekannt, daß der Schweizer Dramatiker nur wegen seiner Nationalität größere Schwierigkeiten hat, bei uns aufgeführt zu werden, als ein gleich talentierter Ausländer. Man kennt die tragikomische Geschichte des Schweizer Dichters, der sein Stück nur dadurch auf die Bühne bringen konnte, daß er es als ausländische Übersetzung ausgab.

DIE ABNEHMER IN DEUTSCHLAND

Das ist alles schön und gut oder vielleicht häßlich und schlecht», höre ich nun einwenden, «aber warum exportiert der Schweizer Verleger nicht nach Deutschland und Österreich? Dort ist ja das Absatzgebiet, das er im eigenen Lande nicht findet, vorhanden.»

Es ist wahr, theoretisch steht dem Schweizer Buch auch der deutsche Markt offen, theoretisch, aber nicht praktisch.

Die Deutschen gehören bekanntlich zu den begeisterten Anhängern der europäischen Integration. Keine Nation erwärmt sich dermaßen für den einheitlichen europäischen Wirtschaftsraum.

Auch die deutschen Buchhändler sind sicher theoretisch große Freunde der allgemeinen Liberalisierung. Das hindert aber nicht, daß ein größerer Teil von ihnen nicht nur national, sondern nationalistisch eingestellt ist. Bewußt oder unbewußt bringen viele von ihnen dem Schweizer Buch einen schwer zu fassenden Widerstand entgegen. Sie finden, es gehöre sich eigentlich nicht, daß Bücher in deutscher Sprache anderswo als in Deutschland verlegt würden.

Wir aber sind dem deutschen Buch gegenüber wieder vollkommen offen, wenn es auch nicht mehr so ist wie vor 50 Jahren, wo viele Buchhändler die deutschen Verlagserzeugnisse deutlich bevorzugten.

Ein anderes Hindernis für den Export ist in vielen Fällen die Sprache. So wie sich das Englische und das Amerikanische immer mehr auseinander entwickeln, so sind auch das Schriftdeutsche, das wir schreiben, und das Deutsche, das in Deutschland gebraucht wird, in den letzten Jahrzehnten immer mehr verschiedene Wege gegangen. Das zeigt sich vor allem bei der direkten Rede.

Ein Autor, der für die Schweizer Jugend ein Buch verfaßt, schreibt ein anderes Deutsch als ein Reichsdeutscher, nicht ein schlechteres, aber ein anderes, das auf die deutschen Leser oft fremdartig wirkt! «Nur der tragisch seinem Dialekt verhaftete Schweizer kann solch unmögliches Deutsch hervorbringen», schrieb kürzlich ein deutscher Rezensent in bezug auf ein in der Schweiz übersetztes Buch.

Wir empfinden diesen Standpunkt mit Recht als anmaßend. Die deutsche Sprache, auch die deutsche Schriftsprache, gehört uns ebensogut wie den Reichsdeutschen. Wenn unsere Dich-

ter von jeher ein anderes Deutsch schrieben, so heißt das nicht, daß dieses Deutsch schlechter war. Tatsache ist aber, daß sich die Verschiedenheit in vielen Fällen als Verkaufshindernis auswirkt, nicht für das deutsche Buch in der Schweiz, aber für das schweizerische in Deutschland.

Ein reichsdeutscher Leser empfindet es als merkwürdig, wenn es in einem schweizerischen Jugendbuch etwa heißt:

«Die Gotte legte die Fastnachtschüechli in eine Zaine, die sie auf der Winde geholt hatte, breitete die Wähen und Zöpfe auf dem Tische aus, nahm einen Gugelhopf und einen Hefekranz aus dem Ofen und legte eine frische Schürze an.»

Wir sind in dieser Beziehung toleranter. In einem deutschen Jugendbuch kann zum Beispiel folgendes stehen:

«Der Klingeljunge schlorrte weiter und bemerkte gegenüber dem Schlächterladen ein Stück Pappe, das an der Knagge hing und worauf geschrieben stand: Stübeke, Klempter. Vor der Tür lag ein großer Hund. „Na, mein Hundeken“, sagte der Klingeljunge und streckte dem Tier seine Schmalzstulle und das Endchen einer Wurst samt dem Speiler hin.»

Das berührt uns vielleicht etwas merkwürdig, aber wir sind diese andere Ausdrucksweise gewohnt, und schon die Kinder machen im Geist die notwendige Übersetzung.

UND DIE BUCHHÄNDLER?

Ich gebe zu, die Schweizer Verleger sind oft zurückhaltender als ihre Kollegen im Ausland, aber sie müssen es sein, denn sonst würden sie innerhalb von wenigen Jahren Konkurs machen.

Auch die Klagen darüber, die schweizerischen Buchhändler seien häufig kleinliche und schrullige Leute, sind nicht unberechtigt. Aber auch sie könnten nicht existieren, wenn sie großzügig wären. Und wenn sie nicht schrullig wären, würden sie einen lukrativeren Beruf ergreifen.

Es ist bezeichnend für die Weltfremdheit unseres Publikums, daß sich immer wieder Leute finden, wie z. B. die Studenten, welche der Ansicht sind, die Gewinnmargen im Buchhandel seien zu groß. Dabei sind sie kleiner als in vielen Branchen des Detailhandels, gleichzeitig ist aber die Arbeit des Buchhändlers unendlich viel komplizierter.

Das Problem des Buchhändlers besteht darin, daß er seinen Betrieb nicht rationalisieren kann, will er seiner Aufgabe gerecht werden. Rationalisieren heißt im Detailhandel das Sortiment verkleinern und sich auf den Verkauf jener Artikel beschränken, für welche Absatz besteht. Gerade das aber kann und darf der Buchhändler nicht. Er muß Hunderte oder Tausende von Titeln auf Lager haben, auch wenn er im Verlaufe eines Jahres von manchen nur zwei oder drei Exemplare oder gar keines verkauft. Und er muß bereit sein, auch die kleinste Bestellung gewissenhaft auszuführen.

Wenn in einem Schuhgeschäft die von Ihnen gewünschte Größe eines bestimmten Modells nicht auf Lager ist, so erscheint es Ihnen als außerordentliches Entgegenkommen, wenn der Schuhhändler dieses einzelne Paar aus der Fabrik oder aus einer Filiale kommen läßt. Dabei handelt es sich immerhin um einen Betrag von 50 oder 60 Franken. Wenn Sie aber einen Buchhändler besuchen, um ein Büchlein «S Chindli bätet» für Fr. 3.50 zu kaufen, und es ist nicht vorrätig, so nehmen Sie es als selbstverständlich hin, daß der Buchhändler dieses einzelne Exemplar bestellt und Ihnen wenn möglich noch zuschickt.

Der Bruttoverdienst beträgt in diesem Fall für den Buchhändler Fr. 1.15. Es ist doch klar, daß die Erledigung dieser Bestellung viel mehr an Unkosten verursacht. Wenn es sich aber gar um ein Büchlein handelt, von dem er erst feststellen muß, wie es genau heißt, wer es geschrieben und verlegt hat, dann wendet er, bereits bevor die Bestellung hinausgeht, mehr an Arbeit auf, als diese ihm einbringen kann.

WIESO GIBT ES IN DER SCHWEIZ VERLEGER?

Wenn aber, werden Sie nun fragen, der Beruf des Verlegers dermaßen schwierig und unlukrativ ist, wieso kommt es dann, daß sich immer wieder Leute finden, welche diese Tätigkeit ergreifen? Wieso kommt es, daß die Zahl der Verleger so groß ist? Wie erklärt es sich, daß trotz dieser Schwierigkeiten die schweizerische Buchproduktion im Verhältnis zur Bevölkerung bedeutender ist als in fast allen Ländern, erschienen doch im Jahre 1952 in unserm Land 3245 Titel gegenüber 13 913 Titel in der großen Deutschen Bundesrepublik, 11 954 Titel in Frankreich

und nur 11 840 Titel in den dreißigmal größern Vereinigten Staaten?

Ja, warum? Es ist mir fast peinlich, es zu sagen: aus Idealismus.

Jede Nation, die diesen Namen verdient, braucht Selbstgestaltung. Das in Büchern verewigte Schrifttum ist als Ausdruck der nationalen Eigenart unerlässlich. Ein Land ohne eigenes Schrifttum verkommt. Eine große Stadt, die nicht durch die Dichtung erhoben wird, wird zum geschichtslosen Steinhaufen. Wir haben Schweizer Bücher genau so nötig, wie wir Eisenbahnen, Kraftwerke oder eine Armee brauchen. Es ist nicht ein Luxus, es ist eine Lebensnotwendigkeit, daß immer wieder Bücher erscheinen, worin Dichter dem Ausdruck geben, was wir selbst nur undeutlich empfinden, die das Chaos der Wirklichkeit ver-dichten, so daß es uns verständlich wird. Es ist auch unerlässlich, daß zu den großen Fragen des Geisteslebens, mögen sie die Kunstgeschichte oder die Philosophie betreffen, immer wieder vom schweizerischen Standpunkt aus Stellung genommen wird.

Wenn wir uns damit begnügen, Uhren und Käse zu fabrizieren, die Pflege der Kultur aber

andern Nationen überlassen, so sind wir verloren.

Deshalb braucht es Verleger.

Die Verleger sind, wie übrigens auch die Buchhändler, Diener am Geiste. Sie sind keine Geschäftsleute. Daß sie gleichzeitig in einem merkwürdigen Zwitterberuf tätig sind, wo auch kaufmännische Überlegungen eine wichtige Rolle spielen, macht sie noch nicht zu Kaufleuten. Sie sind Pädagogen, genau wie die Lehrer oder die Pfarrer oder die Universitätsprofessoren. Da sie aber gleichzeitig eingefleischte Individualisten sind, liegt es ihnen nicht, als fixbesoldete Angestellte dem Geiste zu dienen. Sie wollen das auf ihre höchst persönliche Weise tun. Sie wollen dort wirken, wo es ihnen am nötigsten erscheint und so, wie es ihnen am besten gefällt. Das ist aber nur möglich, wenn sie alle die Schwierigkeiten auf sich nehmen, welche der unmöglichen Beruf des Verlegers in unserm schönen Lande mit sich bringt.

Der Patriotismus ist sicher die hervorragendste schweizerische Tugend. Er ist wahrscheinlich dafür verantwortlich, daß es in der Schweiz so viele Verleger gibt.

Bilder ohne Worte

