

ist. Die Zahl der Mitarbeiter ist zusehends gewachsen, wir haben jetzt 1880 Beteiligte, die Interesse daran haben, dem Buchhandel zu helfen, dazu kommen 500 Bibliotheken, die ihre Hilfe und Mitarbeit versprochen haben, und wir wissen alle, wie sie uns helfen können; weiter erhalten 250 Zeitungen und Herausgeber unser Material, sie gebrauchen dies nicht nur als Zeilenfüller, sondern bringen es als wirkliche Neuigkeiten. Über 95% aller Verleger sind an unserer Arbeit interessiert, ebenso ein großer Prozentsatz der Sortimenten. Neue Buchhandlungen sind mehr gegründet worden als je zuvor. Ich bin stolz, sagen zu dürfen, daß unser Werbematerial von Buchhändlern, Bibliotheken, Kirchen, Vereinen, Schulen, Zeitungen und auch von Einzelpersonen verlangt worden ist, über 1½ Millionen Artikel sind in letzter Zeit verteilt worden. Wir haben Propaganda für das Buch als Geschenk gemacht, sodaß jeder nun gleich bei einem Geschenk an ein Buch denkt. Außerdem haben wir mit den Buchereien zusammen die Kinderbücher-Woche veranstaltet, die solch eine Ausdehnung hatte, daß wir fast nicht genug Material schaffen konnten. Am Ende des Jahres hielten wir eine Rundfrage bei den Verlegern, wie sich unsere Arbeit wohl lohne, und wir erhielten sehr zufriedenstellende Antworten mit der Bitte, die Arbeit fortzusetzen. Wir überlegten, was weiter zu tun sei. Durch Unterschriftenammlung erhielten wir Beiträge, außerdem versandten wir alle zwei Wochen neue Flugblätter. Wir bildeten eine Organisation, die 15 Personen umfaßte, die für die Sache verantwortlich sind. Fünf als Geschäftsführer, fünf für den Anzeigendienst und fünf, die in der Sache schon Erfahrung haben. Wir halten es für das Beste, den Werbefeldzug in Abschnitte einzuteilen, sodaß erst die Buchhändler mit guten Gedanken an uns herantreten; diese sollen von den Verlegern in ihren Anzeigen und Verkaufsplänen unterstützt und durch die Presse so weit als möglich verbreitet werden. Um allen Anschlagzetteln mehr Wirkung zu verschaffen, wurde jedem Subskribenten ein Rahmen übersandt, durch den das Plakat im Schaufenster mehr Wirkung hatte und von Zeit zu Zeit erneuert wurde. Eine neue Idee war das Fenstertransparent 'Nehmt ein Buch mit', das jedem ins Auge fiel beim Beschauen des Fensters. Wir wünschten, wir hätten für jeden Monat ein anderes Plakat! Nach den farbigen Plakaten ist die Nachfrage am größten. Als Motto für unsern Werbefeldzug war die Inschrift eines Plakates vorgeschlagen: 'Kauft jede Woche ein Buch!' Wir haben es aber nicht verwendet, da es immer den Beigeschmack eines bloßen Geschäftsunternehmens hat. Wir haben die verschiedensten Leitsätze gehabt, aber keinen endgültigen gefunden. Unser Propagandafeldzug hat überall Aufsehen erregt, auch im Auslande. Nun stellen wir uns noch die Aufgabe, den Gedanken zu verbreiten, daß man Bücher als Geschenke verwenden soll, und wir unterstützen das Unternehmen durch Plakate wie dies: 'Will das neue Heim Bücher haben?' Und wir bitten alle, darin mitzuhelfen. Überredet eure Freunde, Nachbarn und Verwandte, zu Geschenken Bücher zu verwenden. Unsere Aufgabe und Pflicht ist es, da wir es unternommen haben, wertvolle Bücher zu schaffen, diese auch hinreichend zu verbreiten, dann werden wir auch eine große Rolle spielen in dieser Zeitepoche.

Auch das Referat: »Ein Jahr Buchhändler. Vom Standpunkt des Sortimenters aus« von Ward Macauley ging auf die Propagandafragen ein. Er führte aus: »Der Erfolg, den der Werbefeldzug für den Buchhandel gezeitigt hat, läßt uns alle zu dem Ergebnis kommen, daß der Buchhandel doch am besten fährt, wenn er zusammen arbeitet und geschlossen vorgeht. Die Arbeit des Komitees ist zweifellos sehr erfolgreich gewesen, nun sollten wir sie aber insofern unterstützen, daß wir ein Mittel, das wir mit Erfolg angewandt haben, ihm mitteilen, damit es allgemein angewendet werden kann. Mancher, der einen guten Gedanken hat, meint, ihm stehe das alleinige Recht zu seiner Ausnutzung zu. Laßt doch lieber den Nutzen auch der Allgemeinheit zugutekommen, es wird euch doppelt vergolten werden. Den Gedanken, das Buch als Geschenk zu verwenden, sollten wir nach Möglichkeit verbreiten. Das Buch ist in jedem Falle das Passende, es lehrt auch den Geschmack und das Urteil des Gebers kennen. Auch ist es weitaus billiger als irgendein anderes Geschenk. Es ist ebenso wertvoll, ein neues Buch kennen zu lernen, wie einen

neuen Freund. Für jeden Beruf, für jede Lebenslage findet man etwas im Buchhandel. Nichts ist eine bessere Erholung, als sich durch ein gutes Buch die Sorgen vertreiben zu lassen, selbst die Musik ersetzt es. Und so muß es immer unsere Aufgabe sein, das Volk von der Freude am Buch zu überzeugen. Wir können sorglos mit dem arbeiten, was uns das Komitee zukommen läßt, aber wir sollen noch mehr tun, wir sollen es ergänzen helfen durch unsere Mitarbeit, denn sie wird sich lohnen, wenn auch nicht über Nacht, so doch in der Zukunft, für die wir arbeiten. Wir müssen den Gedanken der Werbearbeit zu unserer eignen Angelegenheit machen. Der Gedanke einer Spezialausstellung ist gewiß gut, doch soll man nun nicht für jeden einzelnen Artikel Spezialausstellung an Spezialausstellung reihen, das könnte des Guten leicht zu viel werden. Die Kinderbücher-Woche aber sollten wir nach besten Kräften unterstützen, und Vereine und Einzelpersonen werden wir sehr bald zur Mitarbeit gewinnen, wenn wir sie überzeugt haben, daß wir nicht nur auf das Geschäft bedacht sind, sondern es auch um der guten Sache willen tun. Die Kinderbücher-Woche soll die beliebte Ansicht bekämpfen, daß man beim Kauf von Kinderbüchern sagt: Es ist gleich, was es ist. Man sollte in jeder Stadt ein Komitee für die Kinderbücher-Woche bilden und dazu Personen wählen, die in keiner Weise geschäftlich an der Sache interessiert sind. Vereine, Zeitungen, Schulen, öffentliche Bibliotheken sollten zur Verbreitung guter Kinderliteratur beitragen. Jede Buchhandlung, ganz gleich, welchen Spezialartikel sie vertreibt, auch die kleinste, sollte Kinderbücher führen. Viele Menschen wissen überhaupt nicht, daß Bücher für sie von Interesse sein oder Wert für sie haben könnten. Durch öffentliche Stipendien wurde der Gedanke des Lesens und auch der, daß ein Buch ein Helfer sein kann, an die Leute herangebracht, und dies hat durch Erfolg schon gelohnt. Aber alle Propagandaarbeit wird nicht lohnen, wenn wir nicht mit Liebe und Begeisterung arbeiten. Für einen Menschen, dem es gleich ist, was er für Bücher verkauft, ist das Buch nur eine Ware und nichts anderes. Ein gutes Propagandamittel liegt darin, daß man den jeweiligen Geburtstag eines Verfassers feiert, indem man ihm eine Schaufensterauslage widmet. Auch sollte man die jungen, erst beginnenden Schriftsteller nach Kräften unterstützen; sobald nur einige Nachfrage nach ihren Werken ist, sollte man sie auf Lager halten. Auch sollten die Frauen ans Werk gehen, mitzuhelfen. Sie haben es in der Hand, an dem Guten mitzuarbeiten. Ich wüßte nichts, was nicht getan werden könnte, wenn alle zusammenarbeiten. Es ist aber unsere Pflicht, das, was wir tun, ganz gleich, was es sei, nach bestem Wissen und Können zu tun, und dies sollten insbesondere die jungen Anfänger beherzigen«.

Broedels Lehrmittelführer. Allgemein. Ausgabe.

1. Heft: Freyer, Martin: Der Projektionsapparat und seine Anwendung im allgemeinen Unterricht der Volksschule. Gr. 8°, 16 S. und 12 S. Bilderanhang. Leipzig 1922, Verlag Hermann Broedel & Co. Ladenpreis geheftet 10.— M.

Die Bestrebungen des Buchhandels, auf wesentlichen Gebieten an die Stelle des katalogmäßigen Werbemittels den Literatursführer zu setzen, um eine gründlichere Erschließung des Büchermarktes herbeizuführen, finden in dem obigen Lehrmittelführer auf dem Lehrmittelmärkte ihr Seitenstück. Die Anregung zur Darstellung der hier behandelten Materie dürfte von einer Ausstellung des Sächsischen Lehrervereins »Lichtbild und Schule« im Schulmuseum zu Dresden herrühren, die ein reiches Anschauungsbild enthielt und großes Interesse in pädagogischen Fachkreisen fand. Hier mag auch der Verfasser alles beisammen gefunden haben, was er zur Abfassung seiner Arbeit brauchte. Von der Auswahl des Apparats ausgehend, behandelt er dessen wichtigste Teile, den Kondensator, das Objektiv, die verschiedenen Lichtquellen, um dann auf das Einstellen der Lampe, den Projektionstisch, den Auffangschirm, die Verdunkelung und das Arbeiten mit dem Apparate einzugehen. Weiterhin beschäftigt er sich mit der Anfertigung von Lichtbildern, mit dem Apparat als Lehrmittel, mit der Mikroprojektion, mit den optischen Versuchen, mit dem Projektionsapparat, der Kino-Projektion und der Leselampe. In einem Anhang sind 47 Illustrationen zur Veranschaulichung des Gesagten vereinigt.