

Boden ihres Landes aufgebraucht haben. Nach neuer Berechnung soll das amerikanische Öl nur noch bis 1945 reichen, aber vielleicht gelingt es Henry Ford, diesen Zeitraum noch bis auf 1940 einzukürzen. Es fragt sich also, ob alle Zeiten und auch die Zukunft Henry Ford für den großen Mann halten werden, wenn mit der Tatsache, daß jeder zweite Amerikaner im Jahre 1930 vielleicht seinen Ford-Wagen hat, die Ölreserven eines Kontinents in wenigen Jahrzehnten verpufft worden sind, nur damit die Bewohner einiger Länder bequem spazieren fahren konnten.

Doch das mögen die Amerikaner mit sich selber ausmachen. Für uns gilt es gerade heute in unserer schweren wirtschaftlichen Not, aus dem Buche eines wirklich erfahrenen und erfolgreichen Organisationsmannes das an durch und durch gesunden Verstand anzunehmenden und auf unsere Verhältnisse anzupassen, was einen absoluten, unbedingten Wert gerade in Zeiten der Neuordnung verfahrenere Verhältnisse hat. Und da wollen wir es dankbar begrüßen, daß ein Buch, das heute in den Händen jedes deutschen Industriellen und jedes Kaufmanns ist, das jeder Ingenieur und sehr viele Arbeiter gelesen haben, so beherzigenswerte Wahrheiten enthält, wie sie Ford verkündet, wenn er z. B. sagt:

»Wo immer zwei Mann für etwas bezahlt werden, was ein Mann leisten kann, muß das Volk doppelt so viel bezahlen, als es eigentlich bezahlen sollte«;

oder: »Wir leben in einer weichen Zeit, in der den Menschen gepredigt wird, daß alles leicht sein sollte. Keine Arbeit, die etwas taugt, wird jemals leicht sein«;

oder schließlich: »Es gibt mehr Menschen, die kapitulieren als scheitern. Es mangelt ihnen weder an Weisheit noch an Geld noch an Intelligenz, noch an Streben, sondern einfach an Mark und Knochen. Die rohe, einfache, primitive Kraft der Beharrlichkeit ist die ungekrönte Königin der Welt des Wollens«.

Rundfunk und Buchwerbung.

Von Th. Weldert,

Direktor der Funk-Stunde A.-G. in Berlin.

Als vor über einem halben Jahr die erste Sendestelle für den Unterhaltungsrundfunk, die Funk-Stunde A.-G. in Berlin, ihre Tätigkeit aufnahm, war man sich über die Entwicklung, die das Funkwesen in Deutschland nehmen werde, noch keineswegs klar. Der außerordentliche Aufschwung, den die Funkbewegung in Amerika und England genommen hat, ließ zwar erhoffen, daß auch in Deutschland der Unterhaltungsrundfunk schnell Boden gewinnen würde; aber die ersten Monate zeigten, daß sich die Entwicklung keineswegs in dem Maßstabe vollzog, wie vereinzelt angenommen wurde. Die anfänglich sehr hohen Gebühren ließen ein Eindringen der Funkbewegung in weitere Volkskreise, namentlich in den bildungshungrigen Mittelstand, nicht zu.

Das Programm der Berliner Sendestelle, das dann muster-gültig für die Programmgebung der übrigen deutschen Sendegesellschaften geworden ist, war im vornherein von Herrn Direktor Knöpfke so gestellt, daß es einmal möglichst hohen künstlerischen Ansprüchen genügte, ferner aber systematisch ausbauend erzieherisch auf die Hörer einwirken sollte. Man war sich bei der Leitung der Funk-Stunde der Verantwortung voll bewusst, daß ein Funkdienst, der sich direkt an die deutsche Familie wendet und im Heim von den Eltern bis zu den Kindern mit angehört wird, eine große kulturelle und erzieherische Aufgabe zu lösen hat und daß er infolgedessen auf jeden erotischen und politischen Einschlag verzichten muß. Auf der andern Seite zog die Geldfrage der Programmgebung sehr energisch bestimmte Grenzen. Die dann schon im Januar und Februar einsetzende Zunahme der Teilnehmerzahl gestattete auch den weiteren Ausbau der Programme. In diesen Monaten ging man zur Einrichtung sogenannter Sonderveranstaltungen über, die wöchentlich einmal stattfanden und in denen Künstler wie z. B. Slezak, Battistini, Amato, Clewing, Földöszy und andere mitwirkten. Die allsonntäglichen Konzerte wurden zu Orchesterkonzerten mit Solisten ausgebaut, in denen man sich der reichen Opern-

literatur zuwandte. Hand in Hand mit diesen musikalisch-künstlerischen Darbietungen ging selbstverständlich der Ausbau des Vortragswesens.

Ich habe Ihnen diesen kurzen Abriss der Entwicklungsgeschichte der Berliner Programme geben müssen, um Ihnen den Stand, wie er sich heute darstellt, klarzustellen. Mit der Herabsetzung der Gebühren von 60.— M., die auf einmal bezahlt werden mußten, auf 24.— M., die in monatlichen Raten à 2.— M. zahlbar sind, trat eine außerordentlich einschneidende Veränderung ein. Neue, namentlich dem Mittelstand angehörende Kreise schlossen sich an. Viele Baumgäste wurden zu zahlenden Mitgliedern. Ein übriges tat noch die außerordentlich scharfe Verordnung des Herrn Reichspräsidenten, der das Schwarzhören unter eine Gefängnisstrafe stellte.

Um die Sendegesellschaften nun wirklich leistungsfähig zu halten und damit sie die ihnen gestellten erzieherischen Aufgaben wirklich zu lösen vermögen, vor allem aber dem Bildungshunger weiter Kreise Rechnung tragen können, ist die Berliner Sendegesellschaft dazu übergegangen, mit großen Zeitungsverlagen Abkommen zu treffen, die uns in die Lage setzen, das Programm ohne Belastung der Gesellschaft zu bereichern.

Ganz besonderen Wert legen wir aber auf die Ausgestaltung des Vortrages. Grundsätzlich werden nur Original-Vorträge gehalten, d. h. es kommen nur die Verfasser der Vorträge zu Wort. Hierbei hatte ich die ersten Schwierigkeiten mit großen Buchverlagen. Während ein Verlag, mit dem ich zusammen arbeitete, ehe ich die Ehre hatte, mit dem Buchhändler-Börsenverein in Verbindung treten zu dürfen, volles Verständnis für diese prinzipielle Frage hatte, stieß ich bei zwei großen Verlagsanstalten außerhalb Berlins auf eine vollständige Verkennung der Tatsachen. Ein Verlag wollte uns gedruckte Vorträge einsenden, die verlesen werden sollten; ein anderer Verlag, bei dem gerade ein die Allgemeinheit außerordentlich interessierendes Werk erscheinen sollte und der sich an uns wandte, gedachte uns einen Auszug aus dem Werk zu schicken, der bei uns verlesen werden sollte. Das sind Unmöglichkeiten. Wenn ein Verlag Interesse an einem Werk durch die lebendige Werbung des Rundfunks bei den Hörern erwecken will, so kann das nicht durch eine stilische-Neklame nach dem Schema Inserat geschehen. Wir würden das grundsätzlich ablehnen. Daß wir mit dieser Stellungnahme recht haben, beweisen übrigens zahlreiche Zuschriften unserer Hörer gelegentlich zweier Versuche. Einmal wurde ein Vortrag verlesen, ein anderes Mal handelte es sich um den Vortrag eines geschlossenen Kapitels aus einem Werk. Es hat sich dagegen gezeigt, daß Vorträge, wie z. B. der von Dr. Filchner über Tibet, in unserm Hörerkreis ein außerordentlich lebhaftes Echo hervorgerufen haben. Bei wissenschaftlichen Vorträgen ist die Nachfrage nach der Adresse des Redners außerordentlich stark. Ich möchte hier gleich noch einer Befürchtung entgegenreten, die uns immer wieder begegnet: nämlich jede Industrie, jedes Gewerbe, die irgendwie in einem Zusammenhang, und sei er noch so locker, mit uns stehen, glauben, die Existenz des Rundfunks könnte abträglich auf den Absatz einwirken. Da waren zunächst die Konzertagenturen, die die Ansicht vertraten, unsere täglichen Konzerte müßten einen schweren Rückschlag auf den Konzertbesuch ausüben. Genau das Gegenteil ist der Fall. Genau wie in England und Amerika hat bei uns noch in erweitertem Maße die Erziehung zu guter Musik weite Kreise, die dem Konzertsaal entfremdet waren, wieder zugeführt. Das gilt namentlich von der Großstadt. Aber ein sehr hoher Prozentsatz der Hörer, und das sind die, für die der Rundfunk keine Modesache ist, sondern stets hohen bleibenden Wert haben wird, sind die Bewohner der kleinen Städte und des platten Landes, und hier ist auch die Werbekraft des Rundfunks ganz besonders hoch, namentlich im Winter, zu veranschlagen. In einer ganz besonderen Lage ist auch die Presse. Hier befürchtete man ebenfalls, daß der Unterhaltungsrundfunk mit seinem Pressedienst sich als eine unangenehme Konkurrenz erweisen könne. Auch hier ist das Gegenteil bereits erwiesen. Ja, die großen Zeitungs-Verlagsanstalten in Berlin benutzen heute den Rundfunk als besonders wirksames Werbemittel.

Besonders bezeichnend aber ist die Stellungnahme der Sprechmaschinen- und Schallplatten-Industrie, die sich in sehr ausgedehntem Maße den Rundfunk zu Werbezwecken dienstbar macht. Gerade diese Industrie bemüht sich außerordentlich, nicht nur Schallplatten zu Gehör zu bringen. Die Berliner Sendestelle trägt