

druck der nötigen Angaben an Ort und Stelle dazurechnet. Ein weiterer Vorteil dieses Verfahrens besteht darin, daß man in der Regel ein besseres Plakat erhält. Die Werbestelle trägt sich, wie ich hörte, mit dem Gedanken, für die häufiger von ihr vermittelten Kräfte die Herstellung der Plakate in eigene Regie zu übernehmen, was ohne Zweifel durch die Vergrößerung des Auftrages zu einer weiteren Verbilligung führen und eine werbetchnisch einwandfreie Aufmachung gewährleisten würde. Ob das aber bereits für diesen Winter geschehen kann, ist wohl sehr zweifelhaft. Ich persönlich habe die Erfahrung gemacht, daß mein Plakat für meine Buschabende von fast allen Veranstaltern bestellt und benutzt wurde, woraus zu schließen ist, daß Vorteile damit verbunden sein müssen.

Daß neben den Inseraten redaktionelle Notizen in den Zeitungen erscheinen müssen, ist unerlässlich und auch allgemein geübt. Hier ist für den Vortragenden eine Gelegenheit zur unmittelbaren Mitwirkung an der Propaganda gegeben. Die redaktionellen Notizen franten im allgemeinen daran, daß sie zu allgemein gehalten werden und ihre Kraft lediglich in starken Lobeserhebungen (auf Vorschub) zeigen. Das liegt in der Natur der Sache, denn in der Regel muß sich der Veranstalter alles, was er zu diesen Notizen braucht, mühsam zusammenklauben oder gar aus den Fingern saugen. Jeder Vortragende sollte dafür Sorge tragen, daß redaktionelle Notizen druckfertig dem Veranstalter zur Verfügung gestellt werden, ändern kann er dann immer noch, wenn es ihm aus irgendwelchen Gründen erwünscht erscheint.

Wenn es gelingt, außer den Inseraten und redaktionellen Notizen noch ein größeres auf den Abend bezügliches *Feuilleton* unterzubringen, um so besser. Der Vortragende muß dafür sorgen, daß so etwas für den Bedarf stets vorhanden ist. Ein Dichter, der aus seinen Werken liest, sollte etwa eine kurze Selbstbiographie, oder einen Artikel von einem anderen über ihn oder einen Abdruck aus einem seiner Werke zur Verfügung stellen. Daß ein solches Feuilleton keine direkte Reklame für den Abend enthalten darf, versteht sich von selber. Wer an alles denken will, muß hier sogar verlangen, daß mehrere derartige Feuilletons zur Verfügung gestellt werden, da jede Zeitung selbstverständlich den größten Wert darauf legt, einen eigenen Beitrag zu bringen, den nicht auch das Konkurrenzblatt hat.

Daß ein Bild des Vortragenden möglichst in der Stadt ausgestellt sein soll, bedarf auch weiter keiner Begründung.

Häufig findet man heute auch, daß von den Vortragenden oder den in Frage kommenden Verlegern Prospekte — am besten in Form eines Programms — zur Verfügung gestellt werden, aus denen über den bevorstehenden Abend alles Wissenswerte zu entnehmen ist. Für meinen Buschabend haben z. B. die drei Buschverleger Bassermann, Braun & Schneider und Lothar Joachim einen Prospekt herstellen lassen, der bis zu einer gewissen Menge kostenlos abgegeben wird. Die Verwendungsmöglichkeit dieser Drucksachen ist außerordentlich vielseitig. Sie werden vielfach — mit Eindruck versehen — als Einladungen an die Kundschaft versandt, häufig unter Beilegung einer Einladungskarte, wie ich an verschiedenen Stellen hörte, mit dem besten Erfolge. Vielleicht empfiehlt sich zur Verbilligung und Erleichterung der Arbeit folgendes Verfahren: die Werbestelle läßt geschmackvoll gedruckte Einladungskarten in größerer Auflage herstellen, etwa mit folgendem Wortlaut:

»Ich mache Sie ergebenst auf eine Veranstaltung meiner Buchhandlung aufmerksam, über die Sie Näheres aus der beiliegenden Drucksache entnehmen können, und bitte um Ihren Besuch. Karten sind in meinem Geschäftslokal und an der Abendkasse erhältlich.

(Platz für den Firmenstempel.)

An einer Stelle habe ich es sogar erlebt, daß diese Prospekte, als der Kartenverkauf nicht recht einsehen wollte, vor dem Laden auf der Straße verteilt wurden, mit ganz gutem Erfolge, wie ich hörte. Das wird man nicht überall machen können, aber der Neugier halber sei es doch erwähnt.

Als letzter Zweck dieser Prospekte kommt dann noch hinzu, daß er die Wirkung des Abends für den Buchabsatz festhalten soll. Die Verlage zeigen auf der letzten Seite natürlich die in Frage kommenden Bücher an. Mancher nimmt doch das Blatt mit nach Hause, um bei gelegener Zeit darauf zurückzugreifen.

Eine Ausstellung der angezeigten Bücher wird fast nirgends versäumt, meist findet man liebevoll gebaute *Sonderfenster*, was natürlich stets sehr wirkungsvoll ist. Ob man am Abend im Saal Bücher ausstellen soll, ist eine Frage, die sehr verschieden beantwortet wird. Einige halten es für etwas aufdringlich und lehnen daher dies Verfahren ab, andere sagen: es soll ja kein Verkaufsstand sein, aber zeigen muß man den Besuchern die Bücher. Man kann sich nicht für die eine oder andere Auffassung strikte entscheiden, das ist Geschmacksache. Soviel ist sicher, daß am Abend stets wenig Bücher verkauft werden. Man soll sich überhaupt hüten, mit zu großen Erwartungen in bezug auf den unmittelbaren Bücherabsatz an die Abende heranzugehen, das würde in den meisten Fällen Enttäuschungen geben, denn diese Saat reift langsam. Der Vorteil für die Buchhandlung springt nur aus dem ganzen Unternehmen heraus, insofern, als die geistig interessierten Kreise dauernd und nachdrücklich auf deren Kulturwillen aufmerksam gemacht werden. Das wird auch in den meisten Fällen klar erkannt, denn trotz der materiell nicht immer günstigen Erfahrungen, die an vielen Stellen in diesem Winter gemacht wurden, habe ich doch gefunden, daß man im allgemeinen an der Sache festhalten will, da diese Abende vielfach schon zu einer Renommeefrage für die Firma geworden sind.

An dieser Stelle ist vielleicht auch ein Wort am Platz über ein Mittel, das zur Verringerung des Risikos versucht wurde: gemeinschaftliche Veranstaltungen, etwa getragen von dem Ortsverein der Stadt. Das scheint an sich eine schwierige Sache zu sein, denn mir ist nur einmal ein solches Unternehmen begegnet. Die Erfahrungen waren nicht sehr ermutigend. So vernünftig eine solche Art zunächst erscheint: die Last des Risikos verteilt sich auf viele Schultern und ist deshalb leichter tragbar, die unmittelbare Propaganda bei der Kundschaft trifft einen viel größeren Kreis, und was bergleichen Vorteile mehr sind, so viele Nachteile zeigen sich auf der Rehrseite. Denn im selben Maße wie das Risiko verteilt sich auch das Interesse, einer verläßt sich auf den anderen, und alle Nachteile einer Sozialisierung in Dingen, in denen nur die Einzelinitiative Erfolge erreicht, treten auf. Ich glaube nicht, daß diese Methode eine große Zukunft hat.

Eine andere Form, das Risiko zu verringern, scheint mir viel wesentlicher, in der Mehrzahl der Fälle unerlässlich zu sein: die Organisation des Besuches der Veranstaltungen. Es liegt in der Natur der Sache, daß selbst durch die aufs feinste ausgeklügelte, sachlich und großzügig aufgezugene Propaganda das Publikum nicht ohne weiteres zu den Abenden getrieben wird, da es sich ja in der Regel nicht um Schlagernamen handeln wird, die beim Publikum schon von vornherein genügend Zugkraft besitzen, sodas durch die Reklame nur ein Anstoß gegeben zu werden braucht, um einen schon vorhandenen Komplex von Vorstellungen auszulösen, die ihrerseits dann den Entschluß zum Besuch zur Folge haben.

Nach meinen Erfahrungen ist es an fast allen Orten, wenn nicht irgendwo besonders günstige Verhältnisse vorliegen, auf die Dauer unmöglich, ohne eine festgefügte Besucherorganisation ein derartiges künstlerisches Unternehmen wirtschaftlich gesund zu erhalten. Wie diese Organisation beschaffen ist, ob es sich um einen regelrechten Verein handelt (von dem manche nicht viel wissen wollen, weil der Vorstand dann zuviel redet) oder um einen »Kreis der Freunde der Aschen Buchhandlung«, oder nur um einen zuverlässigen Stamm von Abonnenten, das bleibt sich gleich und hängt von den örtlichen Verhältnissen ab, aber irgendeine Form muß geschaffen werden. Es ist erstaunlich, was sich sogar ganz kleine Orte an künstlerischen Abenden leisten können, wenn so etwas besteht. Aber man wird vielleicht sagen, daß dies eine Binsenwahrheit sei, die Frage sei die, wie man es zustande bringe. Da nach meiner Erfahrung für den nächsten Winter an vielen Orten Versuche zum Aufbau solcher Organisationen gemacht wer-