

blatt für den Deutlichen Brw

Anzeigenpreise im Innenteil: Amfang ganze Seite 360 (Aleinere als viertels. Anzeigen sind im II. Teil nicht zuviergespaltene Petitzeisen. Mitgliederpreis: Die Zeile iäsig.) Mehrsarbende nach Dereinbarung. Stellengesuche
0.25 %, ¼ S. 70.— N. ½ S. 39.— N. ¼ S. 20.— N. Aichtmitgliederpreis: Die Zeile 0.50 N. ¼ S. 40.— N. ½ S. 78.— N. Mitgl. n. Michtmitgl. d. 3. 0.35 N. Dundsteg (mittelste Seiten
¾ S. 40.— N. — Illustrierter Teil: Mitglieder: 1. S. durchgehend) 25.— N. Ausschlage. Rabatt wird nicht gewährt.
(nur ungeteilt) 140.— N. Abrige Seiten: ¼ S. 120.— N. ½ S.

platvorschriften unberbindl. Kationierung d. Börsendlatt65.— N. ¼ S. 35.— N. Michtmitgl. 1. S. (nurunget.) 280.— N.

albrige S.: ¼, S. 240.— N. ¼ S. 130.— N. ¼ S. 70.— N.

Einzelfall sederzeit vorbeb. — Beiderseit. Erf.—Ort: Leipzig.
Bank: ADCA, Leipzig — Postsch.- Kto.: 13463 — Fernspr.: Sammel-Nr. 70856 — Tel.-Adr.: Buchbörse

Nr. 69 (N. 36).

Leipzig, Dienstag den 23. Märg 1926.

93. Jahrgang

## Redaktioneller Teil.

## Bekanntmachung.

herr Adolf Dahnert in Firma &. E. Fifcher in Leipzig überwies uns

1000 .- Mart

anläglich des bojährigen Bestehens feiner Firma.

Mit dem herglichsten Dant für diese hochbergige Spende verbinden wir aufrichtige Bunsche für ferneres Blüben und Wachsen des Unternehmens.

Der Borftond bes Unterftugungs-Bereins Deutscher Buchhandler und Buchhandlungs-Behülfen.

Dr. Georg Baetel. Mar Schotte. Mar Baichte. Reinhold Borftell. Friedrich Fedderfen.

## Bukunftswegeder Buchhandelspropaganda.\*)

Bon Dr. Berner Rlinthardt.

Als Lehrmethode war für den Kurjus für Berlagspropagandiften, der vom 25 .- 30. Januar in Leipzig abgehalten morden ift, die Form der Arbeitsgemeinschaft gewählt worden. Es follte dadurch erreicht werden, daß nicht von Dozenten eine vorrefaßte Meinung den Schülern vorgetragen wurde. Es gab nicht Behrer und Schüler, sondern wir hatten uns eben zusammengetan, um in gemeinsamem Streben die Grundlinien propagandistischer Tätigkeit herauszukristallisieren. Dabei sind wir auch an den ichwierigsten Fragen nicht vorbeigegangen, wir haben auch nicht nur die Probleme aufgezeigt, sondern sind ihnen zu Leibe gerüdt.

Ich mochte hier einiges herausgreifen, was mir von gang besonderer Bedeutung für die Allgemeinheit erscheint, muß aber, um teine faliche Meinung von dem Kurjus und feiner Arbeit zu erweden, nachdrudlich betonen, daß wir dort natürlich vorwiegend die prattisch-technischen Fragen behandelt haben, daß also die hier distutierten Dinge gewissermaßen nur anhangsweise besprochen wurden. Außerdem möchte ich ausdrücklich darauf hinweisen, daß es fich hier nicht um eine Darlegung meiner eigenen Ideen bandelt. Bieles davon ift von den Herren Schnabel, Miemann und Marcus ichon an anderer Stelle oder bei dem Kurfus ausgesprochen morden. Anderes haben wieder Rurfusteilnehmer beigesteuert. Es handelt sich hier für mich nur um eine zusammenfassende Darstellung all dieser verschiedenen Meinungen.

Bir waren uns bewußt, daß man Fragen von so einichneidender Bedeutung nicht ohne weiteres losen fann, aber wir find doch der Aberzeugung, daß die praktische Lösung versucht werden muß und daß es überaus wichtig ift, fobald als möglich eine Umfetzung der Theorie in die Praxis zu erreichen.

\*) Die Beröffentlichung bes Berichts über den Rurfus ffir Berlagspropagandiften hat fich burch eine Berkettung ungliidlicher Umftanbe fehr hinausgezögert, fie wird aber demnächft erfolgen. Der vorliegende Artitel greift junachft nur einige Teilprobleme beraus, Die für die Allgemeinheit wohl befondere Bedeutung haben. D. Red.

Als die ichwierigsten Propagandaprobleme umerer Zeit er= chienen uns folgende:

1. die Berteilung der Propaganda für das Buch zwischen Berlag und Sortiment;

2. die forporative Werbung für das Buch als folches (im Gegensat jum einzelnen Berlagswert);

3. die Gewinnung neuer Räuferichichten.

Das sind sicherlich Fragen, die uns alle bewegen, aber in Bereinsversammlungen, wo wir bisher derlei Dinge zu behandeln pflegten, werden sie kaum zu losen sein. Die Propaganda ift heute ein Gebiet geworden, das ein gemiffes Studium erfordert. Ber sich intensiver damit beschäftigt, dem wird es leicht so geben wie mir felber: er wird bemerten, daß fie eine Fulle allerwichtigster und für unseren Beruf grundlegender Probleme birgt, und wen die Propaganda so gepadt hat, den läßt sie nicht so leicht aus den Krallen. Bas Bereinsversammlungen nicht vermögen, bem fann man aber vielleicht eber beitommen in einem Rreife bon speziell interessierten und ausgebildeten - es waren unter den Teilnehmern viele erfahrene Propagandiften, auch großer Firmen - Fachgenoffen. Die den Leitern der Arbeitsgemeinschaften, deren jeder nur als primus inter pares maltete, jumeift vom Lauensteiner Kreis her vertraute Form der Arbeitsgemeinschaft scheint mir überhaupt die ideale Methode, um schwierige Fragen der buchhändlerischen Gegenwart und Zufunft der Löfung näherzubringen. Ich halte fie, nach den Erfahrungen unferes Kurjus, für beffer geeignet als alle Ausschüsse und Kommissionen und möchte sehr ernsthaft ber Erwägung anheimgeben, ob man nicht auch in geeigneten anderen Fällen in Zufunft einen Berjuch damit machen sollte. Eine solche Möglichkeit war hier gegeben, und wir glaubten, fie benuten zu follen. Diefe Einleitung erschien mir notwendig, ehe ich mich den Problemen selber zuwende.

## 1. Die Berteilung ber Propaganda für das Bud zwischen Berlag und Cortiment.

Als der Buchhandel dazu überging, die Methoden neuzeitlicher Propaganda in feinen Dienft gu ftellen, beging er den großen Tehler, fie einfach von ber Großindustrie ber gu übernehmen, ohne fich flar zu machen, daß dort gang andere Bedingungen gegeben waren. Bei diefer hieß es, ein gewisses Fabritat, eine bestimmte Marke in weitesten Kreisen und mit allen Mitteln innerhalb eines dafür ausgesetten Etats befannt ju machen. Die Fabritation ging unabhängig bavon weiter und fonnte nach dem Bedarf, auch nach dem durch die Propaganda erzeugten neuen Bedarf, geregelt werden. Anders im Berlag. (Das Sortiment ift infofern gunstiger gestellt, als es eber die Möglichkeit hat, im Rahmen eines festen, einigermaßen ichagbaren Etats Allgemeinpropaganda zu treiben.) Wenn wir aber abjehen von den wenigen Ausnahmefällen, die etwa bei Einführung von Sprach= und Unterrichtsmethoden oder von Sammlungen u. dgl. gegeben fein mögen, fo handelt es sich bei uns darum, möglichst schnell die Borrate einer fertig hergestellten und auf Lager liegenden Ware abzusetzen. Gebe ich also mehr für die Propaganda aus, als zunächst rechnerisch bestimmt war, so vermindere ich jedenfalls den möglichen Gewinn, und wenn der erwartete Absat nicht eintritt, wenn die