

1. An den Bibliophilen: »Nicht Alltägliches im bibliophilen Gewande . . . «.
2. An den Populärwissenschaftler (Lehrer): »Hat Ihr Herr Kollege Ihnen schon erzählt . . . «.
3. An den Wissenschaftler: »Wir wissen, daß Ew. Hochwohlgeboren an der Verbreitung Ihres Fachgebietes . . . «.
4. An den Rationalgesinnten (Anschlußgedanken): »E. H. werden mit Bestürzung aus der F-Zeitung ersehen haben . . . «.
5. An den Herrn:
 - a) den Junggesellen: »E. g. H.! Der moderne Liebesbriefsteller fehlt. Würden Sie sich die Mühe geben, die Liebesbriefe . . . «.
 - b) den Bräutigam: »Kann man einer Dame Liebesbriefe schenken? Das bekannte Anstandsbuch . . . «.
6. An die Dame:
 - a) die romantische Frau: »E. g. g. Frau! Die Lebensauffassung einer älteren Generation verlangte von einer verheirateten Frau die dunkle Kleidung und später das Kapotthütchen . . . «.
 - b) die Braut: »E. g. g. Fräul.! Ein neuer Lebensabschnitt steht vor Ihnen. Noch im Zeitalter Ihrer Frau Mutter . . . «.

Die nächsten beiden Abendvorträge von Herrn Professor Zeitler »Über die führenden Gebrauchsgraphiker der gegenwärtigen Buchkunst« und von Herrn Fritz Schnabel »Über die Propagandaform des Auslands, besonders Englands und Amerikas« loderten den Sinn der Teilnehmer nach der künstlerischen und angewandten psychologischen Seite hin.

In diesem Zusammenhange muß bei den ursprünglich für einen Abendvortrag gedachten, dann aber (weßwegen?) auf den Vormittag verwiesenen Ausführungen von Herrn Professor Dr. Menz »Über Buchwerbung und Wirtschaftskonjunktur« etwas länger verweilt werden. Bedeuteten doch die Ausführungen von Professor Dr. Menz am Donnerstag früh eine Zäsur in der Kursusarbeit, denn sie stellten die Bedingungen fest, unter denen Volkswirtschaftslehre und Buchwerbung voneinander abhängig sind. Professor Dr. Menz erörterte, und das ist in diesem Kreise besonders hoch anzurechnen, Wert und Unwert jeglicher Krisenkonjunktur, und er zeigte anschließend daran die Gebundenheit buchhändlerischer Werbung an die Kaufkraft des Inlands- und Auslandsmarktes — eine Tatsache, die jeder praktisch in seinem Betriebe erlebt, die jedoch nur von ganz wenigen vor Beginn neuer Werbemaßnahmen geprüft wird. Tritt doch dann beim einzelnen nur zu leicht die Überschätzung des eigenen Verlagswerkes ein, sodaß die Klagen über das »versagende« Sortiment, die »versagende« Organisation, den versagenden Betriebsapparat nicht aufhören wollen, weil auf die Struktur des zu bearbeitenden Gebietes, der zu erfassenden Kreise nicht genügend Rücksicht genommen wird (Angewandte Soziologie!).

Gemeinsame Tagesarbeit hatte nun schon Teilnehmer und Leiter, die sich von der ersten Stunde an nur als *primi inter pares* fühlten, zu einer Einheit verschmolzen, sodaß trotz der Verschiedenheit der Ansichten der erfolgversprechenden Erörterung volkswirtschaftlicher Probleme nichts mehr im Wege stand.

Und so wurde, nachdem sich am Donnerstag noch das Referat von Herrn Dr. Felix Meiner »Propaganda für das wissenschaftliche Buch« angeschlossen und der Freitag Vormittag sich den Fragen der Kartothek, dem Adressenmaterial, der Streuung zugewandt hatte, der Gedankengang von Prof. Dr. Menz geradlinig durch ein Referat von mir fortgesetzt, in dem ich »Werbung für ganze Buchgruppen und ganze Verlage« zu erörtern versuchte. Habe ich mich auch zunächst eng an mein Thema gehalten, indem ich über die Werbung einzelner Bücher desselben Verlages, dann über Buchgruppen desselben Verlages und dann darüber hinausgehend über Buchgruppen verschiedener Verlage berichtete, so lag es in der Luft und konnte nicht mehr zurückgedämmt werden, daß ich die Erfassung neuer Käuferkreise und Interessentenschichten in den Rahmen meines Referats spannte. Und so stellte ich am Ende meiner Ausführungen die Frage: Wie muß das Buch aussehen, wie muß der Buchtyp beschaffen sein, um die

vier Fünftel des deutschen Volkes zu erfassen, an die wir heute noch nicht herangekommen sind?! Und die weitere Frage: Wie muß ein fünfjähriger Propagandaplan aussehen, um diese vier Fünftel auf dem Wege über Lesepropaganda zu Bücherkäufern zu erziehen?!

Nur der Vollständigkeit halber habe ich dieses Referat von mir erwähnt. Aus Rücksicht auf die »Wahrheit« der Propaganda sei berichtet, daß sich der Freitag Nachmittag und der Sonnabend Vormittag, der Ausklang des Kursus, fast ausschließlich mit diesen Fragen befaßten. Doch da es zu leicht zu Mißdeutungen Anlaß geben könnte, so möchte ich an dieser Stelle — da ich ja nun doch einmal Partei bin! — über diese Ergebnisse nichts berichten!

Es bleibt noch kurz zu erwähnen, daß auch der letzte Abendvortrag, den die Herren Generaldirektor Dr. Heß und Dr. von Löwis of Menar über »Auslandwerbung für das deutsche Buch« hielten, in glücklichster Weise die Erkenntnistafel für die Teilnehmer schloß.

Ob es den Unbeteiligten möglich ist, sich ein anschauliches Bild der Woche zu machen, kann ich, der zu sehr in den Dingen steht, schwer beurteilen. Abschließend sei mir nur gestattet, den Gedankengängen Ausdruck zu geben, die Herr Dr. Friedrich Didenbourg, München, in meiner Arbeitsgemeinschaft ausführte. Nachdem er von der Überproduktion des Verlages, die leider eine Notwendigkeit ist, gesprochen hatte, und daran anschließend vom »Versagen des Sortiments«, wies er die Teilnehmer darauf hin, daß all unser Streben darauf gerichtet sein müsse, die Organisationsformen von 1914 in verbesserter und zeitgemäßer Art wieder aufzunehmen.

Dies der eine Leitsatz für die Zukunft, dem sämtliche Leiter den zweiten zur Seite stellten: Propaganda ist erst dann berechtigt, wenn sie am gewöhnlichen Umsatz ein solches Plus erzielt, daß Reklamekosten und Herstellungskosten der verkauften Bücher sich bezahlt machen. Dies wird aber nur möglich sein, wenn immer weitere Kreise auf dem schwierigen Instrumente buchhändlerischer Propaganda auf Grund von Wissen und Erkenntnis zu spielen verstehen!

Popert, Dr. jur. Hermann M.: Hamburg und der Schundlampf. In zwei Büchern. Erstes Buch: Schmutz- und Schundliteratur. Herausgegeben vom Ausschuß beim Jugendamt Hamburg zum Kampf gegen Schund und Schmutz in Wort und Bild, im Einvernehmen mit dem Landesjugendamt Hamburg und der Hamburgischen Oberschulbehörde. Hamburg: Verlag der Deutschen Dichter-Gedächtnis-Stiftung. 1926. (VI, 110 S.) M. 2.—.

Der Verfasser des vorliegenden ersten Teiles einer vom Hamburger Jugendamt veranlaßten Denkschrift zur Frage der Schundliteratur ist der im Buchhandel bestbekannt gewordene Autor »Helmut Harringas«. Der in diesem Roman verarbeitete Stoff findet in der vorliegenden Denkschrift seine praktische Auswirkung in juristischer und volkswirtschaftlicher Darstellung. Die Liebe zur Jugend treibt Popert zu seinen Arbeiten und leuchtet auch aus der vorliegenden Schrift klar heraus. Das Bestreben des Verfassers, hinter dem das Hamburger Jugendamt steht, ist, zu erreichen, daß nach dem immerhin möglichen Scheitern des geplanten Schundliteratur-Reichsgesetzes Hamburg ein vorbildliches Landesgesetz für seinen Verwaltungsbezirk schafft. Popert glaubt, daß bereits gegenwärtig in Hamburg, das auf den verschiedensten Gebieten der Volkswohlfahrtspflege Hervorragendes geleistet hat und noch leistet, die Grundlagen für einen wirksamen Kampf gegen die Schundliteratur geschaffen seien. Ich bin allerdings etwas mißtrauisch und hege keine allzu großen Erwartungen auf einen durchgreifenden Erfolg dieser Aktion, und zwar gibt Popert mir die Begründung für meine Bedenken am Anfang seiner Schrift selbst. Er schreibt dort: »Schmutzliteratur und Schundliteratur sind gar keine Literatur. Sie sind noch weniger Kunst, sind vielmehr Industrieerzeugnisse, sind Ware«. Nach Popert bedeutet demnach Literatur eine Zensur, ein Werturteil, eine Annahme, die auf jeden Fall diktatorisch selbst gemacht ist. Ferner ist volkswirtschaftlich jeder Gegenstand, auch das Buch, das einen Marktpreis hat, Ware. Aber gerade weil die Literatur, einschließlich der Schundliteratur, marktfähige Ware ist, wird sich der Absatz nach der Nachfrage richten, und wo