

Auch die Korporation der Berliner Buchhändler mit M. 2000.— und die Vereinigung mit M. 500.— Beitrag seien unseres aufrichtigen Dankes versichert.

Der Verband der Kreis- und Ortsvereine überwies uns anlässlich seiner Tagung in Homburg über M. 900.—, und trotz der Jubiläumstiftung zu Kantate, die so große Anforderungen an die Gebefreudigkeit unserer Berufsgenossen gestellt hatte, gelang es uns, Ihrem Vorstand, der vollzählig in Leipzig vertreten war, bei Aederlein, im Kaffeebaum usw. über M. 1500.— zu sammeln.

Die sachungsmäßige Sitzung des Vorstandes mit dem Rechnungsausschuß fand am 27. März im Kontor des Vorsitzenden, die ordentliche Hauptversammlung am 30. März im »Grünen Saale« statt.

Der Vorstand des Unterstützungsvereins kann mit Befriedigung und Dankbarkeit auf das abgelaufene Geschäftsjahr zurückblicken. Die Hoffnungen, die er im vorigen Jahresbericht auf die Wiedererlangung der Mitglieder und auf die Auswirkung der Jubiläumstiftung setzte, sind in Erfüllung gegangen. Die Opferwilligkeit des deutschen Buchhandels hat den Unterstützungsverein nicht verlassen, sodaß wir auch dem neuen Jahr mit neuen Hoffnungen unsere bescheidenen Kräfte freudig widmen können.

Der Vorstand des Unterstützungs-Vereins Deutscher Buchhändler und Buchhandlungs-Gehülfen.

Dr. Georg Paetel. Max Schotte. Max Paschke.
Reinhold Borstell. Friedrich Feddersen.

II.

Bericht des Rechnungsausschusses,

erstattet an die Hauptversammlung des Unterstützungsvereins
Deutscher Buchhändler und Buchhandlungs-Gehülfen
am 23. März 1926.

Zur sachungsgemäßen Prüfung der Rechnungsführung im abgelaufenen Jahr 1925 wurden uns das Rechnungshauptbuch und das Hauptkassenbuch des Vereins übergeben, die in gewohnter Weise einer genauen Durchsicht unterzogen worden sind.

Sämtliche Eintragungen der uns vorgelegten Bücher in Einnahme und Ausgabe wurden nachgerechnet und alle Buchungen auf den einzelnen Konten verglichen, geprüft und allenthalben alles in bester Ordnung befunden.

Der Kassenbestand am 31. Dezember 1925 betrug M. 42187.34 und setzte sich aus folgenden Posten zusammen:

Guthaben beim Kommissionär Boldmar	M.	1 470.45
Guthaben auf Postsparkonto	"	7 257.74
Guthaben auf Banken	"	32 186.—
Barbestand	"	1 273.15
Summa:	M.	42 187.34

In der am 22. März d. J. stattgefundenen gemeinsamen Sitzung des Vorstandes konnte uns der Vermögensbestand des Vereins an Depotscheinen, Hypotheken und sonstigen Wertpapieren in natura aus dem Grunde nicht vorgezeigt werden, weil sämtliche vorhandenen Unterlagen wegen der im Gange befindlichen Aufwertung den zuständigen Aufwertungs-Vermittlungsstellen ausgehändigt werden mußten.

Eine generelle Quittung der Reichsbank über aufgelaufene Depotscheine, sowie eine solche des Notars, Herrn Dr. Sanden, über aufzuwertende Hypotheken wurde uns jedoch vom Vorstand zur Kenntnismahme vorgelegt.

Als Ergebnis dieser Prüfungen stellen wir den Antrag:

Die heutige Hauptversammlung wolle dem Vorstand für das Rechnungsjahr 1925 Entlastung erteilen.

Berlin, den 23. März 1926.

Der Rechnungsausschuß des Unterstützungs-Vereins Deutscher Buchhändler und Buchhandlungs-Gehülfen.

Gustav Küstenmacher. Fritz Rühle.
Richard Brunner.

Zur Frage der gemeinschaftlichen Werbung.

Von Professor Dr. G. Menz.

Seit sich der Buchhandel auf der denkwürdigen Königsberger Herbsttagung zum ersten Mal in neuester Zeit wieder eingehender mit den Möglichkeiten großzügiger, womöglich gemeinsamer Werbung für das Buch befaßte, ist die Auseinandersetzung darüber nicht wieder zum Stillstand gekommen, ist aber auch — das darf ruhig betont werden — mancher Fortschritt erzielt worden. Wenn sich jetzt die Hauptversammlung mit einem Antrag zu beschäftigen hat, besondere Mittel für weitere Unternehmungen auf dem Gebiet bereitzustellen, so ist die Bewilligung in irgendeiner Form an sich sicherlich zu empfehlen. Es sei aber gestattet, dazu noch ein paar (selbstverständlich rein private) Ausführungen zu machen.

Unter dem Begriff »gemeinschaftliche Werbung« ist ein Vielerlei von Fragen zusammenzufassen. Es wäre verfehlt, dabei nur an Veranstaltungen zu denken, mit denen der Gesamtbuchhandel im ganzen Reich oder an einzelnen Stellen vor die Öffentlichkeit tritt, um für das Buch zu werben. Nach dem heutigen Stand der Dinge spielen vielmehr im Sinne »gemeinschaftlicher Werbung« indirekte Unternehmungen eine größere Rolle. Von anderer Seite wird schon darauf hingewiesen, daß die nächstliegende Aufgabe erst einmal die Heranbildung einer Mitarbeiterchaft innerhalb des Buchhandels ist, die den neuen Werbeaufgaben gewachsen ist und die vervollkommenen Werbemittel und Werbemethoden richtig anzuwenden und auszunutzen vermag. Veranstaltungen wie der Verlagspropagandistenkursus kürzlich und ähnliches sind also in erster Linie zu betreiben und zu fördern. Eine solche Ökonomie der Werbungsarbeit empfiehlt sich auch schon aus dem Grunde, weil bisher der Börsenverein allein die Last der doch viel weiteren Kreisen zugute kommenden Sache zu tragen hat. Wohl ist der Gedanke aufgetaucht, die Last auf breitere Schultern zu verteilen. Aber die Durchführung scheitert mindestens vorläufig an formalen Schwierigkeiten. Ganz abgesehen davon aber legen auch andere Überlegungen weise Beschränkung nahe. Wieviele Bücher vertragen und brauchen eine Werbung in breitem Ausmaß? Ihre Zahl ist verhältnismäßig klein. Die größte Mehrheit bleibt in der Hauptsache auf individuelle Werbung angewiesen. Aufgabe der gemeinschaftlichen Werbung wird im wesentlichen immer nur eine allgemeine Forderung des Bodens im ganzen sein, die Bedung des allgemeinen literarischen Interesses, die Schaffung und Erhaltung eines allgemeinen Bildungsdranges. Es ist meines Erachtens sehr fraglich, ob das der Buchhandel allein von sich aus und in eigenem direkten Vorgehen zu erreichen vermag. Auf jeden Fall verlangen Versuche in dieser Richtung aller sorgsamste Vorbereitung. Ebenso steht fest, daß Erfolge auf diesem Gebiet überhaupt erst zu erwarten sind, wenn in unserm gesamten Volks- und Gesellschaftsleben gewisse Vorbedingungen erreicht sind. Vor allem aber wird immer im Auge zu behalten sein, daß die Werbung bei der Produktion beginnt. Für verfehlte Produktion kann auch die schönste und umfassendste Propaganda keinen Absatz schaffen, ebensowenig wie Werbung Kaufkraft hervorzuzaubern vermag. Die vorzubereitende großzügige Gemeinschaftswerbung kann nicht etwa nur die Aufgabe haben, die durch einen merklichen Mentalitätswandel unseres verarmten Volkes überholte Vorkriegs-, Kriegs- und Inflationszeitliteratur noch an den Mann zu bringen. Die erstrebte Eroberung neuer Käuferschichten und Ausweitung des Büchermarktes stellt andere Aufgaben. Die Abstoßung der alten Borräte muß natürlich versucht werden. Vielleicht empfehlen sich aber schon deswegen, um damit nicht jene Neuerung im großen zu verquicken, für diese gemeinschaftliche Werbung vorerst der indirekte Weg und lediglich vorbereitende Unternehmungen.

Sehr zur rechten Zeit ist ein Buch*) erschienen, das geeignet ist, an amerikanischen Beispielen zu zeigen, wie eine Volksbewegung zu inszenieren ist und was eine solche propagandistisch gerade für den Buchhandel bedeuten kann. Das Buch schildert überaus anschaulich die amerikanische »education«-Bewegung. Der

*) F. Zieflesch, Jugend im Lande der Jugend. Gebr. Enoch Verlag, Hamburg. 7.50 M.