

Buch, Rundfunk und wandernde Sommerakademie.

Von Walter Möller i. Sa. Wilhelm Möller, Oranienburg.

Wenn der Buchhändler die ersten Reiseleiter, Landschaftsmo-
graphien und Ferienliteratur ins Fenster stellt, dann regt sich auch
bei ihm die Wanderlust. Zwar die Kasse ist meist nicht allzu prall
gefüllt, doch sollte jeder Kollege, wenn es sich irgendwie machen läßt,
ein, zwei bis drei Wochen im Jahre den herzlichsten Ausspruch Schef-
fells befolgen:

Wenn Du an Pult und Tische
Geschafft Dich lahm und krumm,
Zum Teufel ging die Frische
Samt dem Ingenium,
Dein Hirn wie zähes Leder,
Wie Schwarzblech hart Dein Kopf,
Zerstampfe dann die Feder,
Reiß aus, Du armer Tropf,
Raus aus der Stadt,
Raus aus dem Haus,
Nix als raus!

Gewiß, es mag manchem schwer fallen, denn Reisen kostet nun einmal,
selbst bei bescheidenen Ansprüchen, Geld, und zu Hause wird während
der Abwesenheit des Inhabers auch das eine oder das andere liegen
bleiben oder nicht so erledigt werden wie sonst. Doch demgegen-
über steht als weit höherer Aktivposten: neue Eindrücke, körper-
liche und geistige Erholung, kurz neuer Lebensmut und erhöhte Schaf-
fensfreude.

In unserm Börsenblatt fand ich im vorigen Jahre just um diese
Zeit eine kleine Anzeige:

Buchhändler sucht Reisegefährten
für Gebirgswanderung,
jedoch keine Hochtouren.

Das Gesuch stammte vom Kollegen Vorkowski (Schaplers Buchhand-
lung) in Deutsch Krone. Es ist zwar immer so eine Sache mit
Reisegefährten, denn selbst Leute, mit denen man zu Hause seit
Jahren recht nett verkehrt, entpuppen sich auf der Reise als wenig
verträgliche Wandergenossen, doch kamen wir nach kurzem Brief-
wechsel überein, es miteinander zu versuchen und — evtl. schon in
München, am Ausgangspunkt unserer Wanderfahrt, getrennt zu mar-
schieren, bevor wir uns gegenseitig zur Last fielen. Auf dem An-
halter Bahnhof in Berlin trafen wir uns nach unsern Pakbildern,
und wir sind in München nicht auseinandergegangen, sondern bildeten
schon am dritten Tage ganz hinten am Walchensee auf dem Heuboden
einer weltabgelegenen Försterei, oberhalb der wiederläuenden und
mühenden Röhre auf dem einzigen vorhandenen Strohsack dos à dos
den österreichischen Doppeladler, während in der andern Ecke des
Bodens — außer dem Förster und ein paar Holzern trafen wir sonst
keinen Menschen den ganzen Tag vorher — ausgerechnet auch ein
junger Buchhändler mit seiner Frau auf dem Strohsack nächtigte.
Das Paar war mit dem Rade von Bremen nach München gefahren
und hatte in neuen Gaserlschuhen die Zugspitze bestiegen. Resultat:
durchgelaufene Füße und eine achttägige Ruhepause bei dem Förster,
während der »sie« die Wirtschaft führte, während »er« uns am Abend
»Küheheimtreiberweise« begegnete, um sich schließlich als Kollege
zu entpuppen.

Doch es würde zu weit führen, all die vielen schönen und meist
sehr heiteren Erlebnisse zu erzählen, die uns als Wanderern immer
weit ab von Automobilbergstraßen begegneten. Der Weg führte über
Mittenwald ins Tiroler Land hinein, dann zum Achensee, Tegernsee
mit Ruhepause im Berchtesgadener Land nach Salzburg. Und schon
gehen wieder die Briefe zwischen der Grenzmark im Osten und dem
Berliner Vorort hin und her mit Plänen und Entwürfen: »Früh auf,
Kamerad, zu neuer fröhlicher Bergfahrt«, wobei übrigens noch ein-
geschoben werden muß, daß der Passus der Börsenblatt-Anzeige »jedoch
keine Hochtouren« sehr bald vergessen war. Ja, wenn das Bergsieber
nicht wäre!

»Was hat diese Wanderfahrt mit dem Buch und allem, was drum
und dran ist, zu tun?«, wird der Leser fragen. Sehr viel! Denn
wenn wir es auch vermieden, dauernd zu fachsimpeln, so wurde doch
im Laufe der drei Wochen so manche Berufsfrage erörtert, lernte der
Verleger vom Sortiment und umgekehrt. Propagandafragen, Aus-
bildung des Nachwuchses, Buchhandel, vor allem aber das Zu-
sammenarbeiten von Sortiment und Verlag im inneren buchhändler-
rischen Betrieb wie bei gemeinsamen Werbemaßnahmen wurden immer

wieder erörtert. Auch das Vortragswesen nahm einen breiten Raum
ein, ebenso wie das Verhältnis des Buchhändlers zur großen und zur
Lokalpresse. Daß daneben auch allgemein-wirtschaftliche Fragen ge-
streift und die Räte und Wünsche sowie Eigenarten der Bevölkerung,
in der jeder lebte, dem andern nähergebracht wurden, liegt auf
der Hand.

So stellte also unsere gemeinsame Wanderfahrt eine »Sommer-
akademie auf Reisen« dar, die beiden Teilen unendlich viel An-
regung brachte. Und es ist nur zu wünschen, daß unser Börsen-
blatt in diesem Jahr recht viele solcher »Reisegefährtengefühle« im
Anzeigenteil bringen möge. Wenn sich dann immer ein Sortiments-
kollege und ein Verleger zusammensänden, möglichst noch aus ver-
schiedenen Teilen unseres Vaterlandes, dann — ja dann gäbe es
fortan nur noch prompte Abrechnungen, pünktliche Lieferungen, so-
fortige Auskünfte und gar keine Grobheiten auf Zetteln und Fat-
turen.

Über eins waren wir sogleich einig: wie notwendig die Schaffung
der Werbestelle war, was sie bisher in der verhältnismäßig kurzen
Zeit leistete und — wie wenig ausgiebig ihre vielfachen Anregungen
bedauerlicherweise von manchem Unentwegten benutzt werden. Nur einen
Punkt möchte ich, da er gerade in den letzten Wochen wiederholt im
Sprechsaal des Börsenblattes angeschnitten wurde, herausgreifen:
Rundfunk und Buchwerbung. Die Werbestelle hat in sofortiger und
richtiger Erkenntnis des Wertes des gesprochenen Wortes dem Buch
durch Verhandlungen mit den einzelnen Sendern den Weg geebnet.
Man sollte meinen, daß sich wenigstens in jeder Mittelstadt ein, in
jeder Großstadt ein Duzend Sortimentler finden, die neben den Rund-
funkzeitungen und Textblättern auch die besprochene Literatur min-
destens in einem Exemplar — in den meisten Fällen gern mit
Remissionsrecht geliefert — ausliegen haben, und zwar die Werke,
die ihr Sender bespricht, aus denen ihr Sender vortragen läßt. Die
Programme sind ja rechtzeitig genug bekannt, und das Börsenblatt
weist ebenfalls frühzeitig genug darauf hin.

Hat sich das Publikum erst daran gewöhnt, in einem bestimmten
Kasten des Buchhändlers oder an einer bestimmten Stelle seines
Fensters »Die Rundfunkbücher dieser Woche« zu finden, so
wird es, unter dem frischen Eindruck der Rundfunkbesprechung oder
der Darbietungen aus dem einen oder dem anderen Werke oder des
Autors selbst, sicherlich leichter zum Kauf bereit sein, als wenn
es nichts davon hört und sieht oder gar auf seine Nachfrage in der
Buchhandlung ein bedauerndes Achselzucken oder fieberhaftes
Katalogwälzen zu sehen bekommt.

Ein paar Fälle aus der eigenen Praxis: Vor einem Jahre
brachte einer der größten Sender mit vielen hunderttausend Hörern
Proben aus meinem Novellenband »Von Bach bis Strauß«. Alle
Sortimentler des betreffenden Sendebereichs waren durch Postkarten
von der Darbietung benachrichtigt worden. Resultat: einige Kol-
legen, die das Buch mit Remissionsrecht bezogen und auf Anraten
des Verlags das Auslage-Exemplar mit einem Hinweis auf die
Rundfunkdarbietung versahen, setzten gut ab und beziehen noch heute,
nach Jahresfrist, nach. Außerdem traf eine größere Anzahl Einzel-
bestellungen ein, aber, und das ist das Bezeichnende, nicht unter
dem obigen Titel, sondern unter der Rundfunkankündigung »Musik-
novellen und »Skizzen«. Die betreffenden Buchhändler hatten also
der Postkarte vom Verlag überhaupt keine Beachtung geschenkt, denn
diese enthielt sowohl den Haupt- wie auch den Untertitel, führten
lediglich auf Nachfrage des Publikums die Bestellungen aus, und wie-
viele der Hörer nach bedauerndem »Haben wir leider nicht« abzogen,
läßt sich nicht kontrollieren. Daß dies reichlich der Fall war, beweist
die Tatsache, daß dem betreffenden Rundfunksender eine große Zahl
von Anfragen zuzuging: Wo ist das Buch erschienen und wo ist es zu
haben?

Eine ähnliche Erfahrung machte ich dieser Tage, als ich die No-
vellen, umkleidet von entsprechenden musikalischen Darbietungen des
Orchesters, vor einem Sender der Provinz vortrug. Wieder
waren rechtzeitig vorher Postkarten an die Sortimentlerkollegen des be-
treffenden Bezirks hinausgegangen. In einigen Auslagen fand sich
das Buch mit entsprechendem Hinweis auf den Rundfunkabend, in
anderen ohne jede Notiz, in sehr vielen gar nicht. Die ersteren setzten
gut ab, und der einmal durch den Rundfunk gewonnene Käufer wird
auch bei anderen ihn interessierenden Darbietungen durch den Sender
eher die Buchhandlung aufsuchen, die ihn beim ersten Male sofort
prompt bediente, als ein Sortiment, in dem man von nichts wußte.

Was hier vom Rundfunk als Werbemittel gesagt wurde, gilt
auch von Vortragsveranstaltungen, Pressepropaganda des Verlags oder
sonstigen aktuellen literarischen Zeitungsmitteilungen. Es wird