

Posteinkünfte ist. Wir müssen den Kongress überzeugen, daß Bücher wesentlich für die Volkserziehung sind. Volksbildnerische Organisationen sind aufgefordert worden, Beschlüsse hierüber herbeizuführen und ihre Mitglieder zu veranlassen, sich dieserhalb mit den Abgeordneten in Verbindung zu setzen. Buchhändler und Leser werden den größten Vorteil von einer ermäßigten Gebühr haben und müssen ihre Wünsche in diesem Sommer und im nächsten Herbst und Winter eindrucklich den Abgeordneten vortragen. Ihre Mitarbeit ist zur Durchbringung unseres Antrags über die Postgebührenordnung durchaus notwendig.

Was wir der American Booksellers' Association voriges Jahr hauptsächlich empfahlen, war die Fortführung der buchhändlerischen Ausbildung. In der Zwischenzeit haben wir das Ministerium für Berufserziehung dafür interessiert, einen Kursus einzurichten, der allen Buchhändlern erreichbar ist. Einige Vorgesprechungen haben in unserem Büro stattgefunden, um mit Mr. Barnhart, dem Leiter der Abteilung für kaufmännische Ausbildung, die Einzelheiten der Durchführung eines solchen Kursus zu erörtern. Mr. Barnhart wird uns morgen über die leichte Ausführbarkeit der buchhändlerischen Ausbildung berichten, die die Regierung für den Buchhandel erreichbar machen kann. Auf unsere Anregung hin soll ein dreiwöchiger buchhändlerischer Kursus in der Columbia University Summer School im Juli abgehalten werden, geleitet von Miss Sarah Ball und Mr. Melcher. Vierzig Teilnehmer haben sich bereits gemeldet. Wenn dieser allgemeine Kursus zur Durchführung kommt, hofft die Verlegervereinigung auch in den einzelnen Staaten und Städten dazu veranlassen zu können. Die Förderung von Ausbildungskursen scheint zurzeit eine der wichtigsten Aufgaben für beide Verbände zu sein.

Aus den Anregungen R. G. Montgomerys über Rundfunkwerbung fällt der bemerkenswerte Umstand auf, daß die wöchentlich einmal etwa 20 Minuten dauernde Buchbesprechung u. a. nach den von Verlegern ausgearbeiteten Wochzetteln wie von Buchhändlern für ihren engen Bezirk nach eigener Beurteilung gegeben wird.

»Ich möchte gern«, sagt er u. a., »ein paar Worte über die zahlreichen Maßnahmen sagen, die in Verbindung hiermit vorgenommen werden können. So veranstalteten wir z. B. sehr erfolgreich zwei literarische Preisausreibungen im Rundfunk. Für den ersten Wettbewerb wählten wir 'Soundings' von A. Hamilton Gibbs und für den zweiten 'Sooky' von Douglas Newton. Die Hörer wurden aufgefordert, Besprechungen dieser Bücher einzusenden. Für die drei besten setzten wir Geldpreise aus, und nach Beendigung des Wettbewerbs las ich die prämierten Besprechungen im Radio vor. Für das Preisrichteramt gewannen wir die literarischen Leiter zweier führender Tageszeitungen und einen Mitarbeiter der öffentlichen Bibliothek. Dies enthub unsere Firma der Pflicht, die Entscheidung selbst zu treffen, und trug viel dazu bei, daß der Wettbewerb in der Öffentlichkeit bekannt wurde. Sie würden erstaunt sein über das Interesse, das das Preisausreiben hervorrief, und über die Anzahl der Teilnehmer, die Manuskripte einsandten. Eine andere regelmäßige Darbietung im Zusammenhang mit unserem Bücherfunk ist das 'Literary Clearing House', eine Abteilung für Fragen und Antworten. Ich fordere die Hörer auf, Fragen zu stellen, die sie in bezug auf Bücher oder literarische Dinge beschäftigen und bei der nächsten Bücherstunde versuche ich, darauf Antworten zu geben. Das Interesse hieran ist sehr groß, und es fehlt uns niemals an interessanten Fragen zur Besprechung. Es wird Sie interessieren zu erfahren, daß es mir für gewöhnlich innerhalb der 20 Minuten möglich ist, drei Bücher zu besprechen, einige Minuten dem 'Literary Clearing House' zu widmen und auch noch etwas Zeit für die besonderen Ankündigungen übrig zu haben.«

Franklin Spier, der einem Teil der deutschen Verleger bekannt ist, sprach über Gemeinschaftswerbung. U. a. sagte er: »Warum treiben Sie nicht Lesepropaganda? — Warum gibt man nicht eine Zeitschrift geringen Umfangs zu allgemeiner Verteilung heraus? Alle diese Dinge können billig und erfolgreich unternommen werden, wenn sie gemeinschaftlich angefangen werden. Wenn der Name Ihrer Firma und die Namen der verschiedenen Buchhandlungen Ihrer Stadt damit verbunden sind, werden Sie bei Ihrem Publikum größeren Erfolg erzielen als die übliche Ankündigung eines Verlegers oder einer Verlegervereinigung, weil Sie beim Publikum bekannt sind. Und vergessen Sie das Eine nicht, daß beim Zusammenschluß für einen solchen Feldzug Sie sich in der öffentlichen Meinung mit der Werbung identifizieren, die von der 'Year-Round Book Selling' unternommen wird, und mit allen Bestrebungen, die die Menschen zum Bücherlesen bringen sollen...«

»Ich gehe nur zögernd daran, von verschiedenen Arten der Insertion zu sprechen, weil es fast ebensoviele Theorien darüber gibt wie Insertenten, und außerdem sind eine Menge Leute vorhanden, die ihre eigenen Gedanken über den Gegenstand haben. Ich habe ein paar

sehr allgemeine Anregungen versuchsweise ausgearbeitet, wie Gemeinschaftspropaganda unternommen werden könnte, aber ich möchte, daß Sie diese eben nur als Anregungen betrachten, die noch von Ihrem Ausschuss umgeändert und ausgearbeitet werden müßten. Als ich z. B. über die Sache mit einigen befreundeten Buchhändlern und Verbelegten sprach, entstand ein erbitterter Streit darüber, ob man sich anschicken soll, allgemein das Lesen von Büchern oder bestimmte Bücher zu empfehlen. Sie wissen, was ich meine: ob man über die Vorteile des Lesens usw. sprechen soll oder über ein bestimmtes Buch, das die Leute in die Buchhandlung lockt, um dann zu versuchen, sie dort festzuhalten. Beide Methoden haben ihre Vorteile, und ich könnte jetzt nicht sagen, welche die bessere ist. Persönlich glaube ich, daß beide Pläne gut sind, und daß man sie gleichzeitig oder abwechselnd anwenden sollte.«

Über den Buchhandel im Auslande berichtete B. B. Duesch, der ein Jahr lang in Deutschland weilte, u. a. wie folgt: Anstatt über europäische Verhältnisse und den Buchhandel im Auslande zu sprechen, ziehe ich es vor, mich über den amerikanischen Buchhandel, wie ich ihn jetzt nach den drüben gemachten Erfahrungen sehe, auszulassen. Ich ging weg, um mich zu unterhalten, und ich kehrte zurück mit der Überzeugung, daß, wenn man etwas lernen will, man dies am besten so tut, daß man in der Absicht abfährt, zu leben und sich mit der täglichen Lebensart im Auslande oder in einem neuen Ort vertraut zu machen. So zieht man den meisten Nutzen aus Land und Leuten, aus der Lebensanschauung und aus der Lebensweise in dem anderen Lande.

Ich ging in dem Glauben weg, den die meisten haben, daß nämlich alles Entferntliegende gut aussieht und auch gut ist, daß Europa bezüglich des Buchhandels unserem Buchhandel hier weit voraus ist, was auch tatsächlich zutrifft, und daß alles, was bekannt sein sollte, in Europa zu finden sei. Ich war auch der Meinung, daß alle Probleme, welche uns bewegen und die bei unseren Zusammenkünften besprochen werden, gelöst werden könnten, und zwar fast alle durch die Anwendung der Methoden, die man in Europa angenommen hat, besonders in dem Europa, das durch Deutschland verkörpert wird; denn Deutschland ist wirklich das Zentrum des europäischen Buchhandels, wie wir alle wissen. Seine Methoden und Gebräuche sind den Verhältnissen angepaßt, die in anderen europäischen Ländern bestehen, und weil ich etwas von den deutschen Buchverhältnissen vor 10 Jahren flüchtig gesehen hatte, zog ich den Schluß, daß, wenn dies dort richtig sei und sie so viele Bücher tatsächlich verkauften, auch wir hier dasselbe tun könnten und nur ihre Mittel anzuwenden hätten. Ich glaubte auch und sprach es sogar viel öfter, als es notwendig war, offen aus, daß wir, wenn wir ein Ausbildungsinstitut für Buchhandlungsangestellte und leitende Buchhändler in der Art der seit vielen Jahren sehr erfolgreichen Deutschen Buchhändler-Lehranstalt zu Leipzig hätten, imstande wären, das Land des Buchhandels zu werden. Nun machte ich in Europa, wohin ich gegangen war, um selbst zu lernen, die Beobachtung, daß alle dort sehr eifrig die Methoden studierten, durch welche Amerika zu dem begütertesten Land in der Welt geworden war. Diejenigen, mit denen ich sprach, fanden es ziemlich sonderbar, daß ich ihre Methoden studieren wollte, während sie sich selbst dabei abmühten, unsere zu studieren.

Besonders die deutschen Buchhändler untersuchen und studieren die amerikanischen Methoden der Reklame und Verbreitung. Sie sind eifrige und wissensdurstige Leser des Materials, das von der National Association of Publishers herausgegeben wird. Während eines Besuchs in Deutschland im letzten Jahre traf es sich, daß ich gerade in einer Woche ankam, welche sie ganz der Propaganda im Buchhandel, demselben, was wir Publicity nennen, widmeten. Die Vertreter der Verleger aus allen Teilen Deutschlands waren eine Woche lang in Leipzig. Morgens, mittags und abends saßen sie zusammen; morgens und mittags im Buchhändlerhaus und abends in der Universität. Sie hörten Vorträge, hielten Konferenzen ab, sahen an Hand von neuem gedruckten Material Vorführungen und Bücher und hörten Vorträge von rührigen Reklame- und Propagandasachleuten. Alles zusammen war eine neue Erscheinung, etwas, was früher in Deutschland nicht notwendig zu sein schien, wo die Bücher millionenweise verkauft wurden, kraft einer geheimnisvollen Macht. Jetzt glauben sie nun, daß die magische Macht nicht mehr wirkt und diese angeregt werden muß. Deshalb richten sie ihre Blicke nach Amerika. Auch England wandte sich dem Kontinent zu, um die Methoden, die dort zum Erfolg geführt hatten, kennenzulernen. Es ging sogar so weit, daß es eine Kommission sandte, die sich, soviel ich weiß, ausschließlich aus Verlegern zusammensetzte und die die deutschen Methoden eingehend studierte und darüber einen Bericht ausarbeitete. Heute sind wir nun in der glücklichen Lage, einen der Führer dieser englischen Kommission unter uns zu haben, nämlich Herrn Stanley Unwin, der hier ist, um, wie ich glaube, einige Jahre unsere Verhältnisse zu studieren. Bei allem Respekt gegenüber unserem eng-