

## Kleine Mitteilungen

**Erholungsheim Lauenstein (Erzgeb.).** — Auch in diesem Jahre ist das schöne Heim ständig voll besetzt. Bei dem herrlichen Sommerwetter bietet der Park, der neue Wandelgänge und Ruheplätze erhalten hat, die angenehmste Erholung. Der Vorstand hat keinerlei Kosten gescheut, um das Innere und Äußere des Heims sowie den gärtnerischen Schmuck zu erneuern und den Aufenthalt den Gästen so angenehm wie möglich zu machen. Die Erneuerung der durch das vorjährige Unwetter zerstörten Straßen und des Flußbettes geht rüstig vorwärts. Täglich erschüttern nach Feierabend viele Sprengschüsse die sonst so stillen Täler. Die Verpflegung ist wie immer erstklassig und reichlich. Es sei besonders darauf aufmerksam gemacht, daß man jetzt direkt vom Dresdner Hauptbahnhof mit dem Kraftomnibus in 1½ Stunden bis Lauenstein fahren kann. Preis 2,70 Mk. Abfahrtszeiten vorm. 6,45, 9,10, 11,25, nachm. 18,35. Von Lauenstein selbst geht der Kraftomnibusverkehr nach allen umliegenden Kurorten. Die schönste Fahrt geht durch den Böhmerwald nach Teplitz. Wer Ruhe und Erholung sucht, fahre daher nach dem schönen Lauenstein im Müglitztale.

**Schlesische Gesellschaft zur Förderung der buchhändlerischen Fachbildung (Sig. Breslau).** — In der Zeit vom März bis Juni 1928 fand unter der Leitung des Herrn Prokuristen Hanns Semm (E. Morgenstern's Buch- und Kunsthandlung) ein Kursus: *Vom Verkaufen im Sortiment* statt, der acht Abende zu etwa 1½ bis 2½ Stunden umfaßte. Herr Semm konnte aus einer großen Praxis schöpfen, und außerdem scheute er keine Mühe, sich über ähnliche Unternehmungen der Breslauer Kaufmannschaft und über die einschlägige Literatur gründlich zu unterrichten. Danach wird man es begreiflich finden, daß aus den geplanten 3—4 Vorträgen acht Vorträge wurden. In geschickter Weise hat Herr Semm den Stoff gegliedert, und bei allen Vorträgen stellte er die Theorie in den ersten Abschnitt und die praktische Unterweisung in den zweiten Teil. Die vielen Beispiele aus der Praxis, die oft mit Humor gewürzt waren, hielten die Teilnehmer stets in Spannung. Nach einer allgemeinen Übersicht über das aktuelle Thema behandelte der Leiter zuerst die Käufertypen, die er wie folgt gliederte: 1. Rasche Käufer, 2. Sucher, 3. Langweiler, Mörgler und Besserwisser, 4. Umtauscher. Jeder Käufertyp wurde eingehendst erörtert, und Herr Semm wußte auch für die schwierigsten Kunden eine passende Behandlung. Dann kam der Verkäufer an die Reihe. Mit gleich scharfer wie gerechter Kritik wurden alle Schäden aufgedeckt. Auch die Aufstellung über die Tagesarbeit des Verkaufspersonals, wonach 15% auf Nichtstun, 10% auf Unterhaltung, 30% auf Gehen, 30% auf Lagerarbeiten, 15% auf Verkaufen entfallen, sowie die Aufstellung über die Kundenbedienung, nach der 30% infolge Gleichgültigkeit, 10% infolge Ungehörigkeit, 2% infolge Unkenntnis, 8% infolge Drängelns zum Kauf und 30% infolge falscher Angaben des Verkäufers wegblieben, hat entschieden großen Eindruck auf die Hörer gemacht. Am 6. und 7. Abend wurden im Schulzimmer fingierte Verkaufsvorfälle getätigt. Zuerst gingen die Verkaufskandidaten schüchtern an die Aufgabe heran, aber schließlich wurde die Stimmung immer wärmer. Die Kritik, die erst die jüngsten und dann die älteren Teilnehmer ausübten, deckte manchen Fehler auf; doch der Vortragende fand in seiner Schlusskritik immer noch einiges zu rügen.

Eigentlich sollte der siebente Abend den Schluß bilden. Doch dadurch, daß Herr Erich Wolf (i. Fa. E. Morgenstern's Buch- und Kunsthandlung) seine Geschäftsräume an einem weiteren Abend von ½20 Uhr ab zur Verfügung stellte, konnte das Verkaufen nun noch im Laden praktisch geübt werden, und was hier vorgeführt wurde, war von großem Wert. Leider kann hier nicht auf Einzelheiten eingegangen werden. Das beste Zeichen des allgemeinen Interesses war, daß dieser Abend sich bis ½23 Uhr ausdehnte. Zum Schluß schlug Herr Semm vor, 1. die Teilnehmer an dem Kursus sollten jeder für irgendein ihnen liebgewordenes Buch eintreten und versuchen, davon größeren Absatz zu tätigen; 2. im Winterhalbjahr sollten noch mehrere Abende für Kundenbedienung im Programm der Schlesischen Gesellschaft vorgesehen werden.

Herr Bernau dankte dann in herzlichen Worten Herrn Semm für die vorzügliche Leistung und die große Mühewaltung, und Herrn Wolf für die Hergabe des Lokals. Die Teilnehmer ermahnte er, nicht stillzustehen, sondern nun an ihrer Ausbildung als Verkäufer auf der Basis der Semmschen Vorträge weiter zu arbeiten. Den Vorschlägen des Herrn Semm stimmte er voll und ganz zu. — Schließlich sei noch bemerkt, daß die Vorträge unter dem Titel *„Vom Verkaufen im Sortiment“* als Sonderdruck im Verlag der Deutschen Buchhändlergilde erschienen sind. B.

**Deutsche Bücher auf dem englischen Markt.** — Die ins Englische übersetzten und in England erscheinenden Bücher stellen sich durchschnittlich um 30 Prozent teurer als die deutschen Ausgaben, was ein beträchtliches Hemmnis für ihre Verbreitung bedeutet. So blieb es auch bei der Ausgabe von Thomas Manns *„Zauberberg“* nur bei einer Auflage. Nunmehr kündigt der Londoner Verleger Sieder eine einbändige, 900 Seiten umfassende Ausgabe des *„Zauberberges“* an, die für 7/6 Schilling verkauft werden soll, damit billiger als die deutsche Originalausgabe ist und dem Roman auch in England einen großen Leserkreis gewinnen wird. Lion Feuchtwangers *„Jud Süß“* hält sich auch weiterhin auf seinem Stand als das erfolgreichste Buch eines deutschen Autors in England. Seit Januar 1927 ist es mit einer einzigen Ausnahme allmonatlich in einer oder zwei Neuauflagen herausgebracht worden. Die Nachfrage stieg besonders nach dem Besuch Feuchtwangers in London. Eine demnächst erscheinende Volksausgabe wird als das 88. Tausend bezeichnet. In dieser Ausgabe soll das Buch nur 5 Schilling kosten, und der Verleger rechnet damit, daß die Auflage von 30 000 Exemplaren innerhalb weniger Tage abgesetzt wird.

**Für das französische Buch im Ausland.** — In Frankreich haben die bekannten Messageries Hachette auf dem Gebiet des Buchvertriebes für das Innere von Frankreich und vor allem für das Ausland mit ihrer *„Agence générale de Librairie et de Publicité“* eine auf viele Jahre Praxis gegründete Monopolstellung inne. Gegen dieses faktische Monopol wird immer heftiger angekämpft, wobei man Hachette vor allem die im Ausland verlangten zu hohen Preise und das Nichtverstehen der Absatzmöglichkeiten vorwirft. Andererseits wird dem französischen Verlag überhaupt in steigendem Maße der Vorwurf gemacht, keine einheitliche Expansionspolitik für das französische Buch im Ausland zu haben, dem fremden Buchhändler bei der Festsetzung des Preises vollkommen freie Hand zu lassen, von den Absatzmöglichkeiten ebenfalls nichts zu verstehen und den ausländischen Buchhändler mit den im Inland unverkäuflichen Ladenhütern zu überschütten, also gerade mit jenen Büchern, die am wenigsten zur Verbreitung des *„französischen Gedankens“* in der Welt geeignet seien.

Als radikales Heilmittel gegen diese und noch viele andre Mißstände wird die Schaffung eines *„Nationalen Amtes des französischen Buches“* verlangt. Dieses Amt soll unter der Kontrolle von Verlegern und Autoren stehen, unter der Leitung des Unterrichtsministeriums arbeiten, vom Staat finanziell unterstützt werden und dem ganzen Volke gegenüber verantwortlich sein. Die hauptsächliche Aufgabe dieses Amtes wäre die Verbreitung des französischen Buches im Ausland, wobei allen französischen Verlagen ein gemeinsames Vorgehen aufgezwungen und gegen schädigende Erscheinungen vorgegangen werden soll.

Um für die Gründung eines solchen Amtes Stimmung zu machen, wurde zu Beginn dieses Jahres eine große und jetzt noch andauernde *Rundfrage* unternommen. Befragt wurden vor allem die französischen Handelsattachés und Handelsagenten im Ausland, dann Verleger, Autoren, hervorragende Buchhändler, Abgeordnete, Senatoren und Minister. Ob der Zweck dieser Rundfrage erreicht werden wird, bleibe hier unerörtert, beachtenswert sind diese Bestrebungen auf jeden Fall. Für den deutschen Fachmann sind sie aber auch deshalb interessant, weil bei diesen Erörterungen oft auf deutsche Verhältnisse Bezug genommen wird. Doch es mag hier zunächst der Inhalt der Rundfrage selbst kurz umschrieben werden, es heißt also: Wir sind zur Überzeugung gekommen, daß das französische Buch nicht in jenem Maße im Ausland verbreitet ist, das dem Interesse des Auslands für unsere Kultur entspricht. Das französische Buch wird im Ausland nicht unterstützt, und dies weder offiziell noch durch kommerzielle Propaganda. Der Staat läßt die Verleger gewähren, und die Verleger tun nichts. Wie stellen Sie sich zu unserem Plan eines Nationalen Amtes für das französische Buch?

Von den vielen Antworten sei zuerst diejenige des französischen Handelsattachés in Berlin hervorgehoben. Dieser Herr verweist, wohl mit Recht, auf die großen Erfolge französischer Verleger in Deutschland und ist der Meinung, daß, sollte es zur Gründung eines solchen Amtes kommen, dieses am besten dem *Propagandadienst des Auswärtigen Amtes* unterstellt werde.

Von diesem Propagandadienst ist oft etwas phantastisch die Rede, und so seien ihm hier einige Worte gewidmet. Dieser Dienst steht unter der Leitung eines Beamten im Rang eines Gesandten, seine dritte Abteilung hat sich besonders mit der Propaganda durch literarische und künstlerische Werke zu befassen. Aber das ganze, vom Krieg geschaffene Institut soll allmählich fast eingeschlafen und nur noch insofern tätig sein, als es Reisen von Künstlern unterstützt, Bibliotheken im Ausland subventioniert und dergleichen mehr. Die