

## Redaktioneller Teil

### Buchhändlerverein der Prov. Brandenburg.

#### Jahresbericht,

erstattet auf der Hauptversammlung in Neuruppin am 7. Oktober 1928.

Das abgelaufene Jahr hat uns keinen Ausblick auf eine allgemeine Besserung der wirtschaftlichen Lage gelassen. Im Jahre 1927 und Anfang des Jahres 1928 zeigte sich zwar ein vorübergehender Aufschwung der Konjunktur in verschiedenen Zweigen der Wirtschaft. Es war nur eine Scheinblüte. Die Aufwärtsbewegung beruhte nicht auf einer gesunden Entwicklung der Volkswirtschaft, sie wurde nur durch vorübergehende Impulse von auswärts hervorgerufen. Sie war zum größten Teile auf das vom Ausland nach Deutschland einfließende Anleihkapital zurückzuführen, durch welches die Industrie und indirekt der inländische Handel zeitlich belebt wurden. Ausländische Kredite können die deutsche Wirtschaft nicht zur Gesundung führen, sie bringen nur neue Verpflichtungen, die angesichts der ungeheuren Dawes-Belastung die Situation noch schwieriger gestalten. Wir befinden uns nach wie vor unter dem Druck einer unerträglichen Last, deren Gewicht uns noch gar nicht recht zum Bewußtsein gekommen ist. Erst in den kommenden Jahren werden wir die volle Auswirkung der Dawes-Belastung zu spüren bekommen, und schon heute beunruhigt die bevorstehende Auseinandersetzung mit unsern Gläubigern, die von jeder Versöhnungspolitik noch weit entfernt sind, weite Kreise der Wirtschaft. Aber nicht nur die Last der Kriegsschulden allein, auch die überspannten Lasten der Steuern und Sozialabgaben saugen am Markte der Wirtschaft und verhindern ein Emporkommen. Freilich — die Frage wird zunächst offen bleiben müssen, ob bei der innerpolitischen Konstellation Deutschlands und bei der Aufblähung unseres Verwaltungsapparates überhaupt an eine Lockerung der Steuerbelastung zu denken ist. Reformbewegungen laufen schon lange. Die bisherigen Erfahrungen, die wir auf diesem Gebiete gemacht haben, geben uns aber keinen Grund zu Zukunftshoffnungen.

Die Not ist der Ursprung des Kampfes. So hat die allgemeine Not zu Wirtschaftskämpfen geführt, deren Tempo sich unaufhörlich steigert. Im Licht, im Wort, im Bild brüllt uns allerorten die Reklame entgegen. Der Buchhandel kann sich an diesem mit rein äußerlichen Mitteln arbeitenden Wettrennen nicht beteiligen. Die Eigenart des Buches bedingt eine feinere, individuellere Werbung. Trotzdem hat die Entwicklung gezeigt, daß auch der Buchhandel neue Wege suchen und gehen muß, um Absatz zu finden. Wir müssen heute manches von unseren Idealen hingeben, wenn wir uns wirtschaftlich behaupten wollen. Die richtige und zeitgemäße Abwägung der beiden Begriffe unseres Berufs: Buch und Handel, ist die Grundbedingung unserer Existenz. Wir müssen uns in jeder Beziehung auf den harten Wirtschaftskampf einstellen, wenn wir durch die Notzeit hindurchkommen wollen.

Wir erwähnten schon die Werbung. Immer noch ist sie ein Problem für den Buchhandel. Die Werbung ist in erster Linie eine Angelegenheit des einzelnen. Es muß dem einzelnen überlassen bleiben, wie und mit welchen Ideen er für das Buch, für sein Geschäft und um seine Kundschaft wirbt. Die Idee

muß von ihm selbst kommen, sie muß ganz persönlich sein. Damit wollen wir aber nicht auch die gemeinsame Werbung verneinen. Wir erkennen den Wert einer sowohl auf Landschaften wie auch auf die Gesamtheit des Volkes ausgedehnten Werbung an. Grundbedingung für den Erfolg ist aber die Mitarbeit des gesamten beteiligten Buchhandels. Er muß die von der Zentrale eingeleitete Aktion in die feinsten Kanäle leiten. Tut er dies nur an einigen Stellen nicht, so hemmt er den Lauf und verringert die Wirkung. Wir haben in diesem Frühjahr versucht, unsere Mitglieder für eine Heimatbuchwoche zu interessieren. Die Anregung dazu gab uns eine gleiche Veranstaltung des befreundeten Sächsisch-Thüringischen Buchhändler-Verbandes. Wir müssen heute sagen, daß der Gedanke nicht den Widerhall in den Reihen unserer Mitglieder gefunden hat, der nötig gewesen wäre, um die Heimatbuchwoche wirkungsvoll zu gestalten. Deshalb haben wir die Vorarbeiten für die Buchwoche zunächst bis auf einen gewissen Punkt eingeschränkt. Wir sind dabei, eine Bibliographie über das Schrifttum der Provinz Brandenburg zusammenzustellen. Die Leitung dieser mühevollen, aber dankbaren Arbeit liegt in den Händen des Herrn Heidkamp, Potsdam. Von dieser Stelle aus bitten wir unsere Mitglieder, ihn in jeder Weise durch Angabe der einschlägigen Literatur zu unterstützen, wie wir es bereits wiederholt in Rundschreiben und durch das Börseblatt erbeten haben. Wir versprechen uns von dieser Bibliographie viel. Sie soll keine wissenschaftlich historische Arbeit darstellen. Deren gibt es schon genügend. Sie soll lebendig sein. In ihr soll sich das Wesen der Landschaft, der Menschen, der Wirtschaft spiegeln. Wenn wir diese Zusammenstellung in Form eines typographisch einwandfreien Prospektes herausbringen, so glauben wir schon, eine gute Grundlage zur eindringlichen Werbung für das Heimatbuch zu haben, mag die Werbung Buchwoche oder sonstwie heißen. Der Plan der Heimatbuchwoche hat uns auch der Frage der Bildung eines Werbeausschusses für unsern Kreisverein näher gebracht. Die Frage ist vollständig offen, da erst die Hauptversammlung darüber zu entscheiden hat. Der Vorstand trägt gewisse Bedenken gegen die Bildung der Kreiswerbestelle, die auf Erfahrungen beruhen. Der Wert der Kreiswerbestelle wird nicht bezweifelt, nur die Bedürfnisfrage, und zwar die Bedürfnisfrage hinsichtlich der besonderen Verhältnisse im Buchhändlerverein der Provinz Brandenburg. Die Erfahrungen sprechen dafür, daß in einem kleinen, aber räumlich weitverzweigten Verein wie dem unsrigen das Bedürfnis nach einer Stelle, die sich besonders die Werbungsfrage angelegen sein läßt, nicht so stark in Erscheinung tritt wie in einem größeren Verein, dessen wirtschaftliche Kraft die Durchführung größerer Werbepläne eher gestattet. Wir sind der Meinung, daß für uns die Anlehnung an einen größeren befreundeten Verein günstiger ist als die Gründung einer eigenen Werbestelle, die vielleicht von vornherein zur Wirkungslosigkeit verurteilt sein könnte. Besondere Pläne wie die Heimatbuchwoche u. a. kommen hierbei selbstverständlich nicht in Frage, denn es scheint uns nicht notwendig, hierfür einen dauernden Ausschuß zu bilden. Wie eben gesagt, an Stelle des Werbeausschusses wäre vielleicht besser eine Interessengemeinschaft mit einem befreundeten Kreisverein zu setzen.