

Zu den speziell buchhändlerischen Problemen aus den Fragestellungen der Nachmittagsarbeitsgemeinschaften kam man nach einer einleitenden Besprechung der Grundsätze buchhändlerischer Werbung. Gegenüber der Markenartikelreklame wurden aufgedeckt und eine für den Buchhändler wichtige Übersicht einschlägiger Literatur gegeben. Dem forcierten Vertrieb wurde die Gewinnung des Kunden in den mannigfachen Formen der buchhändlerischen Werbung gegenübergestellt. Berücksichtigt mußte hierbei werden, daß der Kursus überwiegend vom Sortiment beschickt worden war. Die Anwesenheit von Sozialbeamten und -beamtinnen, Bibliothekarinnen und Hortnerinnen hat sehr dazu beigetragen, auch die für den Buchhändler kaufmännisch-lebenswichtigen Fragen im Gegensatz zu den pädagogisch-kulturellen besonders herauszustellen. Die Kursusteilnehmer trugen mit eigenen Erfahrungen und durch Fragestellung zu den von B. M. Schulz geleiteten Arbeitsgemeinschaften bei.

Über Verlags- und Sortimentserwerb beim Buchverbraucher, Schaufensterfragen, die Bearbeitung von Katalogen, das Zusammenwirken von Buchhändlern mit literarisch interessierten Persönlichkeiten und der Ortspresse, über offene Besprechungs- und Autorenabende fanden sehr anregende Aussprachen statt.

So wurde an einem Vormittag das moderne Besprechungswesen charakterisiert an typischen Beispielen von kurzen und ausführlichen Besprechungen. Gute und schlechte Beispiele wurden nebeneinandergestellt und in der Arbeitsgemeinschaft kritisiert. Auf die in dieser Beziehung wichtige Besprechungsarbeit in den »Hefen für Büchererwerb« wurde besonders bei dieser Gelegenheit hingewiesen, zumal zwei Vertreterinnen der Deutschen Zentralstelle für volkstümliches Büchererwerb an diesem Kursus teilnahmen und wesentliche Mitarbeiter leisten konnten. Stichproben im Beurteilen von unbekanntem Büchern auf Inhalt und Wertniveau wurden vorgenommen. Als Beispiel wurde der den meisten unbekannt Roman »Die Mädchen« von Edna Ferber aus dem Enoch-Verlag behandelt. Bei dieser Übung wurde deutlich, wie schwer es ist, gerade ein wertvolles Buch wie das vorliegende ohne genaues Lesen nach Inhalt und Gehalt zu beurteilen. Bei einem anderen Beispiel, Franz Blei, »Glanz und Elend berühmter Frauen« aus dem Rowohlt-Verlag war die Übung typisch einfacher, weil es sich hier um ein Werk handelt, das sofort in seiner ästhetisch-subtilen Art erkannt werden konnte, und als solches sich auch sogleich für eine beschränkte Leserschaft als geeignet erweisen ließ.

Wie in allen Prerower Buchhändlerfreizeiten wurde versucht, insbesondere durch einzelne Gespräche und Gruppenbesprechungen vor und nach den Arbeitsgemeinschaften bei Wanderungen am Strand und im Wald die Auswirkung der systematisch vorgetragenen Gedankengänge des Kursus für eine praktische Verwertung im Berufsleben anzubahnen. Dieser Teil der Arbeit war wie stets ebenso wichtig wie die Arbeitsgemeinschaften selbst und sichert auch dieser Freizeit wie den früheren ihre Wirkung im Berufsleben jedes einzelnen Teilnehmers.

W o h l r a b.

## Evangelische Jungbuchhändler-Freizeit 1929.

Die diesjährige 7. Jungbuchhändler-Freizeit des evangelischen Buchhandels fand vom 9. bis 16. Juni im Erholungsheim Markenhof bei Freiburg i. Br. statt. Gestellt war sie unter das Gesamthema: »Erfolg in Beruf und Leben«. Die gehaltenen Vorträge führten ein in die weltanschauliche Bestimmtheit, die wohl immer die Grundlage für ein erfolgreiches Berufsleben und Streben bilden muß, wobei daran gedacht ist, daß der sittliche Charakter und die Stetigkeit sowie die Geschlossenheit einer Persönlichkeit ausschlaggebend sind. In dieser Richtung bewegten sich auch die Ausführungen des den Auftakt bildenden Referats, gehalten vom Unterzeichneten, das, ausgehend von der am Neuen Testament insonderheit der Bergpredigt orientierten evangelischen Weltanschauung, zu dem Ergebnis kam, daß der Christ im eigentlichen Wortsinne keinen Erfolg kennt, sondern den inneren Wert nach außen hin auszuwirken bestrebt sein muß. Dem Vortragenden war die Frage gestellt: »Was ist Erfolg?«, und er gab die Antwort: »Erfolg ist die Summe innerlich erfahrener Befriedigung, persönlichen Glücks, treu erfüllter Pflicht, beruflichen Gelingens und bescheidener äußerer Behaglichkeit«. Damit ist durchaus anerkannt, daß die Welt Erfolg will, und daß der Mensch Erfolg braucht. Aber Erfolg in einem Berufsleben, sofern er etwas Bleibendes sein soll, kann nur allmählich und in willensmäßiger Zielsetzung errungen werden. Erfolg, der in der Ethik zum Erlaubten gehört, vorausgesetzt, daß er auf dem richtigen und sittlichen Wege gesucht wird, stellt eine gewisse heroische Lebensauffassung her, die ihr Schicksal nicht beklagt, sondern es zu meistern sucht. Daß in unserem Kreise naturgemäß gleichzeitig die Frage nach erfolgreichem Buchhändlern und erfolgreichem Büchern gestellt werden mußte, be-

darf der Erwähnung nicht, vielmehr zogen sich diese beiden Hauptmomente gleichsam wie ein Ariadne-Faden durch unsere ganze Tagung.

Hatte schon vor diesem Referat die Sonntagspredigt des Ortsgeistlichen, des feinsinnigen evangelischen Autors Pastor Martin Jaeger, gewisse Richtlinien geboten, indem er den jungen evangelischen Buchhändlern klar und deutlich sagte, daß das evangelische Buch Mittler, Kanal und Werkzeug zu sein vermag, und daß es Schicksal und Aufgabe des evangelischen Buches sei, daß Gott zu Worte kommt, so konnte auch Professor Dr. Menz an die in dem weltanschaulichen Referat gegebenen Thesen seine volkswirtschaftlichen Ausführungen zum Erfolg in Verlag und Sortiment anknüpfen. Zunächst ganz einfach und elementar vorgehend, schied er zwischen privatwirtschaftlichem und volkswirtschaftlichem Erfolg, sich in bildkräftigen Beispielen bewegend. Es gilt nicht, sich auf Kosten anderer reich zu machen, sondern das private Hauptbuch ist nur richtig, wenn im Interesse des Volksganzen gearbeitet worden ist, auch in unserer Zeit des Kapitalismus. Mit dem Schlagwort Kapitalismus ist viel Unfug getrieben worden, aber man muß sich auch darüber im Klaren sein, daß es nicht zu verwerfen ist, Gewinn zu erstreben, und daß hierin nicht etwa die Quelle unseres nationalen Unglücks liegt. Sondern wirtschaftlicher Erfolg wird in dem Maße gemessen, als unser Streben danach geht, das Kapital zu erhalten. Das zweite Ziel einer kapitalistischen Wirtschaft muß sein, eine solche Verzinsung zu erreichen, wie sie den jeweiligen Verhältnissen entspricht, woraus nun nicht aber ein Vorwurf der Profitgier konstruiert werden darf. Professor Menz kommt in seinem Vortrag zu drei Erkenntnissen, nämlich erstens: Erfolg erstreben auf Grund einer Eigentumsverschiebung und unproduktiver Arbeit ist zu verwerfen; zweitens: Das Streben nach wirtschaftlichem Gewinn ist eine Notwendigkeit, die schon in der Natur vorgeschrieben ist zur Überwindung der Schwächen und des Todes; drittens: Der Mensch darf nicht zu klug sein wollen, er darf nicht das Erfolgstreben übertreiben, sondern Bescheidenheit ist notwendig. Diese Erkenntnisse werden übertragen auf die verlegerische Kalkulation, und schließlich ist die Kalkulation mit der Absicht auf ein gutes Bilanzergebnis der Kern aller Wirtschaft. Daß man die möglichen Verluste stets besser errechnen kann als den möglichen Gewinn, gibt dann dem Referenten Anlaß zu einer eingehenden Besprechung der buchhändlerischen Kalkulation überhaupt und der damit zusammenhängenden Frage nach der Reklame. Jedenfalls wird, ohne hier im Augenblick auf alle besprochenen praktischen Einzelheiten eingehen zu können, festgestellt, daß ein Streben nach Gewinn und Erfolg gemäß dem Charakter des Verlagsgeschäfts berechtigt und notwendig ist. — Im zweiten Teil seines Vortrags beschäftigte sich Professor Menz mit der volkswirtschaftlichen Grundlage des Sortimentserfolgs. Auch hier war es der praktischen Darstellung der Vortragenden zu danken, daß der Arbeitskreis einen reichen beruflichen Gewinn mitnehmen konnte. Die Beherrschung der Verkaufstätigkeit muß natürlich für den Sortimenter der Oberfuß seiner Arbeit sein. Umsatz und Betriebsgestaltung gilt es eingehend zu studieren, während dem Umsatzcharakter der Lagercharakter anzupassen ist. Wiederum führt Professor Menz auch in diesem Teil seiner Ausführungen in die für den Sortimenter notwendige Kalkulation ein, in die einzubauen sind: Werbekosten, Miete, Löhne, Lokalkosten, Gehälter für Zwischeninstanzen und Hilfskräfte sowie die für einen eventuellen Organisationsausbau erforderlichen Unkosten. Interessant sind besonders die statistischen Feststellungen des Referenten über die Umsatzkurve der einzelnen Monate. Das Sortiment soll tunlichst nicht nur daran arbeiten, den Spitzenumsatz in der Zeit des Weihnachtsgeschäfts zu heben, sondern bemüht sein, die flache Kurve in den stillen Monaten in die Höhe zu drücken. Ob und wie es möglich ist, hier einen Ausgleich zu schaffen, muß der Gegenstand buchhändlerischen Nachdenkens sein. Das hängt zusammen mit den Fragen der Einkaufszeit und der Prüfung, wann und zu welchen Stunden die Hauptumsätze gemacht werden. Auch dem ist nachzudenken, wie die Zeiten des Leerlaufs im Sortimentgeschäft fruchtbar ausgenutzt werden; z. B. hinsichtlich einer fleißigen Prüfung des Lagers. Sich dagegen einen Gewinn aus dem Rabatt oder seiner Steigerung vorzutauschen, ist keine Erfolgserrechnung. Auch darin, daß man den Gewinn aus Außenständen überschätzt, kann oft Selbsttäuschung liegen. Die Hauptarbeit des Sortiments darf nicht nur in dem Vertrieb der Neuigkeiten bestehen, sondern man muß sich auch energisch mit den älteren Werken beschäftigen und hierfür vielleicht sogar eine besondere Kraft freimachen. Umtausch wird bei sorgsamem, vorsichtigen Einkauf vermieden und er sollte erst stattfinden, wenn trotz großer Bemühungen für ein Buch nichts erreicht worden ist. Eine geschickte Lagerpolitik, schärfste Beobachtung der Unkosten und Feststellung, woher sie kommen, eine der Geschäftslage angepasste Einkaufspolitik müssen Hand in Hand gehen mit einer gesunden Beschränkung, in der sich be-