

lich stumpfen Menschen. Allen andern macht Wissensmehrung Freude. Er begleitet uns durch das ganze Leben, aber in verschiedener Stärke. Er läßt vielleicht im reifen Alter (dem Alter der Ausbarmachung des Wissensschages) etwas nach; erfährt häufig im Greifenalter eine neue Steigerung (aus der Furcht heraus, den Zusammenhang mit der Welt und den Menschen zu verlieren, also noch bei Lebzeiten schon zu den Toten gerechnet zu werden). Aber am stärksten ist diese »Freude am Wissen und an der Wissensmehrung« bei der Jugend (im Alter der Wissensanhäufung): im Alter von 15 bis 25 Jahren.

Die Jugend von 15 bis 25 — das ist der »Markt« für den »Bildungsverleger«. Die gebildete Jugend.

Die gebildete Jugend. Denn bei ihr ist Regel, was bei der Arbeiterjugend Ausnahme ist: Erstens die zu ersprießlicher geistiger Fortbildung nötige Vorbildung; zweitens ein lerngewohntes Gehirn; und drittens Kopfarbeit als Lebensberuf.

Die gebildete Jugend. Wo ist sie zu finden? In den Mittel- und Oberstufen der Oberrealschulen und Gymnasien; in den Handels-, technischen und sonstigen höheren Fachschulen; in den Universitäten, technischen und Handelshochschulen usw. Deren Schüler- bzw. Hörerschaft zu erfassen, ist verhältnismäßig leicht: Schuldienere und Postboten vermögen die Namen und Adressen zu liefern, soweit nicht Listen veröffentlicht werden. Aber diese Arbeit ist eigentlich nur einmal ganz zu machen. Für die Folge kommen jedes Jahr nur die Untersten neu hinzu, und die Obersten scheiden aus; die andern rücken nur auf.

Es sei nur ganz beiläufig auf die verbende Kraft hingewiesen, die man entfalten und wirken lassen kann, wenn man so die Interessentenschaft namentlich kennt und Jahre hindurch mit ihr in einem geradezu persönlichen Zusammenhange zu bleiben vermag!

Und diese Interessentenschaft der gebildeten Jugend kann schon im Beginnstadium wenigstens grob, später feiner und immer feiner geschieden werden — sehr im Interesse einer Steigerung des Erfolges unserer Arbeit, denn die Wirksamkeit einer Werbemaßnahme ist um so stärker, je individueller sie zu sein vermag.

Die erste Trennung ist: »Graeco-Latiner«, »Latiner« und »Neusprachler« (= Gymnasium, Realgymnasium, Oberrealschule). Ein Beispiel: Für ein Bändchen »Die Kultur des alten Hellas« wird der Realschüler wenig Interesse haben; und für »Moderne französische Dichter« wenig der Gymnasiast. Weiter aufwärts erfolgt die Trennung in Wissenschaft, Technik, Handel. Und auf den Hochschulen die Spezialisierung.

Übrigens kann ein geschickt abgefaßter Fragebogen schon die Neigungen der Fünfzehnjährigen ermitteln und so dankenswerte Vorarbeit leisten.

Eine derartige »Marktuntersuchung« gibt interessante Aufschlüsse über das Bildungsbestreben z. B. durch Vergleich der Zahl der Benutzer öffentlicher Bibliotheken mit der Bevölkerungszahl des Landes; über den Bildungsgrad des Volkes durch Vergleichung der Zahl der Schüler der letzten Mittel- und der Oberklassen und der Fach- und Hochschulbesucher mit der Zahl der Fünfzehn- bis Fünfundzwanzigjährigen im Lande; über die Bildungsarbeit durch Vergleichung der Zahl der eingerichteten öffentlichen Leseanstalten mit der Zahl der Gemeinden; usw. Die Gesamtzahl der 15- bis 25jährigen Schüler und Studenten lehrt uns, mit welchen Zahlen wir bei unserer Werbung ungefähr zu rechnen haben; die einzelnen Zahlen, wie sie sich auf die verschiedenen Disziplinen verteilen.

Wird diese wissenshungrige Jugend dann auch in richtiger Weise angepackt: nämlich als Jugend, das heißt als junge Menschen, die sehr empfindlich sind, ob sie auch ja für voll genommen werden, und die zumeist ein übersteigertes Gefühl des eigenen Wertes und der eigenen Würde haben; und als moderne Jugend, das heißt als sehr selbständige Menschen ohne angeborenen Respekt vor elterlicher oder lehrerlicher Autorität, frühreif, und sehr wirklichkeitsbewusste Gegenwartsmenschen; wird sie so angepackt, dann vermag die gebildete Jugend ein ergiebiger »Markt« zu werden.

Für die buchhändlerische Fachbibliothek.

Alle für diese Rubrik bestimmten Einsendungen sind an die Schriftleitung des Börsenblattes, Leipzig C 1, Gerichtsweg 26, Postfach 274/75, zu richten.

Vorhergehende Liste f. 1929, Nr. 222.

Bücher, Zeitschriften, Kataloge usw.

Der **Bahnhofsbuchhandel**. 24. Jg., Nr. 18. Leipzig. Aus dem Inhalt: Rationalisierung. — Dr. Leibl: Der Eigentumsvorbehalt der Verleger. — Vom Büchermarkt des Bahnhofsbuchhandels.

1058

Sozialistische Bildung. Mit den Beilagen Bücherwarte und Sozialistische Erziehung. Heft 9, September 1929. Berlin: Reichsausschuss für sozialistische Bildungsarbeit. (Auslieferung durch J. H. W. Dietz Nachf., Berlin.) Aus dem Inhalt: S. Marck: Rundfunk, Kultur, Arbeiterschaft. — A. Ansmann: Kritik am Rundfunk. — H. Wachenheim: Filmzensur. — A. Kantorowicz: Kinderlektüre.

Der Büchermonat. Hrsg. von Karl Rauch. 2. Jg. S. 3. Oktober 1929. Berlin SW 61, Verlag für Buchwerbung. Aus dem Inhalt: F. Klatt: Der neue Wille zur Berufsarbeit. — K. Rauch: Nlanders großer Dichter. — Hermann Stehrs Ruf zur Selbstverantwortung.

Der Buch- und Zeitschriftenhandel. 50. Jg., Nr. 38. Berlin. Aus dem Inhalt: Dr. Brönnner: Die stille Beteiligung der Kinder an gewerblichen Unternehmungen vom steuerlichen Standpunkt. — Pflichtexemplare.

Dietrich, Georg W., München: Bücher, die ich lieb gewann. Ein Verlagsbericht m. 47 Abb. 64 S.

Die Fachpresse. 13. Jg., September 1929. Dietenheim a. Iller. Aus dem Inhalt: G. Böse: Die Werkszeitungen. — Die Kalenderreform vor dem Völkerbunds-ausschuss. — W. Obst: Immer wieder die Rücksendung der Manuskripte und sonstige Klagen. — K. Dopf: Eine dringende Forderung an die Reichspost. — M. te Kloof: Rund um den Ausgabebetrag herum!

Fink, Fritz: Die Große Mutter. Sonette. Weimar 1929: Fritz Fink Verlag. 16 S. M. 1.—
Verfasser ist Buchhändler.

Fischer, Gustav, Jena: Mitteilungen über Neuerscheinungen und Fortsetzungen. 1929, Nr. 5 (September). 32 S., 8 u. 11 S. Bestellzettel. qu.-12° Einseitig bedruckt.

Grote'sche Verlagsbuchhandlung, G., Berlin: Verzeichnis September 1929: Schöne Literatur, Biographien, Kunst und Kunstwissenschaften. Eine Auswahl. 32 S.

Insel-Almanach auf das Jahr 1930. Leipzig: Insel-Verlag. 200 S. m. Abb. i. Text u. 7 Taf. Mk. —.80 u. Staffelpreis.

Jugendchriften-Warte. 34. Jg., Nr. 9. Hamburg 13: Wilhelm Senger. Aus dem Inhalt: E. Löffler-Rahlis: Wege zum Urteil über die Formen der geschichtlichen Jugendchrift.

Die Kunstauktion. Deutsches Nachrichtenblatt des gesamten Kunstmarktes. 3. Jg., Nr. 38 vom 22. Sept. 1929. Berlin W 62, Die Kunstauktion G. m. b. H. Mit der Sonderbeilage »Der Bibliophile« zur Jahresversammlung der Gesellschaft der Bibliophilen am 22. September 1929. Aus dem Inhalt: A. Bessmertny: Bibliophile Publikationen. — R. Bertieri: Die italienischen Verleger und Drucker des 15. Jahrhunderts. — P. Englisch: Erotische Bibliographien. — W. Bruhn: Kostümkundlich interessante Handschriften. — Das Gebetbuch des Tristan du Perrier. — G. A. E. Bogeng: Bibliographische Legenden. — Th. Crutwell: Dorn's Meil-Bibliographie. — S. M. Fraenkel: Makulatur und Restauflage. — A. Carlebach: Das Schicksal von Kobell's Kupferplatten. — E. Collin: Bucheinbände in Menschenleder.

Kunst-Kammer Martin Wasservogel, Berlin: Katalog der Ausstellung 22. September bis 31. Oktober 1929. Lasko: Ölgemälde und Pastelle. 93 Nrn. 16 S. u. 15 Taf.

Musitalienhandel. Jg. 31. Nr. 39. Leipzig. Aus dem Inhalt: H. Aber: In der Schicksalsstunde des deutschen Musiklebens. Der Rundfunk als Gefahr! — Der Rundfunk als Retter?

Papier und Pappe. 6. Jg., Nr. 32. Stuttgart: Franckh'sche Verlagshandlung W. Keller & Co. Aus dem Inhalt: Th. Thomas: Finanzierung wichtiger Papiermärkte mit amerikanischem Kapital.

Der Papier-Fabrikant. 27. Jg., Nr. 37. Berlin: Otto Elsner, Verlagsgesellschaft m. b. H. Aus dem Inhalt: Deutschlands Papier-aussenhandel im Juli 1929.

Papier-Zeitung. 54. Jg., Nr. 76. Berlin: Carl Hofmann G. m. b. H. Aus dem Inhalt: A. Guthke: Die Lage des Bürobedarfs- und Schreibwarenhandels. — Wirtschaftsfragen des Buchdruckgewerbes im Rahmen der Gesamtwirtschaft.

The Publisher and Bookseller. The official organ of the book trade of the United Kingdom. Nr. 1244. September 20, 1929. J. Whitaker & Sons, Ltd., London E.C. 4. Aus dem Inhalt: The typography of advertising. — The craft of paper making in ideal conditions.

Quidborn. Hrsg. von der Vereinigung Quidborn (G. V.) in Hamburg. 22. Jg., (Post-) Nr. 5. Aus dem Inhalt: A. Sievers: Ein vergessener Heimatdichter. Zu Paul Tredes 100. Geburtstag am 19. 8. 1929. — R. Bossido: Glaubt das Volk noch an seine Sagen? — Inhaltsverzeichnis des 22. Jahrgangs.

Salzer, Eugen, Heilbronn: Verlags-Verzeichnis. 40 S. u. 6 Abb. II. 8

Die Literarische Welt. 5. Jg. Nr. 38. Berlin. Die Literarische Welt Verlags-Ges. m. b. H. Aus dem Inhalt: Bronnens »O. S.« auf der Schmutz- und Schundliste? — V. Marcu: Lest Jakob Burckhardt! — W. Scheller: Karl Wolfskehl zum 60. Geburtstag. — W. Zucker: Der Verfall der Rezension.