

geben werden können, wenn die jetzt bei der Geschäftsstelle eingehenden Berichte vollzählig beisammen und ausgewertet sind. Als besonderer Erfolg dieser beiden Tage für den Buchhandel darf die Zusammenarbeit mit den an der pädagogischen und kulturfördernden Mission des Buches beteiligten Stellen angesehen werden. Im Verlauf der zahlreichen und nicht immer einfachen Verhandlungen haben die Delegierten des Börsenvereins den berechtigten Ansprüchen des Buchhandels Anerkennung verschaffen können.

Eine befruchtende Wirkung versprechen wir uns von der Broschüre, die auf Veranlassung des Preisrichterkollegiums über das Ergebnis unseres an die Volksschullehrer gerichteten Preisauswählens: »Kann die Volksschule ihre Schüler zum guten Buch erziehen?« veröffentlicht worden ist. Die Nachfrage nach der erstmalig in einer Auflage von 5000 Stück angefertigten Schrift ist groß, sodaß mit einer Neuauflage gerechnet werden kann, obwohl erst jetzt nach und nach Fachzeitschriften und Presse sich durch die Besprechungen dem damit angeregten Fragenkomplex zuwenden. Die daraus gewonnenen Erfahrungen werden ergänzt durch die Eindrücke unserer Delegierten, die an Tagungen der Gesellschaft für Volksbildung, des Deutschen Lehrervereins, des Vereins für das Deutschtum im Auslande und anderer Verbände teilgenommen haben. Mit dem durch die Initiative des Reichsverbandes der Deutschen Industrie geschaffenen Arbeitsausschuß für Berufsausbildung und mit den Werkstätten der Industrie stehen wir in Verbindung, um ein Preisauswählen für 1930/31 durchzuführen, das besonders buchwerbend bei Fortbildungsschülern und anderen werktätigen Jugendlichen wirken soll.

Auf der Pfingsttagung des Vereins für das Deutschtum im Auslande führte die Werbestelle mit der Leipziger Ortsgruppe dieses Verbandes zum ersten Male eine populär gehaltene, nach übereinstimmendem Urteil sehr ansprechende Buchwerbung durch, die zum Tag des Buches 1930 in Leipzig wiederholt wurde. In Anspruch genommen wurde ferner die Mitwirkung der Werbestelle bei der Begehung der zehnjährigen Wiederkehr des Versailler Vertragstages. Wir stellten im Auftrage des Arbeitsausschusses Deutscher Verbände eine Bibliographie »Versailles und Kriegsschuld« (3 Hefte) und ein Plakat her. Ebenso hat die Werbestelle an der Vorbereitung der Ausstellung der Deutschen Bücherei auf dem Internationalen Bibliothekartage in Rom mitgewirkt. Außer den zu Kantate 1929 durchgeführten Ausstellungen (Schaufensterschau und Rationalisierungsausstellung) wurde von uns die Ausstellung »Fünf Jahre Rundfunk in Mitteldeutschland« mit Büchern beschriftet. Neuerdings ist uns auch Auftrag erteilt worden, auf der Internationalen Hygiene-Ausstellung 1930 in Dresden die Buchabteilungen zu betreuen.

Der Umsatz in Werbemitteln (Plakate, Postkarten, Siegelmarken, Matern, Jaspispapier, Galvanoz, Gummistempel, Transparente, Diapositive und Filme) war sehr rege. Auf Veranlassung des Werbeausschusses erschien im Berichtsjahr die Broschüre: Fleischhack, »Katalogtechnik«. Für den Kunsthandel gaben wir zu Weihnachten 1929 ebenfalls ein Plakat und eine Postkarte heraus. Wir unterstützten ihn außerdem bei der Verbreitung der vom Reichsverein Deutscher Kunstverleger und Kunsthändler e. V. verlegten Broschüre »Bilder um Dich«. Weniger günstig verliefen die Versuche, mit Hilfe des im Werbeausschuß vertretenen Delegierten des Musikalienhandels Mitarbeiter an der Pressestelle zu finden.

Diese hat im abgelaufenen Jahr mehrfach wichtige buchhändlerische Fragen für die Tagespresse behandelt. Zum Teil gab sie eigene Artikel an die Presse, zum Teil regte sie die Erörterung bestimmter Fragen an. Die Beschäftigung der Öffentlichkeit mit den hohen Auflagen einzelner Werke (Remarque, Buddenbrooks usw.) machte es wünschenswert, für dieses Thema verlässliche Unterlagen zur Verfügung zu stellen, die dann auch von der Presse vielfach benutzt worden sind. Dabei galt es besonders zu zeigen, daß es nicht so sehr auf die hohen Auflagen von Schlagern ankommt, sondern auf die verhältnismäßig hohen Auflageziffern literarisch wertvoller, aber

»stillerer« Bücher. In Verbindung mit dem Thema Überproduktion, das zu der völlig irreführenden Formel »Alle 20 Minuten ein Buch« geführt hat, wurde durch Artikel aufklärend gewirkt, um das falsche Bild zu berichtigen.

Notizen und Mitteilungen der Geschäftsstelle wurden wie bisher durch Korrespondenzen der Presse zugeleitet. Für den zweiten Tag des Buches wurden 26 Presseartikel und zahlreiche Bilder zur Verfügung gestellt, die von der lokalen Tagespresse in weitestem Maße zur Veröffentlichung gebracht wurden. Wir verbreiteten auf Anfordern 9500 Stück dieser Artikel.

Aus Ersparnisgründen mußte die bereits vor einem Jahr geplante Einstellung der Tätigkeit des Vortragsamtes durch Vorstandsbeschluß verwirklicht werden, nachdem leider festgestellt werden mußte, daß zu wenig Buchhändler dieses Amt in Anspruch nahmen und die durch seinen Bestand erforderlichen Zuschüsse hauptsächlich literarischen Gesellschaften und anderen Vereinen zugute kamen. Wir streben an, das vom Vortragsamt gesammelte Material einer Vermittlungsstelle zu überlassen, die sich der Vortragsvermittlung für den Buchhandel besonders widmen soll.

Die Werbetätigkeit im Ausland und für das Ausland ist durchweht von einem frischen Zug und steht in Wechselwirkung mit dem erfreulich steigenden Bedarf an deutschen Büchern in den meisten Ländern der Erde und der wachsenden Hochschätzung, die man dem deutschen Schrifttum entgegenbringt. Zum Ausfuhrüberschuß, den das Deutsche Reich im Jahre 1929 erzielen konnte, hat auch der Buchhandel zu seinem bescheidenen Teil beigetragen. Doch nicht durch die Zahlen für den Wert und das Gewicht bedruckten Papiers wird die Bedeutung der deutschen Buchausfuhr genügend gekennzeichnet; es ist vielmehr der geistige Gehalt der Ware, der sie heraushebt aus der Menge der Ausfuhrerzeugnisse und der ihre Unentbehrlichkeit dartut, um im Ausland durch das Fortwirken der im Buch niedergelegten Ideen die Voraussetzungen und die Bereitschaft zu schaffen, deutsche Ausfuhrerzeugnisse in steigendem Maße aufzunehmen. Auf diesen Schrittmacherdienst des Buches und der Zeitschrift, der Lehrmittel und der Musikalien muß immer wieder hingewiesen werden angesichts der doch noch öfter zutage tretenden gleichgültigen Haltung gegenüber einer aus kultur- und wirtschaftspolitischen Gründen notwendigen Werbung durch das Buch und für das Buch.

Wie in früheren Jahren haben wir entscheidenden Wert gelegt auf die mittelbare Werbung, die in der Pflege guter Beziehungen zu amtlichen Stellen, Instituten, Vereinigungen, Buchhandelsfirmen, der Presse und führenden Persönlichkeiten aller Kreise und Berufe des Auslandes und des Inlandes die Möglichkeiten einer Förderung des deutschen Buchab Absatzes im Ausland wahrnimmt. Beratung, Auskunfterteilung und Vermittlung jeder Art spielen dabei die Hauptrolle. Sie sind die geeigneten Mittel, dem Ausland die Bedeutung des deutschen Schrifttums vor Augen zu führen und ihm die Verbindung mit dem deutschen Buchhandel zu erleichtern, umgekehrt aber auch unseren Mitgliedern die Wege ins Ausland nach manchen Richtungen hin zu ebnet. Besonderer Wert wurde darauf gelegt, die im Ausland ansässigen Kreise zur Mitarbeit für die Verbreitung des deutschen Buches zu gewinnen. Dabei leistete die Zeitschrift »Das Deutsche Buch«, die nunmehr in ihrem zehnten Jahrgang steht, beste Dienste. Aber auch im Ausland sind zum Teil mit unserer Mitwirkung Organe entstanden, die sich ausschließlich der Verbreitung der Kenntnis vom deutschen Buch widmen. Wir nennen das »Bulletin« des Deutschen Hauses an der Columbia-Universität in New York und die Zeitschrift »Het Duitse Boek« in Amsterdam. Beide dürfen besonderes Ansehen in ihren Erscheinungsländern beanspruchen, weil sie von einheimischen, in weiten Kreisen bekannten Persönlichkeiten herausgegeben werden.

Sorgfältig werden Unterlagen über alte und neu entstandene Buchhandelsfirmen des Auslandes gesammelt, sodaß über Verlage, Sortimente, literarische Agenturen usw. Auskunft gegeben werden kann. Erfreulicherweise kann festgestellt werden, daß sich die Zahl der deutschen Sortimente im fremdsprachigen