

## Redaktioneller Teil

### Verband der Buchhändler Pommerns.

#### Einladung zur 29. Hauptversammlung

am Sonntag, dem 14. Juni 1931, vormittags 11 Uhr pünktlich, im Schützenhaus in Lauenburg i. P.

#### Tagesordnung:

1. Bericht über das abgelaufene Verbandsjahr.
2. Rechnungslegung durch den Kassensführer.
3. Festsetzung des Beitrages und Voranschlag für das neue Verbandsjahr.
4. Neuwahl des Vorstandes.
5. Kurzer Bericht über Kantate 1931. Berichterstatter: Herr Amtmann, Lauenburg.
6. Steuerfragen (Umsatzsteuer). Berichterstatter: Herr Klein, Greifswald.
7. Schulbücher und Mengenpreis.
8. Tag des Buches 1931 und Vorbesprechung für 1932 als Goethe-Gedenktag.
9. Kulturelle Arbeit im deutschen Grenzgebiet im Osten einst und jetzt. Berichterstatter: Herr Eulitz, Stolp.
10. Bestimmung des Ortes der nächsten Hauptversammlung.
11. Sonstige Verbandsangelegenheiten und etwaige Anträge der Mitglieder.

#### Anschließend:

Jahresversammlung der Vereinigung zur Förderung der Greifswalder Universitätsbibliothek.

Eine besondere Einladung geht unseren Mitgliedern unmittelbar durch die Post zu. Laut Satzung § 4 b—6 sind alle unsere Mitglieder verpflichtet, der Hauptversammlung bei Vermeidung einer Ordnungsstrafe von Mk. 5.— beizuwohnen, wenn sie nicht durch triftige Gründe verhindert sind, welche dem Vorstände vorher mitzuteilen sind. — Gäste willkommen.

Stettin, den 30. Mai 1931.

Der Vorstand. J. A.: Schmur.

### Mehr Werbung für das Jugendbuch.

#### Zum Tag des Kindes am 24. Juni.

Der Verkauf des Jugendbuches wird leider immer noch viel zu sehr als ein Saisongeschäft betrachtet. Nur zu Weihnachten und in weit geringerem Maße zu Ostern wendet man ihm größere Sorgfalt zu. Und doch ist es so leicht, bei einiger Initiative eine Belebung des Geschäftes zu erreichen. Das ganze Jahr bietet Gelegenheiten, die den Verkauf des Jugendbuches fördern; es sei z. B. nur an den Geburtstag erinnert. Auch einige Verleger sind bereits dazu übergegangen, Neuerscheinungen während des Jahres und nicht wie bisher üblich nur im Herbst herauszubringen, weil sie auf diese Weise eine gleichmäßigere Verteilung des Angebotes und ein Dauergeschäft erstreben.

In erster Linie muß bei der Jugend der Wunsch nach einem Buch stärker geweckt werden. Außerdem ist die große Zahl derer, die nie wissen, was sie Kindern schenken sollen und daher nach ziellosem Suchen in einem z-beliebigen Geschäft enden, auf das Jugendbuch als ideales und preiswertes Geschenk besonders augenfällig und nachdrücklich aufmerksam zu machen. Um dieses Ziel zu erreichen, dürfen die vorrätigen Jugendschriften nicht mehr nach dem Weihnachtsfest in den entlegensten Winkel ge-

räumt werden, wo sie bis zum kommenden Jahr warten. Im Schaufenster läßt eine kleine geschickte, ständig wechselnde Zusammenstellung zur Besichtigung der Jugendbücher im Laden ein. Ein Preishinweis sollte nicht fehlen. Er zerstreut Bedenken bei geringem Geldbeutel. Noch besser ist es, wenn ein ganzes Schaufenster oder ein Schaukasten zur Verfügung steht. Wird dadurch das dauernde Interesse der Jugend erweckt, so ist schon viel erreicht.

Ein anderer Weg: Mit einigem Geschick lassen sich nicht allzu schwer die Geburtstage der Kinder der Kunden und Bekannten in Erfahrung bringen. Einige Zeit vor dem Tag geht eine Auswahlliste mit einigen begleitenden Zeilen, in denen auf das bevorstehende Fest Bezug genommen wird, an das Kind. Denn dieses schenkt einem Brief und seinen Anlagen mehr Beachtung als die Eltern. Es ist stolz, daß ihm der Postbote auch einmal etwas bringt. Die Erfahrung anderer Branchen zeigt, daß Kinder bei Anschaffungen eine ziemlich große beeinflussende Wirkung auf ihre Eltern ausüben.

Nicht außer acht darf gelassen werden, daß die Schulbüchereien einen größeren Bedarf an unterhaltender und belehrender Jugendliteratur haben. Wenn auch manche Stadtverwaltung Jugendbüchereien noch immer als Luxus betrachtet, so pflegen sehr viele Volksbüchereien jetzt mehr und mehr das Kinderbuch. In Leipzig wurde vor kurzem eine neue große Kinderlesehalle eröffnet. In Frankfurt a. M. sind jetzt den Erwachsenenbüchereien mehrere Kinderbüchereien angegliedert. Persönliche Fühlungnahme, die ein Eingehen auf die Interessen und Wünsche ermöglicht, Auswahlfendungen und gemeinsame Ausstellungen sichern die Aufträge der Schul- und Büchereileitungen leichter. Die nachstehende Aufstellung (nach Braufmann), die die Gesichtspunkte angibt, nach denen eine Schulbücherei aufgebaut werden soll, zeigt einige Winke, die das Sortiment für die Ausarbeitung dieser Werbung benutzen kann.

Grundschule (1.—4. Schuljahr): Reime, Reimspiele und Singspiele, Märchen, Sagen, Legenden, Fabeln, Bilderbücher.

5.—6. Schuljahr: Dichtung, Volks- und Kunstmärchen, Heldensagen, Legenden, schwankartige Volksbücher und Fabeln, Erzählungen, Balladen, Bilderbücher. Bücher für den Sachunterricht: Erdkunde, Geschichte, Naturkunde, Bastel- und Spielbücher.

7.—8. Schuljahr: Märchen (Kunstmärchen, Märchen-Novellen) und Volksbuch, Heldenepos, Familiennovellen, Erzählungen aus Geschichte und Heimat, Bilder aus der Natur, Reiseerzählungen und abenteuerliche Geschichten, Lebensbilder, Gedichte, Balladen, Dramen, Bildermappen. Bücher für den Sachunterricht: Geschichte, Erdkunde, Naturkunde, Bastel- und Spielbücher.

Eine weitere Gelegenheit, Jugendschriften im großen zu verkaufen, bietet der Tag des Kindes, der am 24. Juni zum zweiten Male stattfinden wird. Der Gedanke verdient die stärkste Förderung des Sortiments, damit am Johannistag, der aus einer Anregung der Spielwaren-Arbeitsgemeinschaft entstanden ist, das Buch dem Kinde in die Hand gelegt wird. In vielen Gegenden Deutschlands trägt der Johannistag, dessen Symbol das Johannismännchen ist, bereits Festcharakter.

In erster Linie heißt es, die den örtlichen Verhältnissen entsprechenden Maßnahmen für den Kindertag zu treffen, diesen