

Knaben und 130 560 Mädchen besucht. Die Gesamtschülerzahl muß sich immer dann verringern, wenn der Schülerschwund, d. h. die Abgangszahlen beim Übergang in die Klassen Quinta bis Oberprima, größer ist als der Zugang, in erster Linie zu den Sexten. Auf die Gesamtzahl der höheren Lehranstalten bezogen, ist dies seit 1926 zu beobachten. Im Vorjahre war der Schülerschwund ganz besonders stark, bei den Knabenanstalten 13,3 Prozent, bei den Mädchenanstalten sogar 18,1 Prozent. Neuerdings hat sich der Schülerschwund verringert. Er stellt sich bei den Knabenschulen auf 10,5 Prozent, bei den Mädchenschulen auf 13 Prozent. Der Gesamtschülerverlust hat einen erheblichen Klassenverlust zur Folge gehabt. Insgesamt ist ein Verlust von 472 Klassen (3,2 Prozent) festzustellen. Der größte Klassenverlust entfällt auf die Rheinprovinz. Seitdem in Berlin, das von 1929 bis 1932 allein 358 Klassen verloren hat, die Michaelisklassen aufgelöst sind, ist der Verlust mit 49 (2 Prozent) nicht mehr so stark, er bleibt noch unter dem von Westfalen mit 58 oder 3,2 Prozent. Immerhin hat Berlin in den letzten vier Jahren nicht weniger als 407 Klassen verloren, das sind 26,8 Prozent des Gesamtklassenverlustes (1516) seit 1929, obwohl Berlins Schülerzahl nur etwa 19 Prozent der Gesamtheit ausmacht. Schülerschwund und Klassenschwund bedeuten aber für den Buchhandel Absatzschwund. Die Aussichten für 1934 sind dabei zweifelsohne nicht besser. Diese Sonderkonjunktur des Buchhandels verdient ganz besondere Beachtung.

Buchtitel und bibliographische Anzeige der schönen Literatur als Werbefaktoren.

Eine Anregung für Autoren und Verleger.

Wer die deutsche Bibliographie daraufhin durchblättert, inwiefern die bibliographischen Anzeigen ein klares Bild des Charakters des verzeichneten Buches vermitteln, der kann feststellen, daß die meisten bibliographischen Angaben über die einzelnen Bücher genügend Aufschluß geben, um den Wert einer folgenden Lektüre zu beurteilen. Zumal Bücher wissenschaftlichen Inhalts oder Bücher, die praktische Fachkenntnisse vermitteln, besitzen meist verständliche und gut informierende Titel. Hier wirkt der Titel durch Deutlichkeit und Klarheit in solider und erfolgreicher Weise für das Buch.

Anders liegen dagegen die Verhältnisse bei der sogenannten »schönen Literatur«. Aus dieser Literaturgattung zweckdienliche Lektüre zu wählen, schafft recht oft peinliche Verlegenheiten. Mit dem, was die Titel sagen, ist selten viel anzufangen. Sie geben wenig, meist keinen Aufschluß darüber, was von der Lektüre erwartet werden kann. Die bibliographische Anzeige eines Buches der schönen Literatur orientiert im allgemeinen über den Verfasser, den Buchtitel, die Auflage, den Verleger, Erscheinungsjahr, Seitenzahlen, Illustrationen, Format, Einbandart und Preis. Sie gibt Auskunft, ob das Buch Teil einer Serie ist, ob ein Roman, eine Novelle, Erzählungen, Gedichte, ein Theaterstück, eine Übersetzung vorliegt, nennt wohl auch den Originaltitel bzw. die Landessprache, in der die Originalausgabe erschienen ist. Es sind mehr oder weniger Außerlichkeiten, Auskünfte, die wenig geeignet sind, bei der Wahl der Lektüre zu beraten. Die meisten Buchtitel schöngeistiger Literatur gewinnen erst durch die Lektüre Sinn und Verständnis. Diese Tatsache ist eine bedauerliche Erscheinung. Sie hemmt den Erfolg eines Buches und wird auch keineswegs genügend ausgeglichen durch erläuternde Buchbesprechungen und durch die Aufschlüsse, die Buchhändler und Bibliothekare erteilen. Weder der Bibliothekar noch der Buchhändler können alle Bücher gelesen haben, nach denen sie gefragt werden, und auch das beste Gedächtnis bewahrt nur einen Teil der gelesenen Buchbesprechungen. Die Folge davon ist, daß manches gute Buch nicht den richtigen Mann findet und nicht zur günstigen Zeit empfohlen wird und darum als »Blindgänger« eine Enttäuschung bereitet.

Gewiß sind der Name eines rühmlichst bekannten Autors und der bekannte Firmenname eines bewährten Verlages gute Würgen für die Qualität eines Buches und wirksame Reklame. Aber es werden doch auch gute Romane von unbekanntem Autoren geschrieben und von weniger bekannten Firmen verlegt. Und was nützen Autoren- und Firmenname dem, der einen Roman von bestimmter weltanschaulicher, politischer oder religiöser Zielrichtung sucht, wenn er in der Bibliographie auf Buchtitel stößt wie:

Ernst Zahn: Gewalt über ihnen. Stuttgart: Dt. Verl.-Anst.

Will Vesper: Das harte Geschlecht. München: A. Langen.

Hubert Rumelster: Zwei ohne Gnade. Leipzig: Insel-Verlag.

Erwin S. Rainalter: Heimkehr. Leipzig: Staackmann-Verl., usw. usw.

Der Name des Autors und der Firmenname des Verlages sind diesem Bedürfnis gegenüber von sekundärer Bedeutung. Die Fälle aber, daß schöne Literatur, besonders Romane von einem bestimmten Einschlag oder um der lebendigen Schilderung willen eines besonderen Lebens- oder Wirtschaftsgebietes begehrt werden, sind heute nicht selten. Die höherwertige Entwicklung gerade der schönen Literatur hat derartige Erwartungen geweckt und läßt sie berechtigt erscheinen. Der gebildete Mensch des 20. Jahrhunderts liest schöne Literatur nicht mehr nur zur Unterhaltung und Zerstreuung. Männer, die mit beiden Füßen im Leben und auf verantwortungsvollem Posten stehen, greifen heute vertrauensvoll zum Roman, um sich in lebendig anschaulicher Weise über irgendein Wirtschaftsgebiet oder über die Lösung irgendwelches Problems zu informieren. Diese Tatsache müßte bei der Titelfassung in Erwägung gezogen werden und Berücksichtigung finden. Damit leistete der Autor dem literarisch interessierten Publikum und seinem eigenen Werke einen vorzüglichen Dienst. Er ist am besten über sein Werk orientiert, hat es in allen Nuancen seiner Wirkung bis auf den Grund seiner Seele erlebt und dürfte deshalb am ehesten berufen sein, die geniale Macht seiner Schöpfung, ihren geistigen Reichtum und ihre erstrebte Mission in eine kleine Formel zu fassen, die den bibliographisch geschulten Verstand schnell und sicher orientiert. Vielleicht fände eine derartige kurze Erklärung ähnlich wie bei wissenschaftlicher oder Fachliteratur im Zusatztitel ihren Platz. Dadurch würde erreicht, daß nicht erst die Lektüre oder die Buchbesprechung, sondern der Titel selbst schon praktisch wirkt. Der Buchtitel darf nicht einer unverständlichen mathematischen Formel gleichen, sondern sollte die Phantasie anregen und Lust zur Lektüre und das Zutrauen des Interessenten wecken. Wenn heute das Titelblatt als Werbefaktor nicht besonders geschätzt wird, so liegt das eben daran, daß seine Möglichkeiten nicht voll ausgenützt werden.

Beachtung der hier gegebenen Anregung würde auch ein werbekräftigeres Bild der Anzeige in der buchhändlerischen Bibliographie gestalten. Niveau und Bedeutung des schöngeistigen Schrifttums verdienen durchaus eine präzisere Bibliographierung und eine feiner gegliederte systematische bzw. schlagwortmäßige Eingruppierung, als zur Zeit auf Grund der Titelangaben möglich ist. Systematische bzw. schlagwortmäßige Eingruppierung des einzelnen Buches besitzt insofern Werbekraft, als sie als zuverlässige Beraterin bei der Wahl der Lektüre Beachtung findet. Vorbildlich in bezug auf Übersicht und zweckdienliche Auswahl sind z. B. die Gruppensysteme und Untergliederungen der wissenschaftlichen Literatur des »Literarischen Zentralblattes für Deutschland«. Man denke nicht gering vom Wert der bibliographischen Anzeige als Werbefaktor. Schließlich kommt für jedes Buch einmal die Zeit, da einzig seine Anzeige in der Bibliographie von seiner Existenz kündigt. Je präziser und aufschlußreicher sie ist, um so werbekräftiger wird sie dauernd wirken. Und wenn nun endlich Wirklichkeit werden sollte, was vom Buchhandel schon lange und heute auch höheren Orts als wünschens- und erstrebenswert empfohlen wird, daß das Publikum sich nicht nur für das Neueste und Allerneueste auf dem Büchermarkt interessiert, dann dürfte die bibliographische Anzeige noch erhöhte Bedeutung gewinnen.

Arno Franke-Leipzig.

Neuaufbau der Arbeit am deutschen Jugendschrifttum.

In der »Jugendschriften-Warte« Nr. 7 berichtet Fr. Jürgens über die Gesamtvorstandssitzung der Vereinigten Deutschen Prüfungsausschüsse für Jugendschriften in Magdeburg am 6. Juni wie folgt:

Der neue Vorsitzende, Herr Dr. Fehring aus Hamburg, hielt das Referat, in dem er die geistigen Grundlagen für die zukünftige Arbeit am deutschen Jugendschrifttum umriß. In der Versammlung herrschte Einmütigkeit in bezug auf die grundlegenden Richtlinien dieser neuen Arbeit; dagegen führte die Aussprache über den organisatorischen Neubau zu keinem Ergebnis. Der Vorsitzende berief daher einen kleinen Kreis erfahrener Mitarbeiter zur Beratung über die Neugestaltung dieser Organisation. Es kam einerseits darauf an, auch in der neuen Form den Vorzug der bisherigen Organisation zu erhalten, der darin bestand, daß durch weitestgehende Verzweigung dieser Arbeit das Interesse an dieser auch im kleinsten Dorf geweckt wurde; es handelte sich andererseits darum, Sicherungen zu schaffen, die gewährleisten, daß nur nationalpolitisch und völkisch wertvolles Eingang in die Schulen fände. Man kam zu folgenden Ergebnissen:

1. Die Arbeit am deutschen Jugendschrifttum wird dem Aufbau und der Gliederung des NSLB. entsprechend organisiert.