

deutschen Menschen ist dichten und denken eine Einheit. »Die Wesensform des deutschen schöpferischen Menschen ist stärker an die Einzelhaftigkeit und die Abgeschlossenheit gebunden gewesen.« »Das Werk der Großen ist immer einsam gewesen.« Daß unser geistiges Leben sich infolge des Fehlens eines öffentlichen Lebens in der Einsamkeit entwickeln mußte, erklärt auch den deutschen »Mangel an Schlagfertigkeit, an Beweglichkeit der freien Rede«. Die rednerische Begabung habe wegen der Gewohnheit des buchmäßigen Denkens eine geringe Rolle gespielt, und der Führer sei »der erste deutsche politische Mensch, der durch die Kraft seines Wortes die Nation zur Einheit verschmolz«. Wer deutsches Wesen erkennen wolle, müsse sich in das deutsche Buch vertiefen, in dem das Ringen der deutschen Seele um die letzten metaphysischen Fragen niedergelegt sei. Auch der deutsche Staatsgedanke sei

ethisch-religiösen Ursprungs (Fichte) und die Autorität des deutschen Staates könne »für uns nur in dem verpflichtenden Werte einer ethischen Gemeinschaft bestehen« (Gemeinnutz vor Eigennutz). Die Überwindung der Krise des deutschen Buches, die die Weltgeltung des deutschen Geistes und der deutschen Wissenschaft bedrohe, sei eine Hauptaufgabe der nationalen Arbeit, die Neugestaltung der literarischen und wissenschaftlichen Kritik eine unbedingte Forderung der Zeit, die von der sehr zu begrüßenden Reichsstelle zur Förderung des deutschen Schrifttums in Angriff genommen werden muß, zur Abdämmung einer ungesunden Überproduktion. Der deutsche Mensch aber müsse wieder zum Buch hingeführt werden und zum Bewußtsein »seiner großen Geschichte und seiner Sendung«.

Dr. Sauter.

### Die drei Preisaufgaben des Bildungsausschusses.

III (I und II s. Nr. 280 u. 282).

## Volksbüchertube und wandernder Bücherwagen.

Diese Arbeit zur Frage »Die neue deutsche Volksbüchertube« wurde vom Bildungsausschuß bei seinen Preisaufgaben mit einem zweiten Preis bedacht. Wenn sie hier veröffentlicht wird, so soll damit nicht für die unüberlegte Gründung vieler neuer Büchertuben oder für die Einstellung zahlreicher Bücherwagen eingetreten werden. Wer sich einer dieser schwierigen Aufgaben wirklich praktisch unterziehen will, sollte sich außer diesen Anregungen auch noch die ungunstigen Erfahrungen zunutze machen, die mancherorts schon mit beiden Einrichtungen gemacht wurden. Der Bildungsausschuß.

Wer schon eine Reihe von Jahren als Sortimentier hinter dem Ladentisch steht, der kennt die freudige Überraschung, die man immer wieder erlebt, wenn ein Kunde im unscheinbaren Arbeitsrock sich als sehr belesener und gar nicht wenig wählerischer Bücherfreund entpuppt. Oft sind es Kunden der Volksbibliotheken, manchmal Arbeitslose, die in langen Wochen und Monaten des Wartens, zuerst um die Zeit zu vertreiben, später mit wachsendem innerem Bedürfnis, Geschmach am Lesen gefunden haben, häufig auch Kriegsteilnehmer, die sich »draußen« oder im Lazarett mit Büchern angefreundet hatten. Es ist nicht nur eine Sage, daß es Leute gibt, die sich das Geld für ein Buch buchstäblich am Munde absparen und ein paar Mittagessen schwänzen, um ins Theater gehen zu können. Leider sind es viel zu wenige, die an sich selber erfahren haben, daß der Mensch nicht »vom Brot allein« lebt. Sport, Film und Radio sind noch immer Feinde des Buches und werden es bleiben, solange wir Buchhändler nicht Wege finden, wenigstens die beiden letzteren in verstärktem Maße in den Dienst der Buchwerbung zu stellen.

Der literarisch uninteressierte Mensch unserer Zeit ist sehr häufig das Resultat des Überfüttertseins mit Pflichtlesestoff, des langjährigen Zwangs, täglich mindestens eine Zeitung zu lesen, wenn man einigermaßen im Bilde sein wollte — vom Studium der notwendigen Fachliteratur ganz abgesehen. Zur Erholung gönnte man sich beim Mittagstisch, auf der Fahrt zur Arbeitsstätte oder beim Friseur einen Blick in die Illustrierte und begnügte sich kindlich mit dem Besehen der Bilder. Zum richtigen Lesen fehlten Ausdauer und Verständnis. Diese bücherfremden Elemente zu bekehren, muß unser Ziel sein, und darin liegt eine mindestens ebenso schöne und dankbare Aufgabe, wie sie sich uns in jener anderen bietet, einem literarisch wohlherzogenen Publikum neuentdeckte Sterne am Dichterkimmel näherzubringen.

Es ist verständlich, daß jeder Bücherkunde die Buchhandlung aufsucht, deren Atmosphäre ihm zusagt, in der er sich wohl und heimisch fühlt; nicht nur was die ihm gemäße Lektüre anbetrifft, sondern diese »Atmosphäre« wird zu einem nicht geringen Teil schon von der äußeren Aufmachung des Ladens und der inneren Haltung von Chef und Personal hervorgerufen. Demnach ist es einem in literarischen Dingen unsicheren und vielleicht auch im Verkehr mit fremden unbeholfenen Menschen nicht zu verargen, wenn er einen schönen Bogen um eine große Stadtbuchhandlung schlägt, in der er in seiner Unsicherheit glaubt, schief angesehen oder vom jüngsten Stiefnachschichtig lächelnd belehrt zu werden. Wenn der Berg nicht zum Propheten kommen will, muß eben der Prophet zum Berge gehen. Also: Volksbüchertuben!

Die Volksbüchertube hat sich vor allem dem Bedürfnis ihres Kundenkreises anzupassen, und ich möchte hier gleich von

vornherein scharf trennen zwischen Stadt- und Landbevölkerung. Im Industriegebiet wird es sich von selbst ergeben, daß sich die Büchertube im Vorort ansiedelt, mitten in dem zuwerbenden Kundenkreis, und schon durch ihr sachlich Äußeres sich zur Volksbüchertube stempelt, sodaß man sich auch getraut, mit schwarzem Gesicht und im blauen Arbeitskittel dort einzutreten. Es wird sich nicht umgehen lassen, daß eine solche Volksbüchertube auch Papier- und Schreibwaren führt, wie sie zum Haus- und Schulgebrauch benötigt werden. Einerseits kann man auf diese Weise leicht und unauffällig den zu umwerbenden Kundenkreis in den Laden ziehen, und andererseits wird sich eine »reine« Buchhandlung, auch wenn sie Zeitschriften und Tageszeitungen führt, in solchem Kundenkreis finanziell nicht halten können. (Leider ist diese Idee nicht von mir, sondern wurde schon von Herrn Adolf Spemann im Börsenblatt vom 25. Juli d. J. vertreten.) Die zu führende Lektüre muß sich ebenso dem Bedürfnis wie dem Geldbeutel der Kunden anpassen. Die »schöne Literatur« wird sich im wesentlichen auf volkstümliche Romane, geschichtliche Erzählungen und gute, populäre Erd- und Reisebeschreibungen beschränken. Daß hier die in letzter Zeit so viel geschmähten »Volksausgaben« vollkommen am Platz sind und einen überaus wichtigen Faktor bilden, muß jedem einleuchten. Selbstverständlich muß die gesamte nationale und politische Literatur einschließlich der Arbeitsdienst- und Siedlungsbewegung vertreten sein. Einige belehrende volkstümliche Fachliteratur, Bücher über religiöse und weltanschauliche Fragen, Kindererziehung, Hauswirtschaft, Gartenbau und Kleintierhaltung, Gesundheitspflege, Volksmedizin, Sport und eine sorgfältige Auswahl von Jugendschriften ergänzen sich zu einem festen Ring, der die Bedürfnisse eines Menschen des 20. Jahrhunderts umschließt. Sammlungen wie Reclams Universalbibliothek, Paffis, Deutsche Bibliothek, Lehrmeister-Bücherei, Miniaturbibliothek, Spiel und Arbeit oder »Wie baue ich mir selbst?« und ähnliche bilden einen Grundstock des Lagers. Ebenso ist hier eine Gelegenheit geboten, mit modernem Antiquariat dem Warenhausbuchhandel ein Bein zu stellen und ihm einen nicht unbedeutenden Teil seiner Kunden zu entziehen. Illustrierte Zeitungen und bescheidene Modenzeitschriften für die Hauschneiderei gehören mit zu den Brotartikeln. Ein gemüthlicher Leseraum müßte mit dem Verkaufsort der Büchertube verbunden sein, in dem man sich mit dem beabsichtigten Kaufobjekt vertraut machen kann, denn Leute, denen das Geld nicht lose in der Tasche sitzt, entschließen sich oft schwer und am besten unbeobachtet zu einem Kauf. Die Besorgnis, dadurch Büchermardern eine Chance zu geben, ist hier meist ebenso unnötig, wie sie im umgekehrten Verhältnis in Buchhandlungen mit »besserer« Kundschaft außer Acht gelassen wird.

Der leitende Buchhändler müßte in erster Linie als wohlmeinender Berater und erst in zweiter Linie als Verkäufer in Erscheinung treten. Er müßte irgendwie, sei es durch seine Herkunft oder seinen beruflichen und menschlichen Werdegang für das Vertrauen seiner Kunden vorbestimmt sein und so ihre Scheu vor dem Buchladen mildern. Um vor allem ihr Interesse am Buch zu wecken, wird er neben der mündlichen Empfehlung hauptsächlich seine Schaukasten und etwa ausgehängte Plakate sprechen lassen. Es ist selbstverständlich, daß er seine Fenster ansprechend gestaltet — auch einfache Gemüter haben einen unbewußten Sinn für Aufbau und farbliche Wirkung — und häufig in den Themen wechselt, um einen Anziehungspunkt für die Vorübergehenden zu schaffen. Da bei der Werbung in diesem besonderen Fall der Versand von Ansichtsendungen und vielfach auch der Prospektversand ganz natürlich wegfällt, muß eine andere Möglichkeit geschaffen werden, das reine Interesse in die so brotnötige Kauflust zu verwandeln. Vielleicht müßte er kleine Vortragsabende im Leseraum seines Geschäfts abhalten, bei denen er natürlich selbst als Vortragender fungiert. Es ließe sich dabei etwa über aktuelle Tagesfragen sprechen, über eine