

den; die Sonderseite einer Zeitung oder Zeitschrift muß schon recht früh vor dem eigentlichen Termin zusammengestellt und abgeschlossen werden. Sie muß dafür sorgen, daß

- a) Aufsätze und Notizen erscheinen, die sich mit dem Dichter, seinen Werken, seinem Lebenslauf und seinem Freundeskreis beschäftigen.
- b) Ferner können einzelne Gedichte und Stellen aus seinen Erzählungen sowie aus seinen Briefen und zeitgenössische Urteile über ihn veröffentlicht werden.
- c) Mindestens einmal sollten wenigstens einige Zeitungen Gelegenheit nehmen, eine kurze bibliographische Notiz zu veröffentlichen, in der die wichtigsten Bücher aufgezählt sind, die Werke des Dichters enthalten oder sich mit seiner Person beschäftigen. Diese Notiz wird am besten von einem erfahrenen Buchhändler zusammengestellt und den Zeitungen mit der Bitte um Veröffentlichung übergeben. — In besonders wichtigen Fällen erscheint auch ein Gemeinschafts-Insertat der Buchhandlungen und Verleger tragbar.

Es ist noch darauf hinzuweisen, daß das Sortiment gut daran tut, sich selbst mit den Schriftleitungen der örtlichen Presse in Verbindung zu setzen, denn immer noch hat »persönliche Fühlungnahme« größere Erfolge gezeitigt. Ganz wertlos aber ist, zu warten, was die Presse gerade veröffentlichen will oder wird. Die Möglichkeit persönlicher Fühlungnahme besteht in jeder Stadt. Das Sortiment sei noch einmal nachdrücklich darauf hingewiesen, diese Möglichkeit nicht ungenutzt zu lassen.

2. Der Buchhandel muß dafür Sorge tragen, daß er die wichtigsten dieser Bücher am Lager hat und im Schaufenster ausstellt. Dabei ist eine auffallende und würdige Dekoration zu wählen, etwa ein bekröntes Bild des Dichters, preussische Helme und Waffen sowie Schlachtenbilder aus der Zeit der Einigungskriege. Dazu eine kurze Inschrift: »Liliencron, der Dichter des Preußentums 1844/1934« oder dgl.
3. Wenn angängig, muß dafür gesorgt werden, daß am Gedenktage selbst oder kurz vor- oder nachher eine *Vorlesung* aus einigen seiner Werke veranstaltet wird, vielleicht verbunden mit der Würdigung anderer — älterer oder zeitgenössischer — Dichter. Gelegenheit dazu bietet sich bei einem Autor dieser Art heute genug. (Kameradschaftsabende und öffentliche Veranstaltungen der NSDAP, der SA, der SS und ähnlicher Verbände oder Veranstaltungen der an Buch und Kunst interessierten Kreise). Auch hier wieder: rechtzeitige Verständigung mit allen in Frage kommenden Kreisen. Verbindungen aufnehmen! Auch eine einzelne oder sämtliche Buchhandlungen können solche Veranstaltungen vorbereiten; dabei tritt man jedoch zweckmäßig mit einigen größeren Vereinigungen in Verbindung, um eine möglichst starke Beteiligung zu sichern.
4. Bei diesen Veranstaltungen ist dafür Sorge zu tragen, daß einige der wichtigsten Werke ausliegen und sofort verkauft werden können, namentlich die billigeren Stücke. Ferner können *Verlagsprospekte* oder ein leicht herzustellendes eigenes Verzeichnis verteilt werden. (Dieses braucht gar nicht erst kostspielig gedruckt zu werden, es genügen in den meisten Fällen vervielfältigte Blätter.) Soweit vorhanden, kann gleichzeitig die Verteilung solcher Drucksachen in Vereinen, Verbänden, Buchereien, Schulen u. dgl. erfolgen\*).
5. In Orten, an denen der Dichter sich aufgehalten hat oder mit denen er durch seine Werke irgendwie verbunden ist, können besondere *Feste* vorbereitet und Gedenktafeln oder dgl. enthüllt werden, oder es kann wenigstens in Presse-Notizen darauf hingewiesen werden.
6. Aus dem Gesagten geht hervor, daß neben den Schriftleitern der Presse geeignete *Sachkenner* rechtzeitig mobilisiert werden müssen, die es übernehmen, Aufsätze und Abhandlungen zu schreiben, aus den Werken des Dichters vorzutragen usw. (Hier wäre in gemeinschaftlicher Arbeit die Bildung eines »Mitarbeiterstabes« zu empfehlen. Jeder Sortimentler hat unter seinen Kunden geeignete Kräfte, die sich zur Arbeit in den erwähnten Fällen immer einsetzen lassen.)

\*) Für einzelne Autoren und Themenkreise hat der Einblatt-Katalog-Verlag Fr. Schledt, Leipzig N 22, bereits handliche Einblatt-Bibliographien herausgegeben, so z. B. über Hans Friedrich Blund (mit einer kurzen Auto-Biographie), über Adolf Hitler (Schriften von ihm und über ihn), über Rassenkunde — Rassenpflege usw.

### Gemeinschaftlicher Schaukasten.

Es ist selbstverständlich, daß nicht in allen Fällen dieses umfangreiche Programm abgewickelt werden kann. Meist wird es genügen, wenn die Presse rechtzeitig informiert und beliefert wird und wenn wenigstens einige Buchhandlungen dem betreffenden Schriftsteller oder Ereignis einige Tage lang einen Teil ihrer Ausstellungsräume widmen. Es kann aber auch dafür gesorgt werden, daß die Buchhändler eines Ortes an einem auffallenden Platz einen gemeinsamen Schaukasten unterhalten, in dem die Dekorationen je nach dem Gedenktage wechseln und eine Liste aller beteiligten Firmen mit genauer Anschrift ausgestellt ist. Besonders geeignet dafür sind die Warteräume öffentlicher Gebäude, vor allem Lichtspiel- und andere Theater, aber auch Rathäuser, größere Geschäfts- und Bürohäuser, die Speise- und Erholungs-Räume großer Unternehmungen, Bahnsteige u. dgl. Wenige und wirksame Hinweise sind dabei besser als ein Zuviel. Es brauchen nicht einmal alle Bücher gezeigt zu werden, sondern es ist manchmal sogar besser, wenn eine kleine Liste gemalt wird, mit einem charakterisierenden Hinweis bei jedem Werk und mit einem guten Bild als Blickfang.

Bei allen diesen Maßnahmen darf man nicht so sehr an den sofortigen Verkaufserfolg denken als vielmehr an die Dauerwirkung. Die kulturelle Sendung des Buchhandels muß dabei in den Vordergrund gestellt werden. Der Erfolg wird bestimmt nicht ausbleiben; denn im Endergebnis wird doch eben für das Buch, für die Beschäftigung mit einem bedeutenden Autor oder einem bestimmten Ideenkreis geworben und damit dem Buch und dem Lesen in der Öffentlichkeit immer wieder die Achtung verschafft, die sie verdienen.

### Führung und Gefolgschaft erforderlich.

Die Leitung solcher Werbe-Aktionen liegt am besten in den Händen eines Vertrauensmannes der örtlichen Buchhändler-Vereinigung, der dabei mit einem oder mehreren erfahrenen Fachleuten zusammenarbeiten kann, etwa mit einem Schriftleiter, einem Schul- oder Hochschullehrer, einem Schriftsteller oder dgl. Ein pensionierter Literaturlehrer oder Beamter könnte auf diesem Gebiet eine ihm sicherlich sehr willkommene ehrenamtliche Dauertätigkeit entfalten. Nach kurzer Anlaufzeit wird sich das Verfahren leicht einspielen. Es erfordert nur geringe Kosten, dafür allerdings eine gewisse Mühe-waltung und disziplinierte Zusammenarbeit.

Die Verleger werden auf Anfrage die betreffenden Werke gern kommissionsweise zur Verfügung stellen. Auch wäre es nur zu begrüßen, wenn die unmittelbar interessierten Verleger von sich aus die Initiative ergreifen und für den Vertrieb ihrer Bestände sorgen würden. Es bedarf manchmal nur eines zufälligen Anlasses, um die allgemeine Aufmerksamkeit wieder auf einen zwar berühmten, aber unbekanntem Verfasser zu lenken. Gewarnt werden muß allerdings vor Versuchen am untauglichen Objekt.

### Benutzung aktueller Anlässe.

Noch ein Wort zu den aktuellen Gelegenheiten der Buchwerbung, also denjenigen, die an ein Ereignis der Gegenwart anknüpfen: an eine Natur-Katastrophe, an wichtige politische und wirtschaftliche Vorgänge, an sportliche Ereignisse, an Tagungen und Feiern.

Diese Vorgänge erfordern *rasches Handeln*; hier muß also vornehmlich die *Privat-Initiative* des einzelnen Buchhändlers oder Verlegers einsetzen. Gerade in diesen Fällen ist es wichtig, daß wirksame, auffallende Ausstellungs-Methoden angewandt werden. Wenn ein Luftfahrer einen Höhenrekord aufgestellt hat, oder wenn Polarforscher und Himalajabergsteiger in die Heimat zurückkehren — warum nicht die Gondel des Ballons oder Teile ihrer Ausrüstung ausstellen, verbunden mit einer Auslage von Büchern über den Flugsport, über Polarforschung oder über Alpinismus? Auch Bildnisse von Männern, die im Mittelpunkt des allgemeinen Interesses stehen, werden zweifellos beachtet werden und damit für ihre Bücher werben bzw. für Bücher über ihre Tätigkeit. Japan und der Ferne Osten beschäftigen neuerdings immer wieder die Öffentlichkeit. Einige schöne Vasen, Lampen u. dgl. sind leicht zu beschaffen und werden in einer Buchhandlung bei geschickter Aufstellung mehr Aufsehen erregen als in einem Fachgeschäft. Das *Groß-Photo*, das heute schon für wenig Geld hergestellt werden kann, ist ebenfalls ein vorzüglicher Blickfang. *Blumen* sind, mit Geschmack und Zurückhaltung ausgestellt, immer schön und eine würdige Dekoration zu guten Büchern, namentlich wenn sie in Art und Farbe dem Thema und den ausgelegten Einbänden angepaßt sind. Erscheinen natürliche Blumen zu teuer oder ist die Jahreszeit ihnen nicht günstig, so wähle man künstliche. Das Vorurteil gegen diese sollte man zu überwinden trachten, da unsere heimische Industrie weltberühmt ist und als arbeits-intensives Gewerbe vielen geschickten Händen Beschäftigung gibt.