

Mai.

Der Nationalfeiertag am 1. Mai wird durch ein Schmuckfenster gefeiert, das als Thema »Deutsche Arbeit aller Stände« zeigt.

Bis jetzt hat ein Fenster immer wieder zurückgestellt werden müssen, das eigentlich an den Anfang März gehört: Es enthält Gartenbücher, dazu Kleintierzucht, Siedlung, Wohnungsbau. Mehrgruppenfenster. Werbewort: »Der Garten deiner Familie, dein unverlierbares Paradies!«

Mit dem Fenster zum Muttertag, in dem wir wesentliche und nur hochwertige Frauenbücher zeigen, kann, wo es die Rücksicht auf unsere katholischen Kunden verlangt, eine Ausstellung religiöser Marienliteratur verbunden werden. In dieses Fenster gehört, wenn in irgendeinem, ein großer Strauß frischer Frühlingsblumen.

Der Todestag Schlageters (28. Mai) ist Anlaß, den Kämpfen und Kämpfern der Nachkriegszeit, Besatzungszeit, der Separatisten- und Ruhrkämpfe ein geschichtlich-politisches Fenster zu widmen. Auch die als Roman oder Reportage gestalteten Berichte über diese Zeit können hier Platz finden. Vielleicht stellt die örtliche Parteiorganisation die frühesten Schriften der Bewegung aus ihrem Archiv zur Verfügung.

Auf Pfingsten ist sowohl in einem religiösen als auch in einem allgemeinen Fenster Rücksicht zu nehmen. Dieses wird ein Mehrgruppenfenster sein und Bildbände der Landschaft und der Naturschönheit, dazu Wanderkarten und Führer der engeren Heimat zeigen.

Während der ganzen Sommerszeit hängen wir auf einer Tafel oder in dem jetzt unbenutzten Theaterschaukasten eine Wanderkarte der Umgebung auf, die von den vielen Durchwandernden, aber auch von Einheimischen gern benutzt werden wird. Wenn die direkte Werbekraft und Werbewirkung auch nicht sehr groß sein wird, die Karte wird um so tiefer und selbstverständlicher an unsere Firma als Verkäuferin von Wanderkarten erinnern.

Die Pläne für die folgenden Monate, die hier fehlen, sind unschwer in gleicher Weise zu gestalten. Von den vielfachen Anregungen seien nur die fortlaufend von der Werbestelle im Börzenblatt veröffentlichten und die auf dem Umlegekalender der Firma Koehler & Volkmann genannt.

Unabhängig von diesen sich mehr oder weniger eng an die Jahreszeit anschließenden Ausstellungen gibt es verschiedene Gruppen von Fenstergestaltungen, die zu beliebigen Zeiten möglich sind. An erster Stelle sind es die Verlags-sonderfenster, die unter dem Titel: »Aus der Arbeit deutscher Verleger« gehen. Sie werden bei den einzelnen Sortimentern verschieden sein, doch wird schon eine mittlere Buchhandlung deren zehn bis fünfzehn veranstalten

können. Wir wählen dazu die Verlage, mit denen wir besonders eng zusammenarbeiten und von denen wir viel beziehen. Ein solches Fenster vereinigt das gesamte, uns zugängliche Werk eines Verlegers. Dieser wird uns dabei gern behilflich sein durch Bereitstellung von Werbematerial, Plakaten, größeren Bedingtsendungen und durch leihweise Überlassung einiger besonders kennzeichnender älterer Werke seines Verlages, die jetzt vielleicht längst vergriffen sind. Auch Matern, Druckstöcke, Manuskripte und andere Teile aus dem Werdegang des Buches wird er uns auf Verlangen überlassen.

Verwandt mit dieser Art sind Fenster, die eine oder mehrere der verschiedenen Sammlungen und billigen Reihen zeigen. Die Bändchen aus den umfangreicheren unter diesen Büchereien (z. B. Reclam, Insel, Göschen) müssen dabei wieder zu thematischen Gruppen zusammengefaßt werden, die durch entsprechende Schildchen gekennzeichnet werden können.

Auch die Fenster, die für ein größeres Lieferungs-werk Vorbesteller sammeln sollen, sind eine Art Verlagsfenster, die von den Verlegern unterstützt werden. Also etwa Werbefenster für Konversationslexika, für Werke wie das biographische »Die großen Deutschen«, für die wissenschaftlichen Handbücher der Akademischen Verlagsges. Athenaeon, das Mappenwerk »Deutsche Kunst« des Angelfachsen-Verlages Bremen. Für solche Fenster werden immer bereitwilligst Werbematerial und Plakate zur Verfügung gestellt werden.

Außer den Ein-Buch-Fenstern, die sich etwa für eine Neuerscheinung besonders einsetzen, sind Ein-Gruppen-Fenster möglich, die den Kunden weniger vom Inhalt als von anderer Seite her fassen, also etwa: »Das billige Buch«, »Der schöne Einband«, »2,85 RM-Bücher«, »4,80-Bücher«, »Eine halbe Stunde Nachdenken« (aktuelle Broschüren) u. ä.

Schließlich sei noch eine Reihe Mehr-Gruppen-Fenster genannt, die meist zwei oder drei verwandte Themen zusammenfassen. Solche sind: Nordische Dichtung, Germanische Kultur und Vorgeschichte, — Stammeskunde, Familiengeschichte und Rassenkunde, — Wehrlunde, Soldatentum, — Kaufmännische Bücher, Juristische Bücher für Laien und Schreibhilfen wie Duden u. ä. Nachschlagewerke, — Technische Bücher, — Fliegerei, Luftfahrt, Segelsport-Bastel-Bücher, — Die verschiedenen Fremdsprachenbücher, — Deutschtum in aller Welt, Grenz- und Auslandsdeutschtum, — Atlanten, Globen, »Kampf um den Erdräum«, — »... um die Rohstoffgebiete«, — »... die Schiffsfahrtswege« und viele andere.

Bei der großen Zahl der letztgenannten Fenster muß der Leiter des Sortiments das jeweils Nützliche aus der Fülle des Möglichen nach den örtlichen Gegebenheiten auswählen, damit das errungen und gewahrt werde, was Vorbedingung und auch wieder Ziel der Werbung überhaupt ist: Fühlung mit dem Käufer.

Das Buchdrama als Synthese von Drama und Theater

Sehr geehrter Herr Professor Urbach,

Sie haben an dieser Stelle*) einen Vorstoß für das Buchdrama, für das gedruckte Drama unternommen, der nicht nur begrüßenswert ist, in dessen Verwirklichung vielmehr alle, die ehrlich an der Neuordnung des dramatischen Schaffens mitarbeiten, eine Notwendigkeit sehen. Präsident Dr. Schlösser hat in einem grundsätzlichen Aufsatz die Forderung aufgestellt, daß man sehr wohl auch Dramen lesen kann, ja nicht bloß lesen kann, sondern sollte. Und ich selbst habe vor kurzem am Rundfunk Dramen besprochen und die Notwendigkeit, Dramen zu lesen, in der Formel »Nicht Lesedramen — Dramen lesen!« zum Ausdruck gebracht. Und es wird Freude bei allen Verschwoerenen für die dramatische Dichtung herrschen, wenn immer wieder neue Stimmen laut werden, die für die Drucklegung der wertvollen Ergebnisse des zeitgenössischen dramatischen Schaffens eintreten.

Aber diese Freude hinaus aber fühle ich mich verpflichtet, auf einzelne Teile Ihres Aufsatzes doch näher einzugehen. Vielleicht ist Ihnen die Formulierung von den »ästhetischen Erwägungen« unbekannt unterlaufen, doch möchte ich Sie darauf hinweisen, daß gerade

»ästhetische Erwägungen« den Tenor Ihres Aufsatzes ausmachen, der zu einer Entfremdung, ja sogar zu der irrigen Vorstellung einer unüberbrücklichen Gegenätzlichkeit von Drama und Theater aufruft.

Bevor ich auf Ihre Darlegungen näher eingehe, möchte ich gerne noch auf den »ästhetischen« Berechtigungsnachweis, den das Lesedrama seit etwa der Mitte des vorigen Jahrhunderts erhob, eingehen. Wenn Sie in den Fächern der dramatischen Literatur eines Antiquars herumspazieren, dann werden Sie finden, daß von der obengenannten Zeit bis zum Ausbruch des Krieges eine Hochflut von Drucklegungen dramatischer Werke (nicht auf Selbstkosten, sondern von Verlegern!) stattgefunden hat. Es müßte daher diese Zeit Ihren Ausführungen nach eine Blütezeit der dramatischen Dichtung gewesen sein. Haben Sie aber die Geduld (und es gehört wirklich Geduld dazu!), etwa ein Duzend dieser »Buchdramen« durchzulesen, dann werden Sie mir zugeben müssen, daß allein der eigenbewußte »ästhetische« Standpunkt der Verfasser (oder noch schlimmer der Verfasserinnen) die Drucklegung solcher Produkte rechtfertigt. Allerdings, ausgeführt wurden diese Werke niemals, darin ist Ihr Angriff gegen das Theater berechtigt. Aber ich bin der Anschauung (und stehe mit dieser Anschauung wohl nicht allein), daß dieses Nichtausgeführtwerden nur zum Segen des Theaters und damit auch der dramati-

*) Siehe Börzenblatt Nr. 120.