

## Eine Frage des Deutschen Jungbuchhandels

### Dichter der skandinavischen Länder, Kameraden des nordischen Buchhandels!

Wenn heute ein Schrei der Empörung über Deutschland geht und in jedem sauberen Herzen Echo findet, dann ist es kein Wunder, daß wir Männer des deutschen Jungbuchhandels fast jeden Augenblick und auf jedem Schritt von unseren jungen und alten Kameraden gefragt werden, wie die Entscheidung über den Friedens-Nobelpreis möglich war, was hinter der Bolschewisierung der Interessen dieses Nobel durch die Vertretung eines nordischen Staates steckt. Wir haben es uns im deutschen Buchhandel stets zu einer besonders ehrenden Aufgabe gemacht, gerade Ihr Schrifttum und das Schrifttum Ihrer Länder zu pflegen, ihm bei uns in Deutschland Leser und eine Gemeinde zu finden, und durch diese Arbeit dem Frieden wahrhaft zu dienen. Bis zu diesem Tage haben die Werke nordischer Verfasser bei uns eine große Verbreitung gefunden. Wir haben durch sie Ihr Land, seine Menschen und seine Welt kennen und schätzen gelernt. Wir haben uns im Geiste mit der Geschichte des europäischen Nordens verbrüderet. Unsere deutschen Autoren, für die wir uns einsetzen, haben sich vielfach die großen Vertreter nordischen Schrifttums zum Vorbild genommen.

Die Entscheidung im Storting zu Oslo ist ein Faustschlag in das Gesicht unserer Bestrebungen und muß den geraden und offenen Willen unserer Jugend verwirren. Diese Entscheidung wird von unseren Arbeitskameraden als ein Verbrechen am Geist und gegen den Frieden empfunden. Wir werden mit Fragen bestürmt.

Ossiéky wurde Ende 1931 — also lange vor der Machtübernahme durch die nationalsozialistische Regierung — wegen Landesverrats verurteilt. Ossiéky ist ein Landesverräter und ein Feind des Friedens und des Geistes. Wir wissen, daß sich der Stifter der Nobelpreise nicht mehr wehren kann und jeder Schändung ausgeliefert ist.

Uns deutschen Jungbuchhändlern zwingt die Entscheidung des Stortings in Oslo die Frage auf: Wie stehen die beruflichen Vertreter des wahren Geistes der nordischen Länder, wie stehen die Dichter, für deren Werke wir uns täglich einsetzen?

Niemals könnten wir uns ihrer Werke fernertin annehmen, wenn sie nicht genau so wie wir erkennen, daß diese Entscheidung eine Schande für alle Kulturnationen der Welt ist und sie mit uns verdammen. Wir fragen sie, die skandinavischen Dichter und Buchhändler und erwarten eine Antwort.

Am 25. November 1936

Eberhard Albert / Karl Heinrich Bischoff / Gerhard Schönfelder / Karl Thulke / Hans Ferdinand Schulz  
 Uecker / Ziehe / Röltner / Rudolf Stoffregen / Oskar Schumann / Hans Köster / Harden-Rauch

**Sehr  
wichtig!**

### Erfolgreiche Weihnachtswerbung des Buchhändlers

Während der »Woche des Deutschen Buches« sind Millionen deutscher Volksgenossen durch die Verteilung der Auswahlverzeichnisse, durch Tausende von Veranstaltungen, Dichterlesungen, durch Presse und Rundfunk an das deutsche Buch herangeführt worden. Eine wesentliche Voraussetzung für eine Steigerung des wirtschaftlichen Erfolges dieser größten bisher durchgeführten Werbeaktion ist, daß der mit ihr gegebene Anstoß gerade in der Zeit vor Weihnachten nicht verebbt, sondern daß durch die nunmehr intensiv einsetzende Werbung die in weiten Kreisen geschaffene Aufnahmebereitschaft zur tatsächlichen Aufnahme, d. h. zum Verkaufserfolg gesteigert wird.

Die zur »Woche des Deutschen Buches 1936« herausgegebenen Auswahlverzeichnisse stellen hierbei ein ausgezeichnetes Werbemittel dar. Trotz der hohen bereits verteilten Auflage ist natürlich noch nicht jeder Interessent in den Besitz einer Werbeliste gelangt. Die Vier-Millionenaufgabe des Auswahlverzeichnisses »Der Arbeiter und das Buch« kann beispielsweise gar nicht ausgereicht haben, alle schaffenden deutschen Menschen zu erfassen. Dies zeigen am allerdeutlichsten der Reichsarbeitsgemeinschaft für Deutsche Buchwerbung immer wieder zugehende Berichte, nach denen in den Betrieben und bei den Dienststellen der Deutschen Arbeitsfront eine unvermindert starke Nachfrage nach diesem Auswahlverzeichnis besteht.

Jeder einzelne Sortimentsbuchhändler wird also gut tun, sich mit den in seiner Nähe befindlichen oder zu seinem Kundenkreis gehörenden Betrieben in Verbindung zu setzen und wird so zweifellos Gelegenheit erhalten, die Auswahlverzeichnisse als wirksames Mittel seiner eigenen Werbung (Firmenstempel) noch weiterhin zur Verteilung zu bringen. Die Tatsache dieses Bedarfs ist eine besondere Gelegenheit zu erfolgreicher Außenarbeit. Das gleiche gilt für Berufs-, Werk-, Fach-, Volks- und Höhere Schulen, die bereit und in der Lage sind, gerade jetzt in der Zeit vor Weihnachten Träger einer fortwirkenden Werbung für das deutsche Buch zu sein, sofern ihnen nur vom Buchhandel durch Lieferung der Auswahlverzeichnisse hierzu die Möglichkeit geboten wird. Ebenso steht es hinsichtlich der übrigen Auswahlverzeichnisse für die an ihrer Verbreitung interessierten Organi-

sationen, also für die SA., SS., die NS.-Frauensschaft, die Hitler-Jugend, den Reichsnährstand und den Reichsbund der Deutschen Beamten. Die Feststellung, ob bei der örtlichen Dienststelle einer dieser Organisationen noch Bedarf an Auswahlverzeichnissen besteht — und das wird fast überall der Fall sein — wird sich für den örtlichen Buchhandel auf jeden Fall lohnen.

Die Überzeugung, daß die Auswahlverzeichnisse das bisher wertvollste Werbemittel für das deutsche Schrifttum darstellen, muß auch dazu führen, jedem Interessenten und Kunden die für ihn geeignete Liste im Laden auszuhandigen. Je mehr Auswahlverzeichnisse verbreitet werden können, desto stärker wird ihre Wirkung auf lange Sicht und damit auch der wirtschaftliche Erfolg sein.

Was hier von den Werbelisten gesagt wurde, gilt in dem gleichen Maße für die weitere Ausgabe der Lesenzeichen mit Prämienchein, die bekanntlich ebenfalls bis zum 15. Dezember 1936 ausgeliefert werden. Sie sind ein ausgezeichnetes Mittel, Kunden und Interessenten in der Vorweihnachtszeit eine Freude zu machen und sie auf diese Weise an eine bestimmte Buchhandlung — ihre Buchhandlung — denken zu lassen. Die Lesenzeichen sollen also ebenso an jeden Kunden und Interessenten im Laden abgegeben werden. Jeder Werbeliste, die vom einzelnen Buchhändler in- und außerhalb der Buchhandlung ausgegeben wird, soll auf alle Fälle das Lesenzeichen beigelegt werden.

Es muß immer wieder darauf hingewiesen werden, daß der Buchhandel gut daran tut, die ihm für seine Eigenwerbung zur Verfügung stehenden und gestellten Werbemittel der öffentlichen Buchwerbung zu benutzen, da für diese durch die vorangegangene Werbeaktion das Interesse der breitesten Öffentlichkeit gesichert worden ist. Die Eigenwerbung, die sich ihrer bedient, kann also die gesamte große Wirkung der öffentlichen Buchwerbung für sich nutzen; und nur bei Verwendung der auf so außerordentliche Weise populär gemachten Werbemittel für die Eigenwerbung des Buchhandels kann der große Anstoß in der gleichen Richtung fortwirken. Also: jedem Interessenten in- und außerhalb der Buchhandlung eine Werbeliste mit Prämienchein!

v. R.