

# Die Pflicht jedes Einzelnen: Leistungssteigerung

## Die fachbuchwerbung im Frühjahr 1937

Die Bestrebungen der Reichsarbeitsgemeinschaft für Deutsche Buchwerbung und damit auch der Einsatz aller mit ihr in Verbindung stehenden Organisationen und Dienststellen galten immer dem bewußten und organischen Einsatz aller Kräfte, die geeignet sind, dem deutschen Buch seinen Platz im deutschen Volk zu erringen. Schon die Durchführung der Woche des Deutschen Buches 1936 hat allen daran Beteiligten und darüber hinaus durch die Werbung dem ganzen Volk gezeigt, daß diese großen Buchwerbeaktionen, wie sie nunmehr seit drei Jahren in Deutschland durchgeführt werden, zuerst und vor allem eine kulturpolitische Aufgabe haben. Der alljährlichen Fachbuchwerbung, die erstmals im Frühjahr 1936 durchgeführt wurde, kommt in diesem Rahmen eine ganz besondere Bedeutung zu, weil zu ihrer kulturellen Aufgabe noch eine wirtschaftliche kommt, nämlich die Aktivierung aller Kräfte zur Leistungssteigerung im gesamten Arbeiten des Volkes. Wir wissen, daß diese Aktivierung und die Steigerung der Leistung jedes einzelnen nicht zuletzt erreicht werden kann durch den Einsatz der für alle deutschen Berufsgruppen geschaffenen Fachbücher, die, aus praktischer Arbeit entstanden, die theoretischen Kenntnisse jeden deutschen Arbeiters vermehren, damit aber die Einsatzmöglichkeiten vergrößern und so wieder die Steigerung der praktischen Leistung ermöglichen sollen. Der Fachbuchwerbung des Frühjahr 1937 fällt so eine spezielle Aufgabe zu, weil sie,

für das Buch und das Schrifttum zu wecken und das Buch damit sichtbar vor aller Öffentlichkeit aus seiner bisherigen angeblichen Bindung an bestimmte Personenkreise zu lösen, um zu zeigen, daß beide eine Sache des Volkes seien. Der damalige Appell konnte nur ein allgemeiner sein, wie er in den Parolen »Mit dem Buch ins Volk« und »Haltet zum deutschen Buch« zum Ausdruck kam. Die erste Woche des Buches zeigte, daß in weitesten Kreisen des Volkes tatsächlich Bedürfnis nach dem guten Buch bestand. Meist war es die Unmöglichkeit, aus der Unzahl der Erscheinungen das Rechte zu finden, die Hunderttausende von Volksgenossen abhielt, zu wirklichen Freunden des Buches zu werden. Dieser ersten allgemeinen Aktion mußte, nachdem ihre Ergebnisse feststanden, logischerweise ein Appell folgen, dessen Grundgedanke die Begrenzung war, also die Werbung für ganz bestimmte Schrifttumsgruppen. Die Begrenzung hinwiederum bot die Möglichkeit, die öffentliche Buchwerbung zu vertiefen und damit dem einzelnen praktische Anleitung zu geben.

### Fachbuchwerbung und ihre Ziele:

Die Voraussetzung einer solchen Arbeit war die Sichtung des vorhandenen Fachbuchbestandes, der bis dahin abseits vom anderen Schrifttum ein Eigen-dasein geführt hatte und — sehr zu Unrecht — unberührt geblie-

# Arbeitsplan zur Fachbuchwer

und das ist selbstverständlich, im Zeichen des Vierjahresplanes der deutschen Wirtschaft steht. Die Planung aber verlangt um des Zieles willen den uneingeschränkten Einsatz aller an der Durchführung beteiligten Mitarbeiter.

Der Unterrichtung dieser Mitarbeiter über den jetzt feststehenden Plan zur Durchführung der Fachbuchwerbung galt eine Arbeitssitzung, die Mitte Dezember 1936 auf Einladung der Reichsarbeitsgemeinschaft für Deutsche Buchwerbung in Berlin im Propagandaministerium durchgeführt wurde. Die starke Beteiligung an dieser Sitzung mag ein äußeres Zeichen dafür sein, welche Bedeutung überall der zweiten großen Werbeaktion für das Fachbuch entgegengebracht wird. Die Sitzung fand statt unter dem Vorsitz des Leiters der Reichsarbeitsgemeinschaft, Ministerialrat Dr. Heinz Wismann, Leiter der Abteilung VIII im Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda. Dr. Wismann begrüßte die Anwesenden und betonte, daß die im Frühjahr zur Durchführung gelangende Aktion beweisen möge, wie ernst die Ankündigung, daß die Fachbuchwerbung in jedem Frühjahr stattfinden sollte, zu nehmen gewesen sei. Sie würde mit der gleichen Intensität betrieben wie die Werbung in der Buchwoche. In seinem Auftrag sprach dann der Geschäftsführer der Reichsarbeitsgemeinschaft, N. A. Reinhart, der gleichzeitig die Grundgedanken des neuen Arbeitsplanes darlegte und die Durchführung der Fachbuchwerbung in seinen Ausführungen umriß.

### Ein Rückblick:

In seinem Referat führte N. A. Reinhart u. a. folgendes aus: Die Durchführung und Organisation der Buchwoche 1934 war die erste Aktion und damit gleichzeitig der Beginn einer umfassenden und grundsätzlich neuen Werbung für das deutsche Schrifttum, die unterdessen als »öffentliche Buchwerbung« zu einem feststehenden Begriff nicht nur für uns, sondern darüber hinaus auch für große Teile des Auslands geworden ist. Im Jahre 1934 galt es zunächst in breitesten Volkskreisen neues Interesse

ben war vom geistigen Umbruch. So erschienen innerhalb einer sehr kurzen Frist die ersten Fachbuchlisten, die die Grundlage bilden sollten für die Schenkungsaktion und die deshalb bei ihren einzelnen Titeln an eine gewisse Preisgrenze gebunden waren, die es gelegentlich nicht erlaubte, wichtige Bücher außerhalb dieser Grenze einzusetzen. Trotzdem konnten die Listen so zusammengestellt werden, daß sie die Durchführung der Werbung möglich machten. Als Ergebnis der Werbung des Jahres 1936 konnte festgestellt werden, daß der Gedanke, Fachbuch und Fachleistung seien zwei untrennbare Begriffe, das größte Echo gefunden hatte und in weiteste Kreise des arbeitenden Volkes getragen wurde.

### Nutzenwendungen:

Selbstverständlich wurde nicht unterlassen, nach Abschluß der Fachbuchwerbung an der Vervollkommnung der Fachbuchlisten weiterzuarbeiten. So wurde sofort nach der Beendigung die »Beratungsstelle für Fachverleger in der Reichsschrifttumskammer« gegründet, die seither eine systematische Ordnung und die Gliederung des gesamten deutschen Fachschrifttums und seine restlose Erfassung durchgeführt hat. So wurde auch die Herausgabe neuer Fachbücher in nutzbringende Bahnen gelenkt und neue Betätigungsmöglichkeiten wurden geschaffen. Wichtig für die Arbeit der Beratungsstelle sind die Anregungen aller zuständigen Dienststellen der Bewegung und der deutschen Wirtschaft, denn es gilt »ein vom fachlichen und weltanschaulichen Standpunkt gleich wertvolles Fachschrifttum organisch entstehen zu lassen«.

### Die Fachbuchwerbung 1937 . . .:

In der Zeit vom Frühjahr 1936 bis heute wurde kein Mittel unversucht gelassen, die breitesten Grundlagen zu schaffen für die Durchführung der Fachbuchwerbung im Frühjahr 1937. Als eine ihrer wichtigsten Voraussetzungen muß unbedingt die Arbeit der Beratungsstelle genannt werden. Nachdem nun weiterhin durch die im Sommer 1936 durchgeführte Werbung für das Sport-