

mit neuen Schulbüchern. Die Verdienstspanne ist größer. Zum Teil ist das berechtigt, weil das Risiko im Einzelfall größer ist. Zum weitaus größeren Teil aber kommt das daher, weil billig eingekauft wird.

Man könnte man dem Buchhändler den größeren Verdienst ruhig gönnen; denn das Geschäft mit Schulbüchern ist, wie man sagt, ein »Saison«-Geschäft; und es ist außerdem nicht zu befürchten, daß es durch solchen Verdienst plötzlich viele reiche Buchhändler geben wird. Aber hier handelt es sich nicht um eine händlerische Frage, sondern darum, daß ein altes Schulbuch deshalb gekauft werden soll, weil es angeblich viel billiger sei.

Billig ist das Schulbuch dann, wenn es in bezug auf den Käufer alle finanziellen Vorteile hat, die das neue Buch nicht hat und denen als Nachteil nur die Tatsache entgegensteht, daß das Buch von einem andern gebraucht worden ist.

Diese Billigkeit hat das alte Schulbuch nicht. Es gibt keine Vorschrift, wie teuer ein gebrauchtes Schulbuch sein muß oder darf. Es gibt händlerische Regeln, die sich nach dem Angebot und der Nachfrage richten. Es gibt vor allem nicht ein Mitgefühl mit Volksgenossen, die ein neues Buch nicht kaufen können. Wer Ihnen damit kommt, redet Ihnen vielleicht zum Munde; aber an dem Sachverhalt redet er vorbei.

Wenn also dem Käufer der Hauptnutzen nicht zukommt, was bleibt da noch für eine Veranlassung, ein altes Schulbuch zu kaufen? *Keine*. Aber nun ist es an der Zeit, die Nachteile aufzuzählen, die mit einem planlosen und unüberlegten Kauf von alten Schulbüchern verbunden sind.

Wir leben in einer Übergangszeit hinsichtlich aller Angelegenheiten, die mit der Erziehung der Jugend auf der Schule verknüpft sind. Auch die Lehrmittel sind, von wenigen Ausnahmen abgesehen, noch nicht in ihre endgültige Form gebracht worden. Soweit die Schulbücher durch neue Auflagen auf einen Stand gebracht worden sind, die dem entsprechen, was die Unterrichtsbehörden verlangen, sind eben nur diese Auflagen gültig. Ich stehe auf dem Standpunkt, daß der Buchhändler hier so etwas wie ein Treuhänder ist und eine berufliche Pflicht gröblich verletzen würde, wenn er trotz seines Wissens von der neuen Fassung des Schulbuches ein altes Schulbuch verlaufen würde. Ganz gleichgültig, ob er es anbietet oder ob es von ihm verlangt wird. Die Entscheidung darüber, ob ein altes Buch zu verwenden ist, steht allein den Unterrichtsbehörden, den Schulen zu. Ein großer Teil unserer Königsberger Schulen trifft solche Entscheidungen auf eine ebenso praktische wie soziale Art: durch die Hilfsbücherei.

Auch aus anderen Gründen entspricht der Handel mit alten Schulbüchern nicht dem, was unser moderner Staat als unumstößliche Grundätze auf anderen Gebieten verankert hat.

Der Handel mit alten Schulbüchern ist unhygienisch. Es ist ein Unsinn, Kinder zu Hause zu pflegen, sie sauber und gesund zu halten und ihnen dann ein Buch in die Hand zu geben, dessen Herkunft unbekannt ist. Der Buchhändler kann nicht beurteilen, aus welcher Umgebung das angekaufte Buch kommt. Aber soviel läßt sich sagen: ein Kind geht viel intensiver mit einem Buch um als ein Erwachsener; jedes alte Schulbuch wird also Spuren dieses Umgangs tragen und wird auf solche Weise nicht dazu beitragen, die hygienischen Bestrebungen zu fördern.

Es ist auch psychologisch nicht unbedenklich, Kindern, besonders dann, wenn sie empfindlich sind, gebrauchte Schulbücher zu geben. Kinder lernen mitunter erst dann gut, wenn ihnen das, was sie lernen sollen, aus dem Neuen, Ungebrauchten, entgegentritt. Sie lieben es auch mehr, als wenn ihnen aus jeder gebrauchten oder gar angeschmutzten Buchseite die Gewißheit entgegentritt: hier ist schon ein anderer vor mir gewesen. Die Freude am eigenen Entdecken und Behalten ist nicht da.

Ich möchte aber noch aus einem anderen Grunde für das neue Schulbuch sprechen.

Sie wissen, daß dem deutschen Buch heute viel Aufmerksamkeit des Verstandes und des Herzens gewidmet wird. Auch das Schulbuch ist ein Buch. Wenn man sich's auch nicht immer in den Bücherschrank stellt. Die Mißachtung des Schulbuchs in seinem ideellen und materiellen Wert bedeutet die Mißachtung von unerschätzbaren Leistungen deutscher Lehrer. Die Verfasser von Schulbüchern sind meist Lehrer und sind oft die glänzendsten Schriftsteller. Und sie sind als Verfasser von Schulbüchern die bescheidensten Autoren gegenüber der Öffentlichkeit. Oder wissen Sie viel von denen, die die Bibel geschrieben, ein Rechenbuch zusammengerechnet oder ein englisches Lehrbuch verfaßt haben? Wenn Ihr Kind zu anderen Büchern, zu den Schriftstellern und Dichtern, in ein gutes Verhältnis kommen soll, dann fangen Sie bei den Schulbüchern an. Sorgen Sie dafür, daß das Kind Ehrfurcht und Achtung auch hier vor den geistigen Gütern der Nation hat.

Ich weiß, daß das Verlangen nach dem gebrauchten Schulbuch trotzdem im Einzelfall seine Berechtigung haben wird, bis vielleicht einmal ganz andere Regelungen getroffen werden. Ich weiß auch, daß ich nicht alle Argumente gebraucht habe, um Sie zu überzeugen, daß dem neuen Schulbuch der Vorzug zu geben ist. Aber ich würde zufrieden sein, wenn ich Ihnen soviel Anregung gegeben hätte, daß Sie sich selbst Gedanken machen und vielleicht nicht mehr so oft fragen: »Muß das sein?«

Das Weihnachtsgeschäft 1936

III (I und II s. Nr. 46 und 50).

Die Werbung: Schaufenster — Weihnachtskataloge — Anzeigen — Besprechungen — Buchwoche

Das Hauptwerbemittel des Sortimenters ist — das gute *Schauenster*. So oder ähnlich wurde auf unsere achte und letzte Frage über das Weihnachtsgeschäft: »Wie haben sich die verschiedenen Werbemittel ausgewirkt?« immer wieder geantwortet. Ohne Unterschied, ob es sich um Klein-, Mittel- oder Großstadt-Buchhandlungen handelt, von allen wird die Wirkung des guten und häufig wechselnden Schaufensters hoch angeschlagen. Als der beste Verkäufer, der beste Werber, die beste Empfehlung wird es bezeichnet. Es muß aber, auch das wird häufig betont, sorgfältig gestaltet sein, denn wahllos nebeneinandergestellte Büchermengen werden kaum irgendeine Wirkung ausüben, erst recht nicht auf diejenigen Käufer, die von einer schönen Auslage angezogen sein wollen. Der Wert einer zweckmäßigen Beleuchtung wird öfters hervorgehoben, auch auf den Werbewert der Nachtbeleuchtung wird hingewiesen, wobei auf die Vorzugstarife für Strom aufmerksam gemacht wird.

Fast ebenso einmütig lauten die Stimmen über den Erfolg der *Weihnachtskataloge*. Den Urteilen: wirksam, günstig, lohnend, sehr bewährt, erfolgreich, deutlich spürbar, sehr sichtbar, gut, stehen nur vereinzelt einige andere gegenüber, die den Erfolg des versandten Weihnachtskataloges als mäßig bezeichnen. Wohl mit

Recht macht ein Sortimenter geltend, daß ein größerer Weihnachtskatalog gern aufbewahrt und auch bei späteren Gelegenheiten zu Rate gezogen wird. »Die Weihnachtskataloge sind unentbehrlich«, schreibt ein anderer Sortimenter, »sie werden von einem großen Teil der Kunden abgewartet, ehe sie kaufen« — oder noch ein anderer: »Wir versenden alle Jahre Ende November einen Bücherkatalog, der sehr beliebt ist und eifrig studiert wird. Bei der Stammkundschaft gibt er sozusagen den Auftakt zum Weihnachtsgeschäft«. Einige Male werden die Vorzüge des eigenen Weihnachtskataloges hervorgehoben, der sich selbst bei hohen Gestehungskosten — dabei handelt es sich um Großstadtfirmen — lohnte. Der wesentlichste Vorteil mag wohl darin bestehen, daß die angezeigten Werke auch sämtlich vorrätig gehalten werden können. Ein Mittel, wie der Vergeudung von Katalogmaterial vorgebeugt werden kann, scheint noch nicht gefunden zu sein, oder es bewährt sich nicht, denn dort, wo früher die Versendung gemeinsam vorgenommen wurde, ist man wieder davon abgekommen.

Firmen, die sich mit der bloßen Übersendung eines Weihnachtskataloges nicht begnügten, sondern persönlich gehaltene *Werbebriefe* bzw. Begleitschreiben beilegte, können von guten Erfolgen