

Buchhändlerische Wochenendtreffen im Spätjahr

Von R. S. Bischoff, Referent in der Reichsschrifttumskammer

Gelegentlich der Planung der berufskundlichen Arbeitswochen, die der steigenden Einsatzfähigkeit und der inneren Ausarbeitung unseres Berufes dienen, wurde darauf hingewiesen, daß in den Gesamtrahmen dieser Arbeit in erster Linie auch die Wochenendtreffen gehören, wie sie in den letzten Jahren an verschiedenen Orten vor Eintritt der »Weihnachtsaison« abgehalten wurden. Diese Wochenendtreffen, die sich meist von einem kameradschaftlichen Abend am Sonnabend bis zu einer der Abfahrtszeiten am Sonntagabend erstrecken, haben also ebenfalls die besondere Förderung des Präsidenten der Reichsschrifttumskammer und des Leiters des Deutschen Buchhandels, des Vizepräsidenten Baur.

Grundsätzlich richten sich diese Treffen an den gesamten Buchhandel. Ihre Aufgabe ist es — eben soweit es sich um die Herbsttreffen handelt —, eine Vorschau auf die Herbst- und Weihnachtsercheinungen in einer büchertkundlichen Arbeitsgemeinschaft zu geben, und also daran mitzuarbeiten, daß der Buchhändler seine Führungsaufgabe in der Schrifttumsberatung immer mehr wiedergewinnt.

Wenn nun jedoch diese Wochenendtreffen, wie gesagt, sich an den gesamten buchhändlerischen Berufsstand wenden, so ist ihr Träger doch der Jungbuchhandel. Ganz bewußt soll diesem hier eine Aufgabe zugewiesen werden bzw. erhalten bleiben, die ihm in besonderer Weise entspricht und die er übrigens in vielen Fällen schon vor längerer Zeit aus eigenem Verantwortungsgefühl dem Beruf gegenüber auf sich genommen hatte. Er, der natürlicherweise auch die jungen Kräfte in der Nation besonders anspricht, soll hier ganz bewußt als Vortrupp aktiviert werden. Neu und wichtig ist jedoch, daß diese seine Veranstaltungen nicht etwa eine Veranstaltung geordnet nach einer längst überholten und von allem Anfang an sinnlosen Generationsaufteilung, sondern ganz klar eine Angelegenheit des gesamten Berufsstandes

sind. Gerade die erfahrenen Buchhändler — auch in den anderen Fachschaften als der der Angestellten — werden diese Arbeit und auch diese grundsätzlichen Festlegungen durchaus begrüßen müssen.

Im Zentrum des Wochenendtreffens steht, wie gesagt, die büchertkundliche Arbeitsgemeinschaft. Diese beschränkt sich, im Gegensatz etwa zu den büchertkundlichen Arbeitsgemeinschaften auf den Arbeitswochen, in der Hauptsache auf das neue Schrifttum. Vielsach auf das neueste Schrifttum. Hier ordnen, herausstellen, vermitteln, die Möglichkeiten der Empfehlung erarbeiten, den Inhalt klar präzisieren ist ihre Aufgabe. In vielen Fällen wird von der Leistungsschau ausgegangen, aber im großen Ganzen dann auf die Werke zugesteuert, die nun zum Herbst und zu Weihnachten neu herauskommen.

Die Planung dieser Arbeitswochen erfolgt durch den Gauobmann des Buchhandels bzw. den Gaufachschaftsberater. Es ist notwendig, daß die Planung der Wochenendtreffen durch den Präsidenten der Kammer genehmigt wird. Außerdem hat das Referat »Buchhändlerische Berufserziehung« den Auftrag, bewährte Referenten für diese »Büchertkundlichen Betrachtungen« namhaft zu machen und zu vermitteln. Neben der Büchertkunde stehen auch berufspolitische Themen auf dem Programm jedes Wochenendtreffens.

Erfreulich ist, daß in sehr vielen Fällen der ansässige Buchhandel sich bereit erklärt hat, die aus anderen Städten kommenden Teilnehmer an solchen Treffen in freie Quartiere aufzunehmen. Auf der andern Seite haben vielfach die Chefs die Reisekosten für die Mitarbeiter übernommen. Schon nach den bis jetzt vorliegenden Meldungen ist zu erwarten, daß die Wochenendtreffen eine schöne Steigerung erfahren und ein weiteres unentbehrliches und wirklich produktives Mittel zur Erhöhung der buchhändlerischen Wirksamkeit sind.

Zur Wirtschaftslage

Von Prof. Dr. G. Menz

Preisabbau — Geldbilanz der deutschen Landwirtschaft — Reineinkommen der Lohn- und Gehaltsempfänger — Lageberichte — Buchproduktion — Deutschlands Holzversorgung

Im Vordergrund des Interesses steht, wirtschaftspolitisch gesehen, zur Zeit zweifelsohne die Frage des Preisabbaues, wie sie durch die Markenartikel-Verfügung Gestalt gewonnen hat. Den Sinn dieser Frage hat am klarsten wohl Bernhard Köhler in einem Aufsatz im Berliner Tageblatt schon vor vier Wochen herausgestellt. Der Inhalt seiner Ausführungen läßt sich kurz dahin zusammenfassen: Daß wir eine Senkung unserer Preise, insbesondere die Senkung der Preise für die Konsumgüter, herbeiführen müssen, sei klar. Nur die Meinungen darüber, wie man dieses Ziel erreichen solle, seien natürlich geteilt. Die einen sagten, man müsse die großen Gewinne in der Wirtschaft wegsteuern und den Ertrag zu Preisentfaltungen verwenden. Ein solches Verfahren wäre falsch. Die Wirtschaftspolitik des Nationalsozialismus gehe nicht darauf aus, dem Einen etwas wegzunehmen, um es dem Anderen zu geben. Ihr Ziel sei vielmehr, das zu produzieren, was »dem anderen« fehle. Auf der anderen Seite sei es klar, daß man die Preise nicht unter die Selbstkosten senken könne. Man könne auch nicht erwarten, daß der Staat selbst die Gesamtheit der Preisentfaltungen besorge. Der Vorgang sei vielmehr eine Ver-

billigung der Erzeugung als eine spezifische Preisentfaltung. Das laufe darauf hinaus, daß Produktionssteigerung und Preisentfaltung Hand in Hand gehen; eine zwangsläufige Entwicklung, eingeleitet von der nationalsozialistischen Wirtschaftspolitik: Sie laufe hinaus auf eine Verteidigung und Verbesserung der Lebenshaltung. Wer Güter erzeuge oder liefere, müsse überall und jederzeit an die Senkung seiner Selbstkosten denken: Die Parole sei Rationalisierung. Technisch möge dieses Stichwort für jeden Wirtschaftenden einen verschiedenen Sinn haben. Die Hauptsache sei ein helles Bewußtsein davon, daß der Grundzug der deutschen Volkswirtschaft eindeutig, allgemein und unabänderlich auf die Leistungssteigerung und Verbilligung ausgerichtet sei. Außerst wirksam für die Durchsetzung des Verbilligungsvorganges sei die Disziplin des Verbrauchers, die Vernunft der Nachfrage, ein anderer Ausdruck für das Fremdwort Rationalisierung in der Volkswirtschaft. Daß nicht jeder Konsument alles das kaufe, was sein Bareinkommen ihm erlaube zu kaufen, geschweige denn, was ihm auf dem Kreditwege möglich gemacht werden könne, sei sehr wesentlich für die Gestaltung der Preise.