

Arbeitsplan zur Fachbuchwerbung im Frühjahr 1938

1. März bis 30. April

„Das Fachbuch — ein Weg zu Leistung und Erfolg“ ist der Leitgedanke, unter dem die Fachbuchwerbung im Frühjahr 1938 durchgeführt wird. Damit sind gleichzeitig die Aufgaben umrissen, die dem Fachschrifttum im Rahmen der Leistungssteigerung, der Berufserziehung und sachlichen Fortbildung gestellt sind. Die Fachbuchwerbung dient damit auch der Zielsetzung des Reichsberufswettkampfes, dem zweckmäßigsten Arbeitseinsatz und den Aufgaben des Vierjahresplanes der deutschen Wirtschaft. Im abgelaufenen Jahr hat der Beauftragte für den Vierjahresplan, Ministerpräsident Generaloberst Göring, die Bedeutung des Fachschrifttums für die wirtschaftliche Zielsetzung folgendermaßen gekennzeichnet:

„Unsere Zeit verlangt den kämpferischen Einsatz jedes einzelnen in unserem Volke, wo immer er steht. Einsatzbereit sein aber heißt nichts anderes, als nach der persönlichen Höchstleistung im Dienst für das Ganze streben. Das große Ziel kann nur erreicht werden, wenn alle in ihrem Beruf und an ihrer Arbeitsstelle das Beste geben, danach trachten, sich weiter in ihrem Fach zu bilden und das eigene fachliche Können zur Meisterschaft zu steigern. Fachbücher gehören darum in die Hand aller Schaffenden, denn aus ihnen gewinnt ein jeder zum Wollen das Können!“

Die große, alljährlich wiederkehrende Werbung für das deutsche Fachbuch wird im Auftrage des Herrn Reichsministers für Volksaufklärung und Propaganda in der Zeit vom 1. März bis 30. April veranstaltet.

In den Gauen arbeitet der Landesleiter der Reichschrifttumskammer im engsten Einvernehmen mit dem Leiter des Reichspropagandaamtes. Sämtliche in den Gauen mit Schrifttumsfragen beauftragten Stellen aus Bewegung, Staat und Wirtschaft stellen sich in den Dienst der Fachbuchwerbung 1938. Entsprechende Absprachen sind mit allen zuständigen zentralen Stellen getroffen worden, die ihrerseits ihre nachgeordneten Dienststellen beziehungsweise Untergliederungen über den Inhalt dieser Abmachungen unmittelbar unterrichten. Träger der Werbung an den einzelnen Orten sind die „Örtlichen Werbegemeinschaften“.

Vorbereitungen:

Für die Vorbereitung der im einzelnen zur Durchführung gelangenden Werbemaßnahmen dient die Zeit bis 28. Februar. Sie ermöglicht es den Werbegemeinschaften, das örtliche Programm sorgfältig vorzubereiten und für einen möglichst vielseitigen Einsatz aller am Schrifttum interessierten Dienststellen und Organisationen Sorge zu tragen. Bei der Zusammenstellung der örtlichen Programme soll Wert darauf gelegt werden, daß die verschiedenen Werbemaßnahmen gleichmäßig über die Zeit vom 1. März bis 30. April verteilt werden.

Kundgebung „Reichsberufswettkampf und Fachbuch“ in Leipzig am 4. Februar 1938:

Aus Anlaß einer Großkundgebung der Reichsbetriebsgemeinschaft Druck und Papier am 4. Februar in Leipzig sprachen der Leiter der Abteilung Schrifttum im Reichsministerium für

Fachbuchleser und -käufer als Berater. Die Fachbuchlisten sind das Ergebnis einer sorgfältigen Sichtung des einschlägigen Schrifttums, an der alle an der Wertung und Prüfung des Fachschrifttums interessierten Dienststellen beteiligt worden sind. Die Fachbuchlisten sind durch die Zusammenarbeit dieser Stellen zu einem zuverlässigen Mittel der öffentlichen Buchwerbung geworden. Vielseitig sind die Möglichkeiten, auf den Wert dieser Fachbuchlisten und deren kostenlosen Bezug durch die Buchhandlungen hinzuweisen. Die Listen bilden die Grundlage für jede Art von Beratung des Lesers oder Käufers, gleichviel ob sie von Schrifttumreferenten, Lehrern, Leitern von Schulungskursen usw. ausgeht wird. Die Listen sind gegliedert nach folgenden Sachgebieten: 1. Landwirtschaft, Gärtnerei, Tierzucht, Forstwirtschaft und Fischerei. — 2. Bergbau. — 3. Steine und Erden. — 4. Metallgewinnung u. -verarbeitung. — 5. Chemie. — 6. Textil. — 7. Leder. — 8. Bekleidung. — 9. Papier- und Veredelung. — 10. Holz. — 11. Bau- und Baubehälter. — 12. Nahrung und Genuss. — 13. Handel. — 14. Verkehr und öffentliche Betriebe. — 15. Recht und Verwaltung. — 16. Gesundheits- und Körperpflege. — 17. Hauswirtschaft. — 18. Kultur. — 19. Allgemeines Schrifttum für Beruf und Betrieb.

IV. Plakat

Das Plakat zur Fachbuchwerbung 1938 trägt den Leitsatz „Das Fachbuch — ein Weg zu Leistung und Erfolg“. Das Plakat

Die Gesamtfachbuchliste unterrichtet die Schriftleitungen. Sie wendet sich — vor allem im Blick auf ihre Anwirkung — nicht nur an den kulturpolitischen Schriftleiter, sondern auch an den Wirtschaftsschriftleiter, dem es heute mehr als je zuvor aufgegeben ist, aufklärend zu wirken. Sie wird ergänzt durch die anschließend erscheinende Liste des Sport- und Gesundheitschrifttums, die für die Sport- und Gesundheitschriftleitungen besondere Bedeutung hat.

B. Örtliche Pressearbeit:

Diesen Grundrissen soll auch die örtliche Pressearbeit Rechnung tragen. Die Verbindungsmänner haben die Aufgabe, die Schriftleitungen mit allen wichtigen Nachrichten über die örtlichen Vorbereitungen und Veranstaltungen zu versehen. Der örtlichen Presse soll weitgehend Gelegenheit gegeben werden, an den vorbereitenden Besprechungen teilzunehmen. Die Auswertung des auf diese Weise erlangten Materials soll grundsätzlich den Schriftleitungen überlassen bleiben. Die örtliche Presse erbittet von Persönlichkeiten, die am Ort bekannt und geachtet sind, Äußerungen über ihr Verhältnis zum deutschen Fachbuch.

Ausführliche Berichterstattung über alle Veranstaltungen ist von allen Schriftleitungen zu erbitten. Voraussetzung hierfür ist, daß die Presse rechtzeitig zu allen Veranstaltungen eingeladen wird und daß ihr gute Plätze zur Verfügung stehen. Hierauf ist besonders zu achten.

Für die Gauwergemeinschaften ist engste Zusammenarbeit mit der zuständigen Pressestelle des Reichspropagandaamtes un-

berufswettkampfes zum Thema „Reichsberufswettkampf und Fachschrifttum“. Die Ausführungen der beiden Redner sind für die Gestaltung der örtlichen Werbearbeit von grundsätzlicher Bedeutung.

I. Veranstaltungen im Rahmen der Fachbuchwerbung 1938 vom 1. März bis 30. April

Im Gegensatz zum Vorjahr werden an den verschiedenen Orten wichtige Veranstaltungen stattfinden. Damit wird erreicht, daß während der Veranstaltungsdauer der Fachbuchwerbung in gleichmäßigen Abständen ein allgemeiner und wirksamer Appell an das ganze Volk gerichtet wird.

Eröffnungskundgebung:

Als erste der wichtigen Veranstaltungen wird die Eröffnungskundgebung zur Fachbuchwerbung 1938 in Hamburg durchgeführt.

Die Eröffnungskundgebung ist verbunden mit einer Buchausstellung, die das gesamte in den diesjährigen Fachbuchlisten empfohlene Fachschrifttum zeigen wird.

Weitere Hauptveranstaltungen, verbunden mit Ausstellungen, werden durchgeführt in Berlin, Königsberg, Leipzig, Dresden, Bayreuth, München, Breslau, Köln und Stuttgart.

Naher für Jahr werden andere Städte den Auftrag erhalten, eine der Hauptveranstaltungen zur Fachbuchwerbung durchzuführen. Der Veranstaltungsplan in den übrigen Städten wird durch die örtlichen Werbegemeinschaften aufgestellt.

II. Fachbuchschenkung

Der Gedanke der Fachbuchschenkung steht auch in diesem Jahre im Vordergrund der zentralen und örtlichen Werbearbeit. Es hat sich immer mehr als Brauch entwickelt, bei Prüfungen und Leistungswettkämpfen Fachbücher als Auszeichnung zu schenken. Zweifellos ist es den Bemühungen der Fachbuchwerbung in den vergangenen Jahren zu danken, daß sich dieser Brauch schon heute vielerorts durchgesetzt hat. Soweit Betriebe im Rahmen der Fachbuchwerbung 1938 Fachbuchschenkungen an ihre Gefolgschaft oder einen Teil derselben vornehmen, soll die Übergabe in besonderer Form stattfinden. Möglichst viele Betriebe zu Fachbuchschenkungen zu veranlassen, ist ein Hauptwerbeziel der örtlichen Arbeit.

Alle zuständigen zentralen Stellen werden auch von sich aus für den Gedanken der Fachbuchschenkung werben und sich für die Festigung und Ausbreitung dieses schönen Brauches einsetzen. Im besonderen werden das Propagandaamt der Deutschen Arbeitsfront und die Reichswirtschaftskammer die öffentliche Buchwerbung nach dieser Richtung hin unterstützen, aufklärend und empfehlend wirken.

III. Fachbuchlisten

Zur Fachbuchwerbung 1938 erscheinen insgesamt neunzehn Buchausgabenlisten der verschiedenen Berufsgruppen. Sie werden in allen Buchhandlungen kostenlos abgegeben und dienen dem

Staates, der Gemeinden, Berufs- und Fachschulen sowie in den Schaufenstern und Ladenräumen des Buchhandels zum Aushang kommen. Bei allen Veranstaltungen und Ausstellungen wird es wirkungsvoll verwendet. Es ist Aufgabe des Buchhändlers, alle genannten Stellen kostenlos mit Plakaten zu beliefern. Die Plakate sind vom Verlag des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler in Leipzig zu beziehen.

V. Presse- und Rundfunkwerbung

A. Zentrale Pressepropaganda:

Die Pressepropaganda wird für das ganze Reich von der „Nachrichtenstelle Fachbuchwerbung 1938“ geleitet, der die Verbindungsmänner zur örtlichen Presse in den „Örtlichen Werbegemeinschaften“ zur Mitarbeit zur Verfügung stehen.

Die Nachrichtenstelle unterrichtet die gesamte deutsche Tages-, Fach- und Organisationspresse über alle in Vorbereitung befindlichen Maßnahmen sowie über die Reichsveranstaltungen durch den „Nachrichtendienst Fachbuchwerbung 1938“. Diefem werden nach Bedarf auch Aufsatzreihen, Bildmateriai des Plakates usw. beigegeben. Eine besondere Ausgabe wird Äußerungen führender Persönlichkeiten über ihr Verhältnis zum Fachschrifttum bringen. Für die Tageszeitungen, die Fachzeitungen und Fachzeitschriften und die Organisationspresse mit Einschluß der Werkzeitungen ergeben sich im einzelnen folgende Aufgaben:

1. Ankündigung der großen Veranstaltungen und die Berichterstattung hierüber.
2. Ankündigung der örtlichen Veranstaltungen und die Berichterstattung hierüber.
3. Werbung für die Fachbuchlisten durch immer wiederkehrenden Hinweis darauf, daß die Listen in jeder Buchhandlung für jeden Volksgenossen kostenlos zu haben sind, verbunden mit einer Würdigung des Inhaltes.
4. Propaganda für die Fachbuchschenkung durch Aufsätze und Notizen zu dem Thema „Das Fachbuch als Preis“, „Fachbücher als Ehrengabe“ usw. Die Berichterstattung über örtliche Betriebsfeiern, bei denen Fachbuchschenkungen durchgeführt wurden, wird sich hierbei als besonders wirksam erweisen.
5. Durch Abhandlung allgemeiner Fragen des Fachschrifttums, seiner Bedeutung für den einzelnen, die Wirtschaft, für das Volksganze. Als Mitarbeiter auf diesem Gebiet sollten vor allem auch die örtlichen Leiter des RBWK, Leiter von Berufsschulen, Männer der Praxis usw. gewonnen werden. Mit ihrer Hilfe wird es möglich sein, Themen wie „Ausbildung und Fortbildung mit dem Fachbuch“, „Fachbuch und Leistungssteigerung“, „Fachbuch und Wertarbeit“, „Was versteht man unter einem Fachbuch?“, „Wie lese ich ein Fachbuch?“ lebensnah zu behandeln und dazu in einer Form und Sprache, die auch dem einfachen Denken verständlich ist. Die Wirkung kann wesentlich erhöht werden durch kurze Äußerungen führender örtlicher Persönlichkeiten über ihr eigenes Verhältnis zum Fachschrifttum und seine Bedeutung für ihre persönliche Entwicklung.

C. Rundfunkpropaganda:

Die Nachrichtenstelle führt die Verhandlungen mit dem Herrn Reichsintendanten. Die Landesleiter führen die Verhandlungen mit den Herren Intendanten der Reichsfunfer, denen die Programmgestaltung und damit auch der Einsatz des Rundfunks zur Fachbuchwerbung überlassen ist. Ist ein Reichsfunfer für mehrere Landesleitungen zuständig, so werden die Verhandlungen von derjenigen Landesleitung übernommen, die ihren Sitz am gleichen Ort hat, an dem sich der Reichsfunfer befindet. Die Nachrichtenstelle informiert die Herren Intendanten über die bevorstehende Aufnahme der Verhandlungen durch die Landesleiter. Zur Durchführung der Werbung sind vor allem folgende Vorschläge zu machen:

1. Rundfunkreportagen aus Ausstellungen, Berichte über und eventuelle Ausschnitte aus den großen Veranstaltungen.
2. Propaganda für die Fachbuchliste durch Würdigung und wiederholte Bekanntgabe der kostenlosen Ausgabe in den Buchhandlungen.
3. Propaganda für die Fachbuchschenkung durch Aufreife oder kurze Ansprachen führender Persönlichkeiten, eventuell durch Reportage aus einer größeren Betriebsfeier.
4. Männer der Arbeit sprechen über das Fachbuch. Für kurze Ansprachen können herangezogen werden: Schaffende aus allen Berufsgebieten, Leiter des RBWK, Schulleiter, Amtswalter der DAF, Persönlichkeiten aus den Industrie- und Handelskammern und den Handwerkskammern, den Innungen usw.

VI. Die Arbeit der „Örtlichen Werbegemeinschaften“

Träger der Fachbuchwerbung 1938 am einzelnen Ort ist die „Örtliche Werbegemeinschaft“. Durch die Zusammenarbeit mit den Dienststellen der Bewegung, des Staates, der Gemeinden und der Wirtschaft muß ein örtlicher Arbeitsplan entstehen, der alle hiermit gegebenen Anregungen verwertet, alle nur am Ort selbst feststellbaren Möglichkeiten nutzt und die Veranstaltungen und Werbemaßnahmen sinnvoll verteilt. Das Ziel: „Fachbücher gehören in die Hand aller Schaffenden!“ kann nur dann erreicht werden, wenn die in jedem Jahr wiederkehrende Fachbuchwerbung das Wissen um die Bedeutung des deutschen Fachschrifttums zum Gemeingut aller schaffenden Menschen werden läßt. Die Fachbuchwerbung muß daher in der größten wie der kleinsten Werbemaßnahme gleich ernst genommen werden, darf auf keine zu findende Möglichkeit verzichten und muß sich der vielseitigen Gestaltung des Wirtschaftslebens gleich vielseitig anpassen. Sie fordert ein hohes Maß der Einsatzfreudigkeit und wehrliches Können. Sie dient allen Schaffenden und damit dem ganzen Volke. Sie ist eine wichtige Waffe im Kampf um die Wirtschaftsfreiheit der Nation und sichert zugleich dem einzelnen die Grundlagen seiner Arbeit.