

und es fällt einem wohl auch ein, daß nicht allzu weit, ebenfalls auf dieser Seite der Schwäbischen Alb, der Hohenstaufen ragt und etwas nach Süden der Hohenzollern: Zeugen nicht nur von Dynastien, sondern zugleich von politischen und deutschen Energien. Man spürt, daß man in einer geschichtlichen Landschaft steht. Auch in einer dem deutschen Geist verpflichteten. Tübingen mit dem Stift ist nahe. Wie kaum eine Universität ist es wirklich die Wiege des Geistes eines ganzen Landes und einer deutschen zwar oftmals bohrenden, aber auch aufbauenden und t ä t i g e n Geistigkeit. Dies der Ort der Woche.

Der Aufbau der Arbeit selbst beginnt systematisch bei dem Bilderbuch, und zwar wird das Thema — wie bei den nächsten Gebieten des Jugendschrifttums — einmal in der volkserzieherischen Bedeutung, zum andern in der kunstzieherischen Bedeutung gesehen. Rothemund, der Hauptreferent des NSLB in Bayreuth, wird die volkserzieherische Bedeutung des Bilderbuches behandeln; als Referent für die kunstzieherische Bedeutung ist Herr Krefner, Altmittweida, gewonnen worden. Nach dem Bilderbuch wird folgerichtig weitergehend das Kleinkinderbuch behandelt, dann das Jungensbuch und das Mädchenbuch. Ein wichtiges Gebiet: das Abenteuerbuch, also das Buch, das die männlichen Kräfte der Jugend anspricht, wird Erhard Wittke, der gerade eben einen der Berliner Dichterpreise erhalten hat, behandeln. Wesentlich ist auch die kundige Behandlung des Sachbuches. Büchereidirektor Dr. Walter Rumpf, Bochum, wird eine bücherkundliche Arbeitsgemeinschaft über das Jugendschrifttum durchführen. Sie ergänzend wird der Berufskamerad Littmann die verlagskundliche Arbeitsgemeinschaft leiten. Oberbannführer Helke, ebenfalls vielen Buchhändlern bekannt, wird zusammenfassend über »Jugend und Buch in dieser Zeit« sprechen. Damit ist jedoch der Plan noch nicht erschöpft. Es kommen zwei besonders wichtige Themen unmittelbar aus der Praxis: Gerda Zufall, die Inhaberin der Freyschmidt'schen Buchhandlung in Kassel, eine der aktivsten Buchhändlerinnen Deutschlands, spricht aus großer Erfahrung über »Werbung und Werbemöglichkeiten für das Bilder- und Jugendbuch im Sortiment«. In ihrer Buchhandlung hat Fräulein Zufall das Jugendbuch in besonderer und erfolgreicher Weise gepflegt. Der Leiter der Arbeitsgemein-

schaft der Jugendbuchverleger, Dr. Beck von der Union in Stuttgart, wird die verlegerische Seite dieses Themas in einer Arbeitsgemeinschaft bestreiten, ebenfalls aus der Praxis und aus einem neuen Willen heraus. Wir haben schon den Rahmen der schönen Landschaft angedeutet, die zwischen diesen wichtigen Vorträgen Erholung bringt. Diese schwäbische Landschaft ladet zu Ausflügen ein; sie bietet auch noch mehr gerade für den strebenden Buchhändler. So ist eine Besichtigung einer der modernsten und berühmtesten Papierfabriken, der Papierfabrik Scheufelen in Lenningen vorgesehen. Das Hauff-Museum wird besichtigt werden können. Auch ist vorgesehen, daß am Schluß der Arbeitswoche einige Jugendschriftenverleger kommen, damit die Arbeitswochenteilnehmer Gelegenheit haben, sich mit diesen persönlich einmal auszusprechen.

Wer wollte also nicht kommen, besonders wenn auch noch eine fünfzigprozentige Fahrtermäßigung winkt? Welcher Chef wollte nicht veranlassen, daß einer seiner Mitarbeiter zu dieser Woche kommt, die dem Beruf auf einem wichtigen Gebiet dient?

* * *

Über die zweite Woche ist kürzlich schon eine Mitteilung erschienen. Ein weiterer genauer Plan wird in Kürze veröffentlicht werden können. Heute soll nur nochmals darauf hingewiesen werden, vor welchem dramatisch schönem Hintergrund der deutschen Alpen Haus Ingeborg liegt, und daß — mit dem Leiter des Deutschen Auslands-Instituts, Prof. Dr. Esaki, an der Spitze — auch diese Woche über eine geschichtliche Aufgabe des großdeutschen Buchhandels eine Fülle praktischer Ermunterungen und notwendiger Anregungen für jeden Buchhändler bringen wird.

Bei den Ankündigungen für die Arbeitswochen, die von der Reichschrifttumskammer durchgeführt werden, wird natürlich immer wieder auf den Jungbuchhandel hingewiesen. Dies soll aber nicht so aufgefaßt werden, als ob man mit achtundzwanzig oder zweiunddreißig zu alt für eine solche Woche sei. Jungbuchhandel in diesem Sinne heißt lebendiger Buchhandel, und die Jahreszahl, die man auf dem Rücken trägt, spielt keine Rolle. Entscheidend ist, ob man sich griesgrämig und sauerpöttig oder lebendig und angreiferisch fühlt.

R. S. Bischoff.

Das Weihnachtsgeschäft 1938

In seiner Rede auf der ersten Großdeutschen Buchwoche am 30. Oktober 1938 in Weimar konnte Reichsminister Dr. Goebbels für den deutschen Sortimentsbuchhandel eine Umsatzsteigerung von rund 7,5 v. H. für das erste Halbjahr 1938 gegenüber dem gleichen Zeitraum 1937 angeben. Die Zahl für das ganze Jahr 1938 lautet noch erheblich günstiger. Auf Grund der an die Schriftleitung des Börsenblattes gesandten Berichte über das Weihnachtsgeschäft 1938 konnte im Durchschnitt eine Steigerung des Umsatzes im Jahre 1938 gegenüber 1937 um 10,94 v. H. errechnet werden.

Dieses Ergebnis beruht auf Angaben von 249 Sortiments-, Versand- und Großbuchhandlungen aus dem Altreich, die auf unsere Rundfrage »Wie war das Weihnachtsgeschäft 1938« geantwortet haben. Die Ergebnisse aus Österreich und dem Sudetengebiet sind, um Vergleiche gegenüber 1937 zu ermöglichen, dabei nicht berücksichtigt; sie werden anschließend gesondert behandelt.

Die berichtenden 249 Firmen verteilen sich auf 179 Orte. Aus Nord- und Ostdeutschland haben 130 Firmen berichtet, aus Mitteldeutschland 73 und aus Süddeutschland 46. Von den Gauen sind Berlin, Sachsen, Thüringen, Magdeburg-Anhalt, Süd-Hannover-Braunschweig, Schlesien und Württemberg mit je über 10 Antworten am besten vertreten, — Franken, Main-Franken, Mecklenburg-Lübeck, Westfalen-Süd, Essen und Ost-Hannover mit je drei oder zwei Antworten am schlechtesten. Auf Großstädte entfallen 94 Berichte, auf Mittelstädte 56 und auf Kleinstädte 99.

Die Umsatzsteigerung im ganzen Jahre 1938 gegenüber 1937 weist für die Groß-, Mittel- und Kleinstädte geringe Schwankungen auf. Der Gesamt-Durchschnitt von 10,94 v. H. ergibt sich aus einer Steigerung von 11,93 v. H. in den Großstädten, 10,88 v. H. in den Mittelstädten und 10,02 v. H. in den Kleinstädten.

Den 72 Meldungen über Umsatzerhöhungen von Großstadtfirmen stehen 7 Meldungen über gleichbleibenden Umsatz und 6 über verminderten Umsatz gegenüber. Für die Mittelstadtfirmen lauten die entsprechenden Zahlen 47, 3 und 2 — und für die Kleinstadtfirmen 72, 9 und 5. Im ganzen sind es also 191 Firmen, die eine Umsatzsteigerung gegen das Jahr 1937 zu verzeichnen haben. Bei 19 ist der Umsatz gleich geblieben und bei 13 gesunken. (26 Firmen machten ungenaue und rechnerisch nicht verwertbare Angaben.) Die Minderung des Jahresumsatzes betrug bei den 6 berichtenden Großstadtfirmen 8,9 v. H., bei den 2 Mittelstadtfirmen 3,96 v. H. und bei den 5 Kleinstadtfirmen 6,56 v. H. im Durchschnitt.

Die für die Großstadtfirmen errechnete durchschnittliche Umsatzsteigerung von 11,93 v. H. wird von 25 Firmen überschritten, während 47 Firmen darunterbleiben. Besonders günstige Ergebnisse wurden aus Berlin, Mannheim, Hamburg, Braunschweig, Hannover und Frankfurt a. M. gemeldet. Etwas gleichmäßiger verteilt sich die Umsatzsteigerung in den Mittelstädten. Den Durchschnitt von 10,88 v. H. haben 20 Firmen überschritten und 27 blieben darunter. In den Kleinstädten sind es 38 Firmen, die die durchschnittliche Umsatzsteigerung von 10,02 v. H. überschritten haben, und 34, die darunter blieben.