

und das von der Welt als das bestgepflegte respektiert und anerkannt wird. Eine Reihe zum Teil bedeutender Verleger ist in verantwortungsbewußter Arbeit seit Jahrzehnten am Werk, dem Sportleben mit seiner bunten Vielgestaltigkeit Lehr- und Anleitungsbücher, geschichtliche Werke, medizinische, organisatorische, gerätekundliche Schriften usw. zu bieten, die von maßgeblichen Praktikern stammen oder den Grund zu einer neuen Entwicklung und Methodik legen.

Der überragende Erfolg, der Deutschland bei den XI. Olympischen Spielen in Berlin einen beispiellosen Triumph einbrachte, kam für alle überraschend. Die deutsche Sportführung und die Männer der Praxis, denen das Olympia-Training anvertraut war, sind sich darüber klar, daß er nicht zum geringsten Teil mit Hilfe des Sportbuches und seinen Auswirkungen erzielt werden konnte. Wer wollte bestreiten, daß fernerhin die besonders auf dem »Deutschen Turn- und Sportfest 1938« in Breslau erkennbare Steigerung der Massenerleistung, die im wachsenden Maße auch bei jedem Städtekampf und auf den einzelnen Übungsabenden selbst kleinerer Vereine festgestellt werden kann, Ergebnis des planvoll eingesetzten Sportbuches ist.

Wenn das Sportbuch im Wechsel der Anschauungen auch eine verschiedene Wertung erfuhr, so hat doch keine Zeit auf das Buch als eines treuen Mittlers und eines bleibenden Ausdruckes für die Anschauungen über Wesen, Aufgabe und Methoden der Leibesübungen verzichtet. Mehr als jemals früher bilden heute die am Sportschrifttum schaffenden Autoren eine geistige Kampf-gemeinschaft. Einst zerpalten in Schulrichtungen mannigfaltiger und oft abwegigster Art, steht heute einigend und verpflichtend vor ihnen die Idee und das Ziel der nationalsozialistischen — das heißt: einer politischen — Leibeserziehung.

Ist also auf verlegerischem Gebiet bisher schon, und mit besonderem Nachdruck seit 1933, Beachtliches geschaffen worden, so wird der Verleger nach den neuen Erlassen noch stärker seine Bemühungen darauf konzentrieren, eine Sportbuchproduktion zu pflegen, die Schritt hält mit den letzten Entwicklungen und jederzeit in der Lage ist, das geistige Rüstzeug zur Verfügung zu stellen, das zur Erfüllung der vom Führer gestellten Aufgabe erforderlich ist.

Wenn sich ein Verlag planvoll und mit Verantwortung — und nicht zu vergessen mit Investierung beträchtlicher Geldmittel — des Sportschrifttums annimmt, bedarf er bei einer ernsten Arbeit auf lange Sicht der verständnisvollen Hilfe und Unterstützung des Sortimenters.

Ist das Sortiment, in seiner Gesamtheit gesehen, bisher dieser Forderung gerecht geworden und zeigt es wenigstens den Willen dazu? Es ist ein offenes Geheimnis, das ich hier ausspreche: Das Sportschrifttum gilt noch heute als das Aschenbrödel beim Buchhändler. Und es ist noch nicht lange her, daß ich in einer Unterhaltung mit einem führenden Großstadt-Sortimenter, der in seinen sonstigen Ansichten keineswegs rückständig ist, folgende Auffassung hören mußte: »Sportbücher? — Gehen mich nichts an! Wenn ein Kunde etwas verlangt, lasse ich das anbieten, was gerade am Lager ist. Aber lieber ist es mir schon, wenn ich damit nicht behelligt werde«.

So merkwürdig diese Haltung auch aussehen mag in einem Zeitalter, in dem wesentliche Teile des Volkes vom fünften Lebensjahre an bis weit in die Fünfzig Sport aller Art und bei jeder sich bietenden Gelegenheit ausüben, in dem die Begeisterung und leidenschaftliche Anteilnahme bei sportlichen Großveranstaltungen keine Grenzen zu finden scheint, so symptomatisch ist sie doch bei einem Großteil unserer Berufskameraden im Sortiment. Denn abgesehen von wenigen rühmlichen Ausnahmen und in letzter Zeit hoffnungsvoller aussehenden Ansätzen nimmt das Sportbuch noch bei den allerwenigsten Firmen die Stellung ein, die ihm im neuen Deutschland und von dem neu eingesetzten NSRL zugewiesen wird: Erzieher des Volkes zu sein über körperliche Gesundung und Leistungsfähigkeit zu politischer Lebenshaltung.

Es ist keineswegs eine leichtfertig hingespochene, sondern vielmehr durch tägliche Erfahrungen und aufmerksame Be-

obachtung erhärtete Auffassung eines wohlmeinenden Kollegen der praktischen Verlagswerbung, daß sehr viele, sonst als rührig und tüchtig bekannte Buchhändler älteren und jüngeren Jahrgangs offenbar nicht zu wissen scheinen, daß Millionen und Abermillionen Volksgenossen bereits von einer der zahlreichen Organisationen erfasst sind. Neben dem NSRL mit seinen alle sportlichen Ausdrucksformen umfassenden Fachämtern und Verbänden, der allein sechs Millionen Mitglieder vereinigt, bricht sich der Gedanke sinnvoller Leibesübungen immer stärker Bahn in den Betriebsportgemeinschaften der NS-Gemeinschaft »Kraft durch Freude«. — Wehrmacht, SA, SS, HJ, Arbeitsdienst, Polizei, NS-Lehrerbund und viele weitere Organisationen nehmen, jede nach ihrer Eigenart, teil an diesem gewaltigen Volkserziehungswerk. Alle sind riesige, bisher nur zu einem geringen Teil aufgeschlossene, durch eine planvolle Werbearbeit, bei der Sortiment und Verlag in gegenseitiger Ergänzung Hand in Hand spielen müssen, weiter zu gewinnende Aufnahmebecken. Eine Aufgabe fürwahr, die in mancher Hinsicht lohnt — nicht zuletzt vom geschäftlichen Standpunkt aus.

Wenn nun von Verlagsseite Klage erhoben wird über Mangel an Verständnis und praktischer Mitarbeit des Sortimenters, so wäre es verfehlt, daraus einen bösen Willen herzuleiten. Offenbar stehen einer fruchtbaren Zusammenarbeit verschiedene Mißverständnisse und Hinderungsgründe im Wege, die zu beseitigen eine wesentliche Aufgabe dieses Beitrages sein soll.

Ein schwer zu erkennender Faktor, der trotzdem eine nicht zu unterschätzende Stellung einnimmt, scheint im Psychologischen zu liegen. Als Überbleibsel einer überwundenen Epoche, in der sich manche Sportveranstaltungen bedenklich einem Niveau näherten, das man am besten als »Rummel« bezeichnet, hat sich in manchen Gemütern — wenn auch uneingestanden — die Auffassung erhalten, das Sportbuch sei mehr oder weniger ein Ausdruck dieses »Tingeltangels« und habe nichts in einer Buchhandlung zu suchen. Mag diese Auffassung früher oft ihre Berechtigung gehabt haben: heute ist dafür kein Raum mehr. Unsere neuzeitlichen Sportbücher sind bestes Fachschrifttum und brauchen sich auch der vornehmsten Auslage mit Indirekt-Beleuchtung und sorgfältigster Dekoration nicht zu schämen.

Veralteten Sportbücher zu schnell und sind sie zu billig, um daran zu verdienen? Die Entwicklung der Trainingsmethoden und der einzelnen »Schulen«, die, wie auf allen anderen Gebieten, auch im Sport stets fließt, bedingt es, daß manche Erscheinungen, die der Verleger als Novität auf den Markt bringt, mehr oder weniger doch nur für den Tag geschrieben sind und nach einer verhältnismäßig kurzen Spanne nicht mehr zeitgemäß sind. Mit dem richtigen Verständnis betrachtet ist das kein Negativum, denn ein Sportler, der es ernst meint mit seiner Schulung, ein Lehrer und Übungswart, der auf dem laufenden bleiben will, ist bei aufmerksamer Werbung als Dauerkunde zu behalten. Ein rühriger Sortimenter, der die Neuproduktion laufend verfolgt, wird bald seinen Blick geschult haben, von welchen Büchern er nur seinen Tagesbedarf einkaufen kann und wann der Bezug größerer Posten gerechtfertigt ist. Selbstverständlich gibt es auch in der Sportliteratur zahlreiche Werke, die noch nach Jahr und Tag die gleiche Aktualität und Absatzfähigkeit aufweisen wie zur Zeit des Erscheinens.

Die große Masse der Sportler ist kein idealer Buchkäufer. Sie muß noch zum Buch hingeführt werden. Diese wichtige Erziehungsarbeit setzt schon beim Verlag ein, kann aber durch Initiative des Sortimenters beträchtlich vertieft werden. Wenn gelegentliche Auslagen im Fenster und auf dem Ladentisch, vielleicht auch ein Sonderfenster, nicht die erhofften Erfolge bringen, wenn Briefe und Rundschreiben oft ungehört versinken, gilt es, Verhandlungen mit den Vereinsführern, Leitern der Ortsportgemeinschaften, Lehrern und Übungswarten an Schulen und Sonderkursen aufzunehmen, den fast überall vorhandenen Bedarf durch Prospekte, Ansichtsendungen, Angebot von Ratenzahlungen, die bei Vereinen oft von entscheidender Bedeutung sind, zum Kaufentschluß zu entwickeln. Dabei ergeben sich wider Erwarten oft erstaunliche Umsätze, und der heute leider noch zu recht bestehende Einwand, Sportler seien dem Buche abhold, verliert mehr und mehr seine bittere Wahrheit. Sportler fühlen sich