

Hans Medin: Der grüne Kaiser. Ufa
 Hans Possendorf: Sensationsprozeß Casilla. Ufa
 Hans Rahl: Ziel in den Wolken. Terra
 Oswald Richter-Persik: Frau zwischen den Fronten. Terra
 Edmund Sabott: Viel Lärm um Severin. Märkische (In geheimer Mission)
 G. Seiler: Müssen Männer so sein? Terra
 Hellmuth Unger: Robert Koch. Tobis
 Leo Wispler: Spiel im Sommerwind. Terra
 Michael Zorn: Zwischen Strom und Steppe. Terra

Dramatische Werke, nach denen Filme entstehen werden oder bereits vollendet wurden, sind:

Paul Barabas: Männer haben es leicht. Ufa (Frau am Steuer)
 Stefan Donat: Weltkonferenz. Terra
 Walter Harlan: Das Nürnbergisch Ei. Tobis (Das unsterbliche Herz)
 Franz Hertzog: Der Blaufuchs. Ufa
 Jochen Huth: Ultimo. Ufa
 Axel Ivers: Parkstraße 13. Adler
 Labiche und Michel: Der Florentiner Hut. Terra
 Leo Lenz und R. A. Roberts: Ehe in Dosen. Märkische
 Alois J. Lippl: Die Pfingstorgel. Ufa
 Overbeck: Zwei in der Dunkelkammer. Adler
 Gustav Räder: Robert und Bertram. Tobis
 Hans Schweikart: Lauter Lügen. Terra
 Fritz Schwiebert: Marguerite: 3. Bavaria
 Franz Streicher: Das Verlegenheitskind. Ufa
 Georg Turner: Wasser für Canitoga. Bavaria
 Bernd Hofmann: Fahrt nach Orplid. (Filmtitel: Der letzte Appell.)

Wenn der Buchhändler sich diese Filme vormerkt, deren Titel sich in dem einen oder anderen Fall auch noch etwas ändern können, dann hat er eine Möglichkeit, vom Film her für das Buch zu werben. Dabei ist es natürlich seine Sache, die ihm richtig erscheinende Auswahl zu treffen.

Aber damit sind diese Möglichkeiten bei weitem noch nicht erschöpft. Wenn der Sortimentler aufmerksam die Voranzeigen der Filmtheater studiert, dann wird er immer wieder einmal Filme finden, von denen ohne Schwierigkeiten die Parallele zum Buch zu ziehen ist. Auch dafür seien einige Anregungen gegeben. In Kürze wird der erste Reichsautobahnfilm aufgeführt werden, der den Titel »Brücke ins Leben« trägt. Das gibt einmal Gelegenheit, das Schrifttum über die Autobahnen ins Schaufenster zu legen. An diesem Film aber hat beim Drehbuch entscheidend der Schriftsteller Hans Schmiede mitgewirkt, von dem es u. a. ein Buch »Die Straße nach Tral« gibt, das die Autobahnarbeit behandelt. Wenn in einer Stadt der Film »Sehnsucht nach Afrika« von Bengt Berg aufgeführt wird, dann sollte der Sortimentler die Bücher dieses Schriftstellers und Tierfreundes ins Fenster legen, denn der Film regt eigentlich jeden Besucher an, sich mit den Werken des gleichen Mannes einmal zu beschäftigen. Abendfüllende Kulturfilme, wie sie besonders die Degeto an die Filmtheater verleiht, haben in vielen Fällen Berührungspunkte mit dem Schrifttum: Das gilt für Curt Bertels »Michelangelo«-Film ebenso wie für den Film »Tupa Gobi«, der von der Expedition Filchner's gedreht ist, oder für den Film »Mit Kind und Kegel um die kugelförmige Welt«, der von Colin Roß stammt.

Diese Beispiele, die etwa die Hälfte der Filme umfassen, die im nächsten halben Jahr zur Aufführung gelangen werden, zeigen, daß es gar nicht so schwierig ist, die Verbreitung und Beliebtheit des Films in den Dienst der Buchwerbung zu stellen. Das sollte man überall erkennen und die Folgerungen daraus ziehen. Wenn der Buchhandel durch die Hinlenkung zu den in Frage kommenden Büchern den Filmbesucher zur Vertiefung veranlaßt, dann wird zugleich die Gefahr überwunden, die in der Flüchtigkeit des bewegten Bildes liegt. Film und Buch, das wissen wir, ergänzen sich so glücklich, wie man es sich nur denken kann. Gerd Eckert.

Werbung für militärfachliche Bücher

Wir haben heute in Deutschland in vielen Garnisonstädten Ausbildungsstellen für Reservisten. Damit sind die früheren »Achtwochenmänner« gemeint. In knapper Zeit müssen ungediente Leute in eine Fülle militärischer Dinge eingeführt werden, um sie zu brauchbaren Soldaten zu erziehen. Daraus ergibt sich, daß sehr viel theoretischer Stoff geboten werden muß und sehr viel Unterricht vorhanden ist. Wegen der Kürze der Zeit ist nicht viel Gelegenheit zu Wiederholungen oder eingehenden Erklärungen. Will der einzelne mehr wissen als das, was ihm geboten wird, so ist das ihm selbst überlassen.

Zur Unterstützung dieses Unterrichts gibt es eine Anzahl militärischer Bücher und Schriften. Die Reservisten sehen diese Unterrichtsliteratur als durchaus willkommene Stütze ihrer Ausbildung an, und sie denken auch daran, daß sie später, nach der Entlassung, dann noch häufig Gelegenheit nehmen werden, in diesen Büchern dieses oder jenes nachzulesen, — einmal aus militärischem Interesse und zum andern, um bei einer Wiederholungsübung den Dingen nicht fremd gegenüber zu stehen. Dazu kommt, daß diese Reservisten durchschnittlich über ein Einkommen verfügen, das ihnen diese Bücheranschaffungen durchaus ermöglicht. Man muß ihnen aber die Gelegenheit geben zu erfahren, daß und was für Bücher sie bekommen können.

Ein praktisches Beispiel mag beweisen, wie gern gerade aus Reservistenkreisen diese Ausbildungsliteratur gekauft wird. Während einer Übung bei meiner Kompanie kam ein neues, zweibändiges Werk heraus, das ganz auf das Ausbildungsziel abgestellt war. Zwei Reservisten hatten sich von Anfang an um Literatur bemüht und nun dieses Werk bestellt. An einem Sonnabend nachmittag konnten sie sich die Bücher in der Buchhandlung abholen. Sie machten auf den einzelnen Stuben die Runde, wurden als nützlich und sehr brauchbar erkannt und so gingen noch am gleichen Nachmittag mehr als ein Duzend Reservisten zur Stadt, um sich ebenfalls diese Bücher zu kaufen. Die letzten

bekamen sie schon nicht mehr, da der Vorrat des Buchhändlers nicht so weit reichte. Später besaß wohl ein Drittel der Kompanie diese beiden Bücher. Bei Gelegenheit des Einkaufes sahen die Soldaten auch allerlei anderes Ausbildungsmaterial, das sie sich zum Teil anschafften.

Ist es nicht für die Sortimentler in jenen Garnisonstädten, wo Reservisten ausgebildet werden, eine dankbare Aufgabe, diesen Erwerb militärfachlicher Ausbildungsliteratur zu fördern? Die Auswahl der vorhandenen Literatur ist so groß, daß sich besondere Werbemaßnahmen gewiß lohnen.

Es entsteht nun die Frage, wie man so etwas anfangen muß, um zu einem Erfolge zu kommen. Zunächst ist daran zu denken, daß die Werbung gemeinschaftlich von allen Sortimentern der Stadt durchgeführt wird. Man könnte am Tor der Kaserne an den Hauptausgängen — also Mittwoch und Sonnabend nachmittag — an die ausgehenden Soldaten Prospekte verteilen lassen. Die Prospekte sollten klein und handlich gehalten sein, sodaß sie rasch weggesteckt und leicht und unauffällig aufbewahrt werden können. Gelesen werden sie bestimmt, denn es finden sich immer einige freie Minuten, wo alles gelesen wird. Kauft dann dieser oder jener die Bücher und die anderen haben Gelegenheit, sie zu sehen und in die Hand zu bekommen, finden sich bald mehr Käufer.

Da im Laufe des Jahres mehrmals solche Reservisten-Ausbildungsgänge stattfinden, hat man ebenso häufig die Gelegenheit, diese Werbung durchzuführen. Es ist zu empfehlen, sich vorher mit dem Chef der Ausbildungseinheit in Verbindung zu setzen, um ihn um Literaturangaben für den gedachten Zweck zu bitten und ihn zu fragen, welche Bücher und Schriften für die Ausbildung der Reservisten erwünscht sind. Diese Erkundigungen sollten sich auf jedes einzelne Buch erstrecken, das man anbieten will.