

Volk und Reich, vor der Geschichte und der Zukunft zu sichern. Es gehöre ebenfalls zu dieser Arbeitswoche, daß die Teilnehmer darüber Klarheit erlangen. Dazu gehöre aber auch, daß jeder Buchhändler sein Handwerk beherrsche, also auch alle technischen und kaufmännischen Bedingungen. Pg. Bischoff schloß:

»Ihr beginnt ein neues Kapitel unserer Berufserziehung, Ihr seid eine erste Kolonne, die der Berufsstand ausgewählt hat, weil er Euch besondere Leistungen zutraut. Der Präsident läßt Euch sagen, daß Ihr dies nicht vergessen möget und stets in unsere erste Kolonne gehören wollt. Damit eröffne ich den ersten Reichslehrgang mit den besten Wünschen unseres Präsidenten.«

Nachdem der Beauftragte des Präsidenten noch im voraus allen Referenten des Lehrganges für ihre Bereitschaft zur Mitarbeit gedankt hatte, nahm der Hauptleiter des Reichslehrganges Pg. Schönfelder das Wort, um über den Sinn der Woche zu sprechen. Er hob besonders hervor, daß diese zwanzig natürlich nicht die vollständige Zahl derer darstellen, die als besonders

leistungsfähig erkannt seien. Es hätten bestimmte, auch räumliche Gründe bei der Beschränkung der Zahl mitgesprochen. Einige, die er gern noch gesehen hätte, seien durch ihren Ehrendienst in unserer Wehrmacht unablösmlich.

An die sehr zustimmend aufgenommenen Ausführungen schloß sich ein Rundgespräch mit den einzelnen Lebensläufen. Auffallend viele Teilnehmer stammen aus dem niedersächsischen, hauptsächlich bremischen Raum und dem Stamm der Schwaben. Besondere Freude machte den Teilnehmern Reichsamtsleiter Pg. Hagemeyer, als er sich kameradschaftlich in das Rundgespräch einbezog und in der Schilderung seines Lebens über das Persönliche hinaus ein beispielhaftes Bild eines vom klaren Bewußtsein geführten Lebensganges aus der Zeit der Wende gab.

Der erste Arbeitstag des Lehrganges, über den wir weiter berichten, sieht ein umfassendes Referat von Pg. Hagemeyer vor.

B.

Der Buchhandel auf der 5. Reichsnährstandsausstellung Leipzig 1939

Von Rudolf Fritsch

Eine Ausstellung von so weitreichender nationaler Bedeutung wie die fünfte Reichsnährstandsausstellung, die sowohl in ihren Ausmaßen als auch in ihren Besucherzahlen alle ihre Vorgänger weit in den Schatten stellt, ist für den Buchhandel von nicht zu unterschätzender Bedeutung, da ihm Gelegenheit geboten wird, an Käufergruppen heranzukommen, die dem Buch zum guten Teil fremd gegenüberstehen, die aber durch ihre Organisation immer wieder auf den Nutzen des Buches für ihre Arbeit hingewiesen werden. Wie stark der Hinweis auf das Fachbuch von den Organisationen des Reichsnährstandes ist, geht am besten aus dem Aufsatz Bratengeners: »Buch und Pflug« im Börsenblatt vom 3. Juni 1939 hervor. Man hat klar erkannt, daß dem deutschen Buch neben seiner Aufgabe zu lehren eine nicht zu unterschätzende Rolle in der Bekämpfung der Stadtsucht zukommt. Hat doch die Führung des Reichsnährstandes in ihrer repräsentativen Halle der Ausstellung einen Raum geschaffen, der sich ausschließlich mit dem Buch beschäftigt, und in dem neben einer Muster-Dorfbücherei Fachschrifttum, weltanschauliches Schrifttum und Unterhaltungsschrifttum ausgestellt ist. Des weiteren enthält z. B. das Haus der Forschung eine Schrifttumssammlung, die nicht nur für den Forscher und Gelehrten bestimmt ist, sondern die auch dem Bauern Literaturhinweise für das Gebiet der Bodenkunde und der Pflanzenzüchtung bietet.

In einem solchen Rahmen und unter so günstigen Voraussetzungen für das Buch zu werben, ist einmal in geschäftlicher Beziehung sicherlich vorteilhaft und zum anderen aber auch notwendig, damit die Borarbeit des Reichsnährstandes unterstützt und in die Breite getragen wird.

Es sei deshalb kurz dargestellt, wie der Buchhandel sich dieser Aufgabe unterzogen hat. Dabei muß gleich von vornherein berücksichtigt werden, daß der zahlenmäßig zu erfassende wirtschaftliche Nutzen der Beteiligung an einer solchen Ausstellung selten den tatsächlichen Nutzen in vollem Umfange erkennen läßt. Werden doch große Besuchermassen — im vorliegenden Falle rund eine halbe Million — in kurzer Zeit durch die Ausstellung geführt und diese Besucher empfangen eine solche Fülle von Eindrücken, daß sie erst nach und nach alles verarbeiten können.

Sehen wir bei der Betrachtung von den Reise- und Versandbuchhandlungen ab, die Lexika, Atlanten, Globen und umfangreichere Werke auf Ratenzahlung anbieten, und die in den großen Besucherströmen manchen Käufer in einer Kaufbereitschaft zu finden hoffen, wie sie sonst für ihre Vertriebsmethoden nicht ohne weiteres gegeben ist, so bleiben die Verlage, da das ortsansässige Sortiment überhaupt nicht vertreten ist. Diese Verlage, die unter den 26 nach Abteilung 2 und 3 des Ausstellungskataloges vertretenen Firmen bei weitem in der Mehrzahl sind,

lassen sich in zwei Gruppen gliedern. Einmal sind es Firmen, die sich bei ihrer Werbung auf eine Zeitschrift beschränken, oder aber in ihrer Ausstellung eine Zeitschrift so in den Vordergrund stellen, daß alles andere zurücktritt, und zum anderen die Verlage, die ihre Buchproduktion in Verkaufsständen zum Einzelverkauf anbieten. Die erste Gruppe denkt sicherlich bei der Ausgestaltung ihrer Stände daran, den Titel und das äußere Bild ihrer Zeitschrift dem Ausstellungsbesucher so eindringlich vor Augen zu führen, daß er sich später einmal, wenn er die Zeitschrift beim Buchhändler seiner Kreisstadt sieht, an den Ausstellungsstand in Leipzig erinnert und sich nach den Bezugsbedingungen erkundigt. Selbstverständlich ist der am Ausstellungsstand anwesende Vertreter eifrig bemüht, Abonnenten zu werben. Diese Verlage haben deshalb auch — im Gegensatz zu den Reise- und Versandbuchhandlungen — ihren Stand in den Fachabteilungen der Ausstellung gewählt und sind nicht in die allgemeine Halle für landwirtschaftliche Hilfsmittel gegangen. Am deutlichsten wirkt nach diesen Gedankengängen offensichtlich der Vogel-Verlag in Pöbner. Das gleiche Prinzip verfolgen die Verlage der »Molkerei-Zeitung«-Hildesheim und der »Deutschen Molkerei-Zeitung«-Kempten, die im Haus der Milch neben dem nach gleichen Grundsätzen werbenden Verlag »Der Butter- und Fettwarenverehr«-Berlin ihren Stand haben. Eigene Pavillons haben die Zeitschriften »St. Georg« und »Feld und Wald«, während Scherls »Praktischer Wegweiser« in der Halle Hilfsmittel ausgestellt ist. Dort finden sich mit wirkungsvoll ausgestalteten Ständen auch Neumann-Neudamm, Pfenningstorff-Berlin, Rudolf Lorenz-Berlin und der Blut und Boden Verlag-Goslar, außerdem eine Gemeinschaftswerbung des Verlages Theodor Weicher-Berlin, der sich mit der Vordruckstelle des Reichsnährstandes zusammengesetzt hat.

Mitten unter den Ständen der großen Maschinenfabriken und in seinem Äußeren diesen Ständen angepaßt, befindet sich das Zelt der Vereinigten Verlagsgesellschaften Franke & Co., Berlin, die dort für ihre »Zeitschrift für Landmaschinen« werben. Den größten und repräsentativsten Verkaufsstand direkt am großen Vorführungsring und im Mittelpunkt der Ausstellung hat die Reichsnährstand Verlags-Gesellschaft, Berlin, die den Stand so groß ausgebaut hat, daß noch Raum für eine Lesehalle ist. In ihrer unmittelbaren Nähe stehen die Häuser des M. & S. Schaper-Verlages, Hannover, und von Paul Parey, Berlin. Die Verkaufsstände der beiden zuletzt genannten Firmen dürften in ihrem Äußeren und in ihrer Aufmachung der Mentalität des Bauern besonders angepaßt sein und ihm vertraut erscheinen.

Zum Schluß seien noch zwei Stände genannt, die mit ihren Lehrmitteln und ihren Tiermodellen mit dem Buchhandel in enger Verbindung stehen. Es sind dies die Stände der