

handenen Fachschrifttum von einer offiziellen Förderung ausgeschlossen werden mußten, weil die betreffenden Fachbücher in weltanschaulicher, fachlicher oder politischer Hinsicht ungeeignet waren und daher ausgeschieden werden mußten. Eine beispiellose Leistung der deutschen Fachverlage sei es, daß sie im Zeitraum von etwa sechs Jahren ein völlig neues Fachschrifttum geschaffen haben. Es sei eine Form gefunden, im Wege der Beratung und Förderung die Lektoratsergebnisse bei der Entwicklung des Fachbuches nutzbar zu machen. Kein anderes Land der Erde könne eine derartige Förderung des Fachbuchverlegers und des Fachbuches aufweisen und den Vorsprung aufholen, den wir bis zu diesem Tage erreicht haben. Um alle am Fachschrifttum interessierten Dienststellen aus Partei, Staat, Wehrmacht, Gemeinde und Wirtschaft zu gemeinschaftlicher Arbeit zusammenzuführen, konnte der Redner im Jahre 1935 dem Leiter der Abteilung Schrifttum im Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda die Gründung des *Reichskuratoriums für das deutsche Fachschrifttum* vorschlagen. Diese Tagung im Kriegsjahr 1941 mag ein Beweis dafür sein, daß diese Einrichtung den geeigneten Weg zu einer kameradschaftlichen Zusammenarbeit gewiesen hat, die ihrerseits den Erfordernissen einer zentralen Führung und der selbständigen Arbeit aller beteiligten Dienststellen gerecht wurde.

Der offizielle Einsatz für das deutsche Fachschrifttum hat aber nicht nur die Entstehung der Verlagsproduktion beeinflußt und gefördert, sondern vor allem auch dem Fachbuch alle nur möglichen Absatzgebiete erschlossen. Die offizielle Fachbuchpropaganda sei sich in jedem Augenblick bewußt, daß ihre primäre Aufgabe darin besteht, jeden werktätigen Volksgenossen vom Wert und von der Notwendigkeit des Fachbuchbesitzes zu überzeugen, um die gesamten Erfahrungen und Erkenntnisse in weitestem Umfang Wirtschaft und Beruf dienstbar zu machen. Von der werbepraktischen Seite her sei dabei ein Vorgang besonders zu verzeichnen: *das Zusammengehen von offizieller Propaganda und buchhändlerischer Einzelwerbung*. »Die offizielle Propaganda erschließt dem Fachbuch den Betrieb, die Schule, die Dienststellen der Verwaltung usw. und schafft durch die Veranstaltung von Fachbuchausstellungen, Vorträgen von Fachautoren und dergleichen Gelegenheit zu neuem werblichen Einsatz. Es ist für den Fachbuchabsatz lebenswichtig, daß dem Zusammenspiel von offizieller Propaganda und Einzelwerbung die Wege geebnet und etwaige Hindernisse im gegenseitigen Einvernehmen beseitigt werden.« Das praktische Beispiel lehre, daß dem Buchhandel durch die offizielle Propaganda Aufgaben über Aufgaben gestellt werden, die eine methodische und taktische Umstellung erfordern. Die Notwendigkeit zu vermehrtem »Außendienst« trete hier klar in Erscheinung. In den Jahren 1940 und 1941 sei selbstverständlich jede repräsentative Veranstaltung im Rahmen der Fachbuchwerbung ausgefallen. *Um so mehr treten die Werbemittel, also die Fachbuchlisten, die Fachbuchplakate und etwaige Werbeproschüren in Erscheinung.* Der Redner wies darauf hin, daß die Bestellungen auf Werbemittel gegenüber der letzten Fachbuchpropaganda eine Steigerung von etwa 300 % zu verzeichnen haben.

Seit 1935 sei vielerorts der Gedanke der *Fachbuchschenkung* aufgegriffen worden. »Es liegt in der Absicht unserer Propaganda, daß mit der Zeit jeder deutsche Betrieb aus bestimmten Anlässen Fachbuchschenkungen an seine Gefolgschaftsmitglieder vornimmt.« Auch die Bedeutung des Fachbuches für die *Volksbücherei-Arbeit* sei aus Anlaß der feierlichen Eröffnung der diesjährigen Fachbuchwerbung hervorgehoben worden. Reichsleiter Fiehler hat bei der Eröffnung der Ausstellung »Das Fachbuch als Grundlage des technischen Fortschritts« im Deutschen Museum in München am 15. März in empfehlender Weise auf die Vordringlichkeit der gemeindlichen Schrifttumsarbeit hingewiesen. Es sei festzustellen, daß diese Fachbucharbeit dem größten Interesse bei den Gemeindeverwaltungen begegnet. Nach Erwähnung der Bedeutung des Fachbuches für die Berufsschule wies Alfons Brugger auf die besondere Rolle hin, die das Fachbuch für die gesamte Verwaltung spielt. Der Reichsbeamtenführer Pg. Neef habe im Rahmen der verschiedenen Propaganda-Aktionen öfter Gelegenheit genommen, auf die Notwendigkeit des Fachbuches für jeden Beamten hinzuweisen.

Zusammenfassend formulierte der Redner zum Schluß die an die Fachbuchwerbung zu stellenden Forderungen:

1. Jedes gute Fachbuch ist für die Wirtschaft im Krieg und im Frieden von unschätzbarem Wert. Wirtschaft und Beruf fordern daher von der Fachbuchpropaganda, daß sie sich für jede gute verlegerische Leistung einsetzt und das geeignete Fachbuch an den geeigneten Interessenten heranbringt.
2. Es wird von der Fachbuchpropaganda verlangt, daß die Wünsche und Anregungen aus den Leser- und Käuferschichten gesammelt und den deutschen Fachverlagen bekannt werden.
3. Die Fachbuchpropaganda muß dem deutschen Fachschrifttum ein bleibendes und stetig wachsendes Interesse erschließen, damit der Preis des einzelnen Fachbuches nach und nach gesenkt werden kann.
4. Von der Fachbuchpropaganda wird erwartet, daß sie dem starken Autorenmangel begegnet.
5. Man muß den Mittelern des Fachbuches — nicht zuletzt dem einzelnen Buchhändler — alle jene Orientierungsmittel an Hand geben, die eine sachkundige Beratung ermöglichen. Abgesehen von den Fachbuchlisten, der Werbeschrift »Wir werben für das Fachbuch«, zahlreichen Nachrichtendiensten sowie der Zeitschrift »Das Deutsche Fachschrifttum« sei in diesem Zusammenhang vor allem auf die *Fachbuchkartei* zu verweisen, die in nächster Zeit über den Börsenverein zur Auslieferung gelangen wird. »Diese Orientierungsmittel sind um so wichtiger, als ohne eine sachkundige Beratung des Fachbuchlesers und des Fachbuchinteressenten jede große Propaganda-Aktion scheitern müßte.«
6. Eine der Hauptforderungen an die Fachbuchpropaganda ist der immer weitere Ausbau der Werbeorganisationen, die Träger all' dieser Maßnahmen sind. Heute stehe eine Viertel Million ehrenamtlicher Mitarbeiter im Dienst dieser Propagandaarbeit und es vergehe kein Tag, an dem nicht für das Fachbuch geworben wird. Jede Forderung, die an den Ausbau und die Verfeinerung dieser Werbeorganisation gestellt wird, wird aufgegriffen und nach Möglichkeit berücksichtigt.
7. In Betrieben und Verwaltungen ist von uns immer wieder darauf hinzuweisen, daß erhebliche Mittel gerade für die Bereitstellung von Fachbüchereien und Fachbüchern auszuwerfen werden sollen.
8. Die wichtigste Forderung aber ist, daß sich die Fachbuchwerbung im Kriege ebenso bewähren möge wie im Frieden.

Als bisheriger Erfolg könne festgestellt werden, daß es der Fachbuchpropaganda im Kriege gelungen ist, das Interesse der breiten Öffentlichkeit auf das kriegswichtige Fachschrifttum zu lenken. *Millionen von Fachschriften und Fachbüchern stehen im Dienst der Kriegswirtschaft. Auch hier haben sich nationalsozialistische Tatkraft und Erfindungsgeist dem Feind in jeder Hinsicht überlegen gezeigt. Indem wir dem Fachbuch den Weg bahnen, dienen wir dem Schrifttum, der deutschen Wirtschaft und dem deutschen Arbeiter!*

Anschließend sprach Reichsamtseiter Hans Hagemeyer, Leiter des Amtes Schrifttumspflege beim Beauftragten des Führers für die Überwachung der gesamten geistigen und weltanschaulichen Schulung und Erziehung der NSDAP. über »*Weltanschauliche Ausrichtung des Fachbuches*«. Reichsamtseiter Hagemeyer ging davon aus, daß es ihm bei der Gründung und dem Aufbau des Fachbuch-Kuratoriums in Verbindung mit der Deutschen Arbeitsfront klar gewesen sei, daß es keine Literatur ohne Bezugnahme auf weltanschauliche Ausrichtung gibt. Möglicherweise werde die Frage auftauchen, was denn überhaupt das Fachbuch mit weltanschaulicher Ausrichtung zu tun habe. Diese Fragestellung sei an sich schon verkehrt: Nach seiner Überzeugung könne es kein Fachbuch geben, das nicht auf das große Ganze Bezug nehme. Es werden dann die Aufgaben des Lektors aufgezeigt: Lektoren und Verleger sind keine Gegensätze, sondern eine Ergänzung. Es ist nicht die Aufgabe des Lektors, sich als Zensor des Fachbuches aufzuspielen, oder sich überhaupt als solcher zu fühlen. Es gelte, das Fehlende zu ergänzen dort, wo der Verleger nicht über die Kenntnis aller Zusammenhänge verfüge. Die Gemeinschaft von Verleger und Lek-