

# Die staatliche Schrifttumsförderung und ihr Zusammenwirken mit der buchhändlerischen Einzelwerbung

Vortrag von Dipl.-Volkswirt Alfons Brugger in der Fachgruppe Sortiment am 10. Mai 1941 in Leipzig

(Schluß zu Nr. 125)

## Der „Außendienst“ des Sortimenters:

Bei zahlreichen Arbeitsbesprechungen in den Gauen sowie bei vielen Lehrgängen der Reichsschule des Deutschen Buchhandels haben wir immer wieder darauf hingewiesen, daß die Arbeit des Sortimenters außerhalb seines Ladengeschäftes nicht nur notwendig, sondern lebenswichtig ist. Der Betrieb, die Schule, die Dienststellen der Verwaltung, die offiziellen Veranstaltungen usw. sind Werbesteden, die im Rahmen der schriftumspropagandistischen Großaktionen dem werblichen Bemühen erschlossen sind. Wo der Einzelne dieser werblichen Leistung nicht gewachsen ist, wird die *Arbeitsgemeinschaft der Berufskameraden* Trägerin dieses Einsatzes sein. Jeder fortschrittliche Buchhändler ist sich bewußt, daß diese Aufgabe auf die besten Kräfte und auf die besten Köpfe Anspruch hat und Einzelberichte Ihrer Berufskameraden beweisen, daß es nur eine Frage der Unternehmungslust und des propagandistischen Verständnisses ist, ob ein solches Beginnen lohnt oder nicht.

Bei dieser Gelegenheit soll kurz eine Frage gestreift werden, die vereinzelt während der letzten Jahre gestellt wurde, die Frage: „Ist unter den gegebenen Verhältnissen eine Schriftumspropaganda erforderlich?“ Es wird die Gegenfrage gestellt: „Wer wäre bereit, die Verantwortung für den Ausfall dieser Schriftumspropaganda zu tragen?“ Antwort: wahrscheinlich niemand!!

Was bedeutet es, wenn vier Millionen Buchsendungen ins Feld geschickt werden, jährlich zehn Millionen Fachbücher in den Dienst der Kriegswirtschaft, der Leistungssteigerung, der Rohstoffbewirtschaftung, der kurzfristigen Einarbeitung, der Erzeugungsschlacht, für Haushalt, Betrieb und Schule eingesetzt werden, was bedeutet es, wenn mit allem Nachdruck die Schriftumsarbeit in den neugewonnenen Ost- und Westgebieten aufgebaut wird, was bedeutet der propagandistische Einsatz für das Schrifttum der Jugend im Kriege, was bedeutet eine propagandistische Lenkung für die Verlagerung des Kaufinteresses auf bestimmte Gebiete des *kriegswichtigen* Schrifttums, was bedeutet dies alles, vor allem in einem Augenblick, wo durch notwendige Maßnahmen der Rohstoffbewirtschaftung allergrößter Wert darauf gelegt werden muß, daß gerade die wichtigsten Buchkauf-Wünsche befriedigt werden? Die eingangs angeführte Frage kann man überhaupt nur stellen, wenn man von einem laienhaften Standpunkt ausgeht und die Funktionen der Schriftumspropaganda überhaupt nicht versteht.

Was bedeuten unsere Anstrengungen für das deutsche Buch im Ausland, was bedeutet es, wenn in knapp einem Jahr 400 bis 500 Tausend führende Ausländer in großen deutschen *Buchausstellungen im Auslande* mit dem Schrifttumsschaffen unseres Volkes bekannt gemacht werden, und was bedeutet nicht zuletzt die Förderung des deutschen Schrifttums für das Ansehen des deutschen Buches in der ganzen Welt, für die Durchsetzung von Wissenschaft und Forschung und für den totalen Einsatz des Schrifttums auf allen Lebensgebieten der Nation?

Neben den periodischen propagandistischen Großaktionen sind im Laufe der letzten beiden Jahre zwei bedeutsame politische Ausstellungen durchgeführt worden. Gemeint sind die Ausstellung „*Los von Versailles*“, die zusammen mit dem Amt Schrifttumspflege in Danzig gezeigt wurde, sowie die Ausstellung im „Ehrensaal“ zu Stuttgart „*Der Rhein — Deutschlands ewiger Strom*“, die erst kürzlich stattfand. Beide Ausstellungen hatten sehr lebhaften Besuch aufzuweisen und es sei vor allem dankbar hervorgehoben, daß sich in beiden Fällen der örtliche Buchhandel tatkräftig eingeschaltet hat. Für die Ausstellung in Stuttgart haben nicht weniger als zwanzig wissenschaftliche Institute Material und Unterlagen geliefert, um das aktuellpolitische Thema dieser Buch- und Dokumentenschau vollstän-

dig darstellen zu können. Die Ausstellung wird als Wanderausstellung auch noch an anderen großen Plätzen des Reiches gezeigt und es sei bereits heute die Bitte ausgesprochen, daß auch an den neuen Veranstaltungsorten der Buchhandel sich rege beteiligen möge.

Bei dem Hinweis auf die propagandistischen Maßnahmen der letzten Zeit muß noch auf einige technische Schwierigkeiten und deren Ursachen eingegangen werden. Anlässlich der „*Fachbuchwerbung 1941*“ sind erhebliche Verzögerungen bei der Belieferung mit Werbemitteln eingetreten. Es darf aber erwartet werden, daß die Gründe hierfür auf allgemeines Verständnis rechnen können. Im übrigen ist der Einsatz dieser Werbemittel überhaupt nicht an eine bestimmte Zeit gebunden, da im Anschluß an die sehr große Veranstaltungsreihe in den Monaten März und April die Förderung des Fachschrifttums ihre Fortsetzung findet. Alle mit dem Träger dieser Veranstaltung zusammenarbeitenden Dienststellen führen ihre Werbemaßnahmen weiter und sorgen für einen zweckmäßigen Einsatz dieser Werbemittel. Die außerordentlich großen Bestellungen, die von seiten des Sortiments aus Anlaß der „*Fachbuchwerbung 1941*“ aufgegeben wurden, sind im übrigen ein Beweis dafür, daß sich das Sortiment auf breitester Grundlage für das Fachschrifttum einsetzt.

Diese Entwicklung ist mit größter Genugtuung zu verzeichnen. Unsererseits wird alles geschehen, um dem Sortiment *jedes nur denkbare Orientierungsmittel*, das für die Beratung des Kunden wichtig sein kann, in die Hand zu geben. Auch muß man sich vorstellen, was 1,3 Millionen Fachbuchauswahlverzeichnisse in den Händen von Betriebsführern, Leitern von Lehrwerkstätten, Berufsschullehrern usw. für eine propagandistische Auswirkung haben können. Der Fachbuchwerbung liegt das Bestreben zugrunde, dem Buchhandel möglichst viele *kundige Interessenten* zuzuführen, die bereits eine konkrete Vorstellung von ihren Kaufwünschen haben, wie es überhaupt ein Ziel dieser Propaganda sein muß, jeden Volksgenossen zu einem kundigen Leser zu erziehen, der beim Betreten einer Buchhandlung in der Regel schon weiß, was er will.

Das Ausmaß und die Breitenwirkung der Fachbuchpropaganda sind so groß, daß sich das *gesamte* deutsche Sortiment mit Erfolg für das Fachschrifttum einsetzen kann und muß. Gegenüber den früheren Verhältnissen ist dieser totale Einsatz des Sortiments für das Fachbuch eine der augenfälligsten und bedeutsamsten Veränderungen, die sich im Vertriebsbereich des deutschen Buchhandels vollzogen haben. Aus Anlaß der Großveranstaltung in Litjmannstadt ist darauf hingewiesen worden, daß jährlich zehn Millionen Fachbücher im Dienste der Kriegswirtschaft stehen, wobei festzustellen ist, daß diese Zahl wahrscheinlich von der Wirklichkeit noch übertroffen wird. Für Friedens- und Kriegszeiten hat sich das Fachbuch einen unbestrittenen Platz in Betrieb, Verwaltung, Schule und Haushalt erobert. Es gibt keinen Ort im Deutschen Reich, wo nicht mit Erfolg für das Fachbuch geworben werden könnte. Die Aussichten dieses Buchsektors sind so groß, daß sich die heutigen Anstrengungen des deutschen Sortiments sehr bald und unter allen Umständen lohnen werden. Mit größter Genugtuung verfolgen wir, wie sich die *Fachbuchschenkungen* zu einer traditionellen Einrichtung entwickelt und heute schon die meisten Groß- und Mittelbetriebe der Aufforderung zur Fachbuchschenkungen nachkommen. Aber auch die zahllosen Handwerksbetriebe wissen heute das Fachbuch in seiner Bedeutung für jeden Arbeitsplatz zu würdigen, sodaß auf diesem Gebiete des Schrifttums der Einsatz tausendfach Nutzen bringen wird.

In den nächsten Wochen erscheint die schon öfter angekündigte *Fachbuchkartei* des Reichskuratoriums für das deutsche Fachschrifttum, die für den Sortimenter und für den Schrifttumsreferenten ein wertvolles Orientierungsmittel darstellt und