

Sprechsaal.

Nichts unverlangt!

(Bergl. Nr. 11.)

Es ist vielleicht im Interesse aller Beteiligten, wenn diese Frage ohne Voreingenommenheit gründlich besprochen wird; Verleger und Sortimentler können dabei nur lernen.

Gewiß hat jeder Sortimentler das Recht, unverlangte Zusendungen unter Portonachnahme zurückzusenden; andererseits können die Herren Sortimentler nur gewarnt werden, dem Räte des Herrn Klingebiel in allen Fällen zu folgen.

Einsichtige Verleger wünschen weniger, daß die Herren Sortimentler Neuigkeiten ballenweise unverlangt annehmen, als daß sie die verlegerischen Anzeigen aufmerksam lesen und eventuell wenigstens ein Exemplar bedingungsweise verlangen. Die Herren Sortimentler sollten sich vergegenwärtigen, daß oft genug der Wert oder Unwert eines Buches aus dem Titel schlechterdings nicht zu erkennen ist; — das allein hat ja z. B. zu den Ansehenssendungen an das Publikum geführt, — ein Exemplar allgemein abjabfähiger Bücher sollte schon deshalb verlangt werden.

Auch in Saarbrücken dürfte die Pädagogik Fortschritte machen!

Würde ferner doch z. B. die Verkäuflichkeit der Original-„Familie Buchholz“ selbst von einigen nicht unbedeutenden Verlegern nicht erkannt, und hätte die das Geistesprodukt schließlich übernehmende Firma die Reklametrommel nicht selbst mit Geschick gerührt, so würde der enorme Absatz schwerlich mit Hilfe der Herren Sortimentler allein erzielt worden sein.

Wenn gewisse Herren Sortimentler nichts weiter thun wollen oder können, als Bestellungen annehmen, so ist für diese geringe Mühe der Rabatt von 25—50% entschieden zu hoch.

Beim Schreiber dieser Zeilen ist es eingeführt, daß nach Orten, wo Absatz eines Wertes zweifellos möglich ist, je ein Exemplar des betr. Wertes à condition geliefert wird, wenn man Bestellung übersah. Wird unter Portonachnahme remittiert, so werden nachgenommene Portobeträge dem Betreffenden auf eine Nebenspalte des Kontos notiert. Man lernt dadurch die Handlungen, die sich für den Absatz neuer Verlagszeugnisse nicht verwenden wollen, sehr rasch kennen.

Dieser wird bei Gelegenheit Gleiches mit Gleichem vergolten. Wenn sie in die Lage kommen, auf des Verlegers oder anderer Handlungen Thätigkeit hin fest verlangen zu müssen, (das dauert gewöhnlich nicht lange), so wird ihnen einfach mit verkürztem Rabatt geliefert und auf ihre späteren à cond.-Bestellungen wird einfach vermerkt: »nur noch bar«, namentlich dann, wenn eine andere thätige Handlung am Plage ist, deren Interessen man ja dadurch allein schon fördert. Daß dies noch auf andere Weise möglich ist, braucht hier nicht erläutert zu werden.

Wenn andererseits Verleger — es müssen das sehr unerfahrene sein — ihren Platzverlag, Jugendschriften oder dergl. unverlangt ballenweise als Neuigkeit versenden, so geschieht ihnen ganz recht, wenn sie Hin- und Rückporto tragen müssen; dadurch werden sie geheit.

Jumbo.

Ein Gespräch im Buchladen.

Sortimenter Passibeth: Guten Morgen, Kollege Bonmarché! Zufrieden mit dem Weihnachtsgeschäft? Da wir in einer Stadt und in gleich guter Gegend wohnen, so hoffe ich, daß es bei Ihnen nicht schlechter geht als bei mir?

Sortimenter Bonmarché: Sie sind also zufrieden?

B.: Ja, ich muß schon. Zwar nur mittelmäßig guter Absatz; doch schlägt man sich dabei leidlich durch.

B.: Das kriege ich nicht fertig. Wenn ich nicht ein bißchen Privatvermögen hätte, müßte ich zu Grunde gehen; mein Geschäft allein vermag mich und die Meinigen nicht zu ernähren. Und daß ich ein fleißiger, sorgsamer Geschäftsmann bin, wissen Sie.

B.: Ja, das sind Sie, das muß Ihnen der Reid lassen. Aber woran liegt es — (Ein Kunde tritt ein)

Kunde: Haben Sie eine gute Ausgabe von: . . . Herr Bonmarché?

B.: Jawohl — einen Augenblick. Hier. Kostet 3 M. Doch da fällt mir ein, daß Sie daselbe Werk in der . . . schen Ausgabe für 60 s bekommen können. Hier. Übrigens sogar für 30 s, wenn Sie diese Ausgabe hier, die erst ganz kürzlich in L. erschien, nehmen wollen. Kann Ihnen letztere nur empfehlen. Darf ich die drei Hefchen à 10 s einwickeln?

Kunde: Bitte, ja, Herr B.; wo man sparen kann, spart man; auch brauche ich noch mehr. Mein achtzehnjähriger Sohn nämlich bedarf eines gründlichen und ausführlichen Hilfsmittels zur Erlernung des Englischen. Man hat mir hierzu . . . empfohlen. Kostet 27 M, nicht wahr?

B.: Jawohl, hier ist gerade noch ein Exemplar. Doch muß es gerade . . . sein? Nehmen Sie doch lieber eine dieser gewöhnlichen Grammatiken hier; . . . z. B. kostet nur 2 M 40 s und thut vielleicht dieselben Dienste.

Kunde: Ja, — aber, — indessen, wenn Sie meinen, Herr B., so nehme ich . . . für 2 M 40 s. Bitte, hier sind 2 M 70 s. Guten Morgen! (Kunde geht.)

B.: Nehmen Sie's mir nicht übel, Kollege Bonmarché, Sie sind ein älterer und mehr erfahrener Geschäftsmann, als ich; aber trotzdem kann ich mir die Bemerkung nicht verheizen, daß — machen Sie es immer so — es nicht zu verwundern ist, wenn Sie über schlechtes Geschäft klagen! Man verlangt von Ihnen für 30 M gute Bücher, mit denen Sie Ihren Kunden ehrlich und gut bedient, die Ihnen einen Nutzen von 10 M abgeworfen hätten. Sie aber geben sich alle Mühe, Ihren Gewinn zu schmälern; Sie kriegen es fertig, diesen Verdienst auf 90 s herunter zu debattieren.

B.: Aber, bedenken Sie doch, Kollege, die ideale Seite unseres Berufes! Darin finde ich eben, zum Unterschiede vom Kaufmann, meine Bestriedigung, daß ich mir meiner Stellung als Träger der Kultur stets bewußt bin und als solcher es für meine Pflicht und Schuldigkeit erachte, diejenigen, die mich mit ihrem Vertrauen beehren, so gut und so billig wie möglich zu bedienen. Denn, je billiger die Litteratur, desto mehr verbreitet sie sich, desto mehr erfüllt sie ihre Bestimmung, desto mehr wirkt sie im Dienste der Menschheit! Dagegen kann niemand etwas einwenden!

B.: Ich würde ganz Ihrer Ansicht sein, lieber Bonmarché, wenn wir Sortimentler von Mondscheinlicht und Morgenduft leben könnten. So lange aber dies nicht der Fall, so lange wir uns und unsere Familie ernähren, Steuern, Abgaben zahlen, Spesen tragen, Schulden bezahlen müssen, — so lange ziehe ich doch stets dasjenige ehrliche Geschäft vor, das mir den meisten Vorteil bringt, sofern ich niemand damit schädige. Was soll es mir nützen, wenn ich mein Publikum durch Herausstreichen des billigen Preises geradezu verwöhne, so daß die Käufer schon stutzig werden, wenn man für ein gut ausgestattetes Buch mehr als eine

Mark verlangt? Was bleibt uns denn bei dieser Pfennigkrämerei? Wiegt das billigste Buch etwa weniger als das teure; nimmt es weniger Raum ein, kostet es uns also weniger Fracht und Lagermiete? Geht es so fort, lieber Bonmarché, so verwandeln wir uns noch in Händler mit bedrucktem Papier, pro Kilo so und so viel Pfennige, die Waagschale mitten auf dem Ladentisch.

B.: Wenn Sie von Fracht und Spesen reden wollen, so rügen Sie lieber den Unfug, den die Verleger mit ihren Prospekten treiben; die Zeitschriften stroyen davon und das kostet das Jahr über manche Mark mehr an Fracht. Aber ich bin nicht so thöricht, meine Betriebskanäle durch diese Prospektseuche infizieren zu lassen! Da, sehen Sie diesen Haufen aller möglichen Prospekte in der Ecke. Ich lasse jedes Journal sorgfältig vor dem Versenden durchsehen und alles Hineingelegte wieder hinauswerfen, zumal einige Verleger dem Publikum auch direkte Zusendung versprechen.

B.: Aber, um Himmelswillen, schneiden Sie sich denn da nicht ins eigene Fleisch? Wer soll denn — nachdem die unfruchtbare Pladerei der Ansehenssendungen jetzt so ziemlich abgethan ist — Ihre Kunden auf dies oder jenes Werk ausreichend aufmerksam machen, thut es nicht die Anzeige, der Prospekt? Dazu kommt, daß es gerade die gangbarsten und lohnendsten Sachen sind, die mittelst Prospektes angekündigt werden. — Auch ich sehe meine Journale genau nach, aber nur um den beiliegenden Prospekten meine Firma aufzustempeln. Dieser Stempel macht das etwaige verlegerische Versprechen direkter Sendung meist unschädlich, denn meine Journal-Abnehmer sind in der Regel meine ständigen Kunden und gönnen dem bekannnten Nachbar doch meistens mehr als dem entfernten Verleger. Entschlüpft dem Neze auch ab und zu ein Fisch; der Fischer sßt doch ruhig weiter! Sind so die Prospekte alle gestempelt, dann lasse ich sie gerade so sorgfältig wieder hineinlegen, wie Sie sie hinausthun. Doch ich will nicht weiter stören, sonst betrachten Sie mich am Ende auch als Prospekt — — — darum adieu, wünsche gute Geschäfte, Kollege Bonmarché! Nichts für ungut!

Berlin.

* * *

Beilagen in Zeitschriften.

In Nr. 287 des Börsenblattes v. J. spricht »Einer für Viele« gegen die Menge von Beilagen in den Wochenschriften als durch ihr Gewicht den Sortimentler schädigend.

Nun brachte jüngst eine Jagdzeitung einen sehr umfangreichen Prospekt über Meyers Konversations-Lexikon von der Bolm'schen Buchhandlung in Düsseldorf ausgegeben, die den Bezug des Lexikons gegen Ratenzahlungen von 3 M monatlich anbietet! Wer es nicht liebt, seine Kunden an derartige Bezugsbedingungen zu gewöhnen und für Konkurrenten zu arbeiten, der wird ohne Zweifel solche Beilagen vernichten, wenn er nicht schon in Leipzig alle Beilagen herausnehmen läßt. Ich meine aber: im Interesse des Sortimenters sollte der Journalverleger solche Beilagen gar nicht annehmen!

Mannheim.

F. Memnich.

Anmerkung d. Red. — Die gleiche Beilage wurde uns noch von einem anderen Sortimentler eingesandt, welcher sie in seiner Kon- tinuation eines großen illustrierten Blattes gefunden hatte.