

ein Preis von 100 £ versprochen wurde. Aus allen Teilen des Landes liefen Antworten mit Vorschlägen ein. Nach kurzer Zeit erhielt jeder von den Bewerbern einen Brief, worin ihm angezeigt wurde, daß er sich unter den fünf Ausgewählten befinde, unter die der Preis verteilt werden würde. Nach Einsendung von 15 sh. als Jahresbeitrag für die zu gründende Zeitung würde der „glückliche Gewinner“ einen Check auf seinen Gewinnanteil erhalten. Ein Menge von naiven Leuten ließ sich auf diese Weise zur Ab-

sendung des verlangten Geldes bestimmen. Natürlich hörten die unglücklichen Opfer der betrügerischen Spekulation nichts mehr von ihrem Gewinn. Einem Detektiv gelang es, den unternehmenden Schwindler bei der Empfangnahme von Briefen zu überlisten. Es ist ein sechsundfünfzigjähriger Mann, der gegenwärtig beschäftigungslos herumgeht und sich ohne viel Anstrengung zu einem Verdienste verhelfen wollte.

Sprechsaal.

Zum Novitäten-Vertrieb.

Es wird viel geklagt und es ist auch schon viel geschrieben worden über den lässigen Vertrieb der Novitäten und dessen geringen Nutzen, ich glaube aber, diese Klagen würden verstummen, wenn die Novitäten rationeller vertrieben würden, und ich erlaube mir daher, den Herren Kollegen vom Verlag sowohl, als auch denen vom Sortiment einen Vorschlag zu unterbreiten.

Während meiner Gehilfenzeit lernte ich in einer großen, sehr geachteten Sortimentbuchhandlung nachstehende Einrichtung kennen.

Nachdem die Novitäten ausgepackt waren, erhielt sie der Chef oder dessen stellvertretender Gehilfe zum Auszeichnen und schrieb dabei auf die Faktur gleich die Namen der Interessenten, worauf ein Lehrling den ersten Namen auf einen Zettel oder Makulaturumschlag notierte und in das betreffende Buch steckte, resp. das Buch in den betreffenden Umschlag legte. Nachdem die Novitäten an diese Adressen versandt waren, nahm der Lehrling die Fakturen wieder vor, legte über jede Novität einen sogenannten Novitätenzettel (aus Konzeptpapier, 85 mm hoch, 70 mm breit) an, auf dem er Autor, Titel, Ordinär-, Netto- und Barpreise und links davon den Verlagsort, rechts den Verleger und schließlich auch die Anzahl notierte, dann wurde ein Strich gemacht und der Reihe nach darunter die auf der Faktur vermerkten Namen der Interessenten verzeichnet. Beim ersten Namen wurde der Tag der Expedition, also der Tag des Eintreffens der Bücher, notiert. Diese so angelegten Zettel wurden in einem passenden Kasten, alphabetisch geordnet, aufbewahrt. Kam nun von einem Kunden eine Ansichtsendung zurück, so wurde sie ausgethan, und falls etwas behalten war, dieses auf dem Novitätenzettel mit „beh.“ bezeichnet. Aus dem Zettel war nun für die Folge gleich ersichtlich, ob noch Interessenten vorhanden waren, ob weitere Exemplare nachbezogen werden mußten und wie, da bar vielleicht billiger. Die nachbezogenen Exemplare wurden mit Datum der Faktur auf dem Novitätenzettel auch eingetragen, damit gleich zu ersehen war, wieviel Exemplare im ganzen da sein mußten.

Hatte der Kunde etwas als nicht behalten bezeichnet, und das Buch fehlte jedoch, so wurde durch ein eigens dazu vorhandenes Formular angefragt und dieses auch auf dem Novitätenzettel vermerkt.

Die zurückgekommenen Novitäten ordnete sich der Lehrling nach dem Alphabet und expedierte in der gleichen Weise an die weiteren auf dem Novitätenzettel vermerkten Interessenten. Waren auf diese Weise alle Interessenten bedacht worden, so erhielt der Chef den Novitätenzettel wieder, um zu sehen, ob vielleicht der eine oder andere Interessent übersehen war. Auf diese Weise kam es vor, daß einzelne Novitäten ein ganzes Jahr hindurch liefen, sie würden aber, da ihre Verschreibung einmal Spesen verursacht hatte, auch richtig ausgenutzt.

Sechs Jahre lang habe ich als Besitzer einer Sortimentbuchhandlung diese Praxis des Novitätenvertriebes ausgeübt und ich kann sagen, daß ich mich über einen schlechten Erfolg nicht zu beklagen gehabt habe.

Diese Novitätenzettel haben aber noch andere Bedeutung für den Sortimenter: 1.) hat er eine genaue Uebersicht, was er von Novitäten am Lager hat; 2.) wenn jemand nach einer Novität fragt (oder sie vom Verleger zurückverlangt wird), weiß er sofort, wer diese zur Ansicht hat, und kann sie gleich zurückholen lassen und seinen Kunden schnellstens befriedigen; 3.) hat er in einem zweifelhaften Falle zur Ostermesse einen Anhalt, ob verkauft oder noch ausstehend, und 4.) erscheint oft zu einem wissenschaftlichen Werke noch nach Jahren ein Anhang oder eine neue Folge, ohne daß dies aus dem Hauptwerk zu ersehen war, sodaß auch keine Kontinuationsliste angelegt worden ist — nun braucht bloß der Novitätenzettel herausgenommen zu werden, um zu sehen, wer das Hauptwerk gekauft hat, und hierdurch sieht der Kunde wieder, daß er aufmerksam bedient wird.

Mein Vorschlag geht nun dahin, daß sich alle Sortimenter solche Novitätenzettel selbst anlegen, oder aber, was ich für noch besser halte: die Verleger geben beim Versenden jeder Novität je ein Exemplar der nachstehenden drei Novitätenzettel mit, und zwar den ersten in folgender Form:

Sechsbundeljähriger Jahrgang.

Rüdinger, weil. Prof. Dr. N.: Cursus der topographischen Anatomie. 4. Aufl. Bearb. v. Assist. Dr. Wilh. Höfer. Mit 80 zum Thl. in Farben ausgeführten Abbildgn. gr. 8°. (223 : 160 mm. XII, 221 S.) München, J. F. Lehmann's Verl. n. 9.— (495 gr); geb. n. 10.— (578 gr.)

am .. erhalten Ex. ... à c. ... fest. ... bar 6.75 11/10 unter Ber. 7.50
6.50 des Einbandes 7.20

(Raum zum Auftragen der Interessenten.)

für den Novitätenvertrieb und gleichzeitig zur Anlage eines alphabetischen Zettel-Lagerkatalogs der Novitäten; den zweiten in folgender Form:

Medizin.

Rüdinger, weil. Prof. Dr. N.: Cursus der topographischen Anatomie. 4. Aufl. Bearb. v. Assist. Dr. Wilh. Höfer. Mit 80 zum Thl. in Farben ausgeführten Abbildgn. gr. 8°. (223 : 160 mm. XII, 221 S.) München, J. F. Lehmann's Verl. n. 9.— (495 gr); geb. n. 10.— (578 gr.)

als Schlagwort-Katalog zu verwenden; den dritten in folgender Form:

Lehmann's Verlag, J. F., München.

Rüdinger, weil. Prof. Dr. N.: Cursus der topographischen Anatomie. 4. Aufl. Bearb. v. Assist. Dr. Wilh. Höfer. Mit 80 zum Thl. in Farben ausgeführten Abbildgn. gr. 8°. (223 : 160 mm. XII, 221 S.) München, J. F. Lehmann's Verl. n. 9.— (495 gr); geb. n. 10.— (578 gr.)

zur Anlage eines Verlagskatalogs auf Zetteln.

Bei diesen von den Verlegern herzustellenden Novitätenzetteln habe ich die Größenverhältnisse, Stärke und das Gewicht der Bücher hinzugefügt für etwaige direkt zu beziehende Nachbestellungen.

Natürlich müßten sich vorher die Verleger über eine bestimmte Größe und Ausführung der Zettel einigen. Die Belastung der Verleger durch diese Zettel ist eine so geringe, daß dieselben durch den rationellen Novitätenvertrieb und den erzielten Mehrabsatz sehr schnell entschädigt würden.

Um eine Gleichheit in Satz und der ganzen Ausstattung zu erhalten, wäre es sehr wünschenswert, wenn diese Novitätenzettel natürlich auf Kosten der Verleger in einer Centrale hergestellt und vor dem allgemeinen Versand der Novitäten sämtlichen wirklichen Sortimentbuchhandlungen gratis zugestellt würden. Bei der Herstellung der Novitätenzettel in einer Centrale könnte aber nur die J. C. Hinrichs'sche Buchhandlung, Katalog-Konto, in Frage kommen und würden sich da auch diese Zettel wohl am billigsten herstellen lassen, weil diese den Satz bereits hat. Allerdings müßten die Verleger die Novitäten der J. C. Hinrichs'schen Buchhandlung vor der allgemeinen Versendung zustellen, damit die Novitätenzettel spätestens mit den Novitäten bei den Sortimentern eintreffen. Auch wäre der Novitätenzettel gleichzeitig eine letzte Mahnung für die säumigen Sortimenter, die trotz Cirkular und Inserate nicht bestellt haben.

Es würde mich freuen, wenn Verleger und Sortimenter im beiderseitigen Interesse, vielleicht auch die Verleger- und die Kreis- und Ortsvereine diesem Plane näher treten und sich darüber äußern wollten.

B. K.,

ein Verleger, der vor zehn Jahren elf Jahre Sortimenter war.