

Diese Methode hat nur den einen Fehler, daß dabei die Kontinuationen langsam, aber sicher zurückgehen, daß kein genügender Ersatz geschafft wird zur Deckung der Ausfälle, wie sie durch Tod und Verzug und die gegen früher erheblich größere Unbeständigkeit des Publikums in jedem Geschäft unvermeidlich sind. Ganz abgesehen davon, daß dabei nie eine Weiterentwicklung des Zeitschriftengeschäfts, eine Hebung des Abonnentenstandes zu erzielen ist.

Wie mit den Journalen verfährt man meist auch mit den Lieferungswerken; die Adressschleifen werden nach einer vom Chef oder vom ersten Gehilfen aufgestellten Liste ausgeschrieben, die Hefte ausgetragen und dann ihrem Schicksal überlassen. Das ist denn auch meist kein glänzendes, wie u. a. daraus hervorzugehen scheint, daß diese Betriebsart bei volkstümlichen Werken von den Verlegern mehr und mehr verlassen wird. Statt dessen hat sich der Vertrieb der gebundenen Werke auf Ratenzahlung eingebürgert, der hauptsächlich den Spezialisten des Fachs, den Reisebuchhändlern zu gute kommt.

Ein wenig hat sich das Geschäft gegen früher aber doch geändert, indem das Auffuchen von Bestellungen, die Vorlage geeigneter Werke in Bureaus usw. bei einem Publikum, das mehr »second class« ist, von einzelnen Firmen in das Programm aufgenommen worden ist. Z. B. kann eine Architekturbuchhandlung, die über einen Stadtreisenden verfügt, ihren Absatz auf vollständige und Fachwerke in Lieferungen sehr heben, wenn sie große Baubureaus aufsuchen und deren Angestellte bearbeiten läßt. Eine Buchhandlung, die Zugang zu Behörden hat, wird gewisse Literaturgattungen ebenfalls auf dem Wege der »Kolportage« in größerem Maßstabe verbreiten können. Dazu gehören nur geeignete Persönlichkeiten als Vertreter.

Hiermit kommen wir in medias res. Heutzutage Abonnenten — nicht gelegentlich einen, sondern solche in der Mehrzahl — zu erhalten, gleich, ob auf Zeitschriften oder Lieferungswerke, sofern solche sich an das große Publikum wenden, ist fast nur noch durch unmittelbare persönliche Eintwirkung, durch die Macht des gesprochenen Wortes seitens »redegewandter Herren und Damen« möglich.

Man braucht dabei nicht allein an die untere Schicht der Bevölkerung zu denken, welche keine Buchhandlungen aufsucht und selbst zu Weihnachten nur ein »Grossobuch« im Warenhause oder in der Papierhandlung ersteht. Wenn man die Abonnentenlisten der Abonnentensammler durchsieht, findet man darin auch die mittlere Schicht, selbständige Gewerbetreibende, subalterne und Privatbeamte und vor allem bei geeigneten Gegenständen die Frauen des Mittelstandes zahlreich vertreten.

Daß dieser für den Buchhandel nicht undankbare Teil der Bevölkerung noch mehr herangezogen werden könnte, läßt sich nicht bestreiten. Das Haupthindernis hieran liegt in der jetzigen Beschaffenheit der Reisenden, die meist nicht dem Bildungsniveau des mittleren Publikums entsprechen. Ein Reisender hat aber nur bei den Personen Erfolg, in deren Denkungsart er sich hineinleben kann. Deshalb wendet sich der aus »kleinen« Kreisen hervorgegangene Reisende instinktiv wieder an kleine Leute, und daher gehört bei der durch Reisende gewonnenen neuen Kundschaft in der Regel ein ganz bedeutender Prozentsatz der Klasse der Arbeiter an, die sich aus erklärlichen Gründen nicht so leicht zu Dauerkunden entwickelt und für den Buchhändler daher von zweifelhaftem Werte ist.

Die Verbesserung der Beschaffenheit der Reisenden würde unbedingt eine Verbesserung der Ergebnisse dieser Vertriebsform im Gefolge haben. Der Sortimentler, der den Buchhandel als Geschäft betreibt und nicht nur in Betätigung seines ihm innewohnenden idealen Sinnes zum

Besten vaterländischer Kultur, sollte daher sein Augenmerk darauf richten, einen tüchtigen, gebildeten Mann für den Außendienst zu bekommen. An Beschäftigung für ihn würde es nicht fehlen; geeignete Objekte sind immer vorhanden, und das Arbeitsfeld würde sich über die Grenze des Wohnorts der Buchhandlung unschwer erweitern lassen.

Im kaufmännischen Leben ist der »Stadtreisende« eine alltägliche Erscheinung geworden; er ist in vielen Branchen eine selbstverständliche Phase in der Entwicklung des jungen Kaufmanns. Sollte unserm Gehilfenstande nicht auch ein wenig Bewegung in der frischen Außenluft gut tun? Würden sich nicht auch bei uns eine Anzahl junger Leute finden, die Reigung und Beruf in sich verspüren, den Löwen in der Höhle, wollte sagen, das Publikum an seiner Arbeitsstätte oder in seinem Heim aufzusuchen? Hier zeigt sich selbst für den Gehilfen ein Weg zum Weiterkommen, zur Erreichung besserer Befoldung, da bestimmte Provisionsätze für die erzielten Bestellungen das Gehalt in schönster Weise nach oben abrunden würden. Also statt der jetzt beliebten, den einzelnen Orten »individuell« angepaßten Normalgehaltssätze — Erzielung höherer Einnahmen durch eigene Tüchtigkeit und Findigkeit!

Der Chef kann mit bestimmten Aufträgen die Besuche des Publikums beginnen lassen und in der Richtung der erzielten Erfolge fortsetzen. Zu zartbesaitete Herren, die sich das Leben lieber aus der Vogelperspektive ansehen und vor jeder Berührung mit der rauhen Wirklichkeit zurückschrecken, werden allerdings bald reumütig in den sicheren Schutz des Ladens zurückkehren und — weiter auf Kunden warten.

In einem vor kurzem in der Fachpresse erschienenen Aufsatz warnt ein Sortimentler die Kollegen davor, Reisende zu »drillen«, weil diese nach einiger Zeit sich selbständig machen und die Kundschaft mitnehmen könnten. Aus den seit 1870 von den Sortimentern und Verlegern angelernten Reisenden und Kolporteurs sei der größte Teil der heutigen Kolportagebuchhändler hervorgegangen. Dann darf der Buchhandel auch keine Lehrlinge mehr ausbilden, denn die meisten neu entstehenden Buchhandlungen werden von Männern begründet, die ihren »Drill« von den vorher bestandenen Sortimentern und Verlegern erhalten haben.

Und was das »Mitnehmen der Kundschaft« betrifft, so ist diese geschäftliche Transaktion doch auch nicht so einfach, wie der betreffende Sortimentler meint. Ja, wenn der »Börseverein« nicht wäre! Bislang hat sich nur der »Central-Verein Deutscher Buch- und Zeitschriftenhändler«, dessen Mitglieder in erster Linie hierdurch berührt werden, mit dieser Frage beschäftigt. Er hat mit den in Betracht kommenden Zeitschriftenverlegern und Grossisten ein Abkommen getroffen, wonach über solche »Kunden« oder besser »Abonnenträuber« die Bezugssperre verhängt wird. Dieses Radikalmittel hat bereits die wenigen Male, wo es nötig geworden, prompt gewirkt. Wieviel mehr, wenn sich der Börseverein selbst der Sache annehmen würde!

Der Sortimentersbuchhandel sollte sich unter keinen Umständen von einer Vertriebsform fernhalten und ausschließen, die überall im kaufmännischen Leben, im Versicherungswesen usw. begeisterte Aufnahme gefunden hat und zu einer direkten Notwendigkeit geworden ist; sonst kommt er mehr und mehr ins Hintertreffen und ist wenigstens für einen Teil der literarischen Volksbeköstigung auf die Brocken angewiesen, die ihm fortgeschrittenere Geschäftsleute übrig lassen. Die Zeiten, wo die Sortimentersbuchhändler einer Stadt diese als ein sicheres Dominium betrachten konnten, sind längst dahin. Heute sind die Reisebuchhandlungen, die Kolportagebuchhandlungen und die Reisekolonnen der Verleger bei ihrer für das Sortiment kaum wahrnehmbaren Arbeit, um das literarische Bedürfnis breiter