

Privatdrucke, als auf denen ihrer Fachliteratur. Der gute Verkäufer kennt seine Pappenheimer, und solange er sie nicht kennt, ist er vorsichtig.

Es ließe sich noch manches über den guten Verkäufer sagen, aber man kann ihn, wie alles wirklich Gute, nicht erschöpfen. Daß er mit Damen umzugehen verstehen muß, ist selbstverständlich. Er muß sich im Verkehr mit ihnen wie mit allen seinen Kunden Vertrauen und Zuneigung zu verschaffen wissen, so daß jene schwer definierbare fruchtbare Atmosphäre entsteht, die den Aufenthalt im Laden gemütlich und angenehm macht, und die gelegentlich »zu den teuersten Weinen hinreißt«.

Im engsten Zusammenhang mit der Pflege des Ladenverkehrs steht die Pflege des Schaufensters. Hier kann man einige klare Forderungen aufstellen. Das Schaufenster muß einen Gesamteindruck geben. Die ausgestellten Bücher müssen »zusammengehen«. Es muß die wichtigsten Neuerscheinungen regelmäßig zeigen und immer, immer Charakter haben. Das ist nicht leicht, und doch nicht so schwer, wie es aussieht. Es soll möglichst an einer Gruppenteilung der Wissenschaften während des ganzen Jahres festgehalten werden, immer aber muß eine Einteilung in Gruppen wenigstens erkennbar bleiben. Das vielfach noch übliche Kraut- und Rüben-Durcheinander ist der Tod jedes Interesses. Schließlich muß derjenige, der das Schaufenster besorgt, über einen wenn auch bescheidenen Schatz von Ideen verfügen, er muß auch einen Begriff haben von den Gesetzen der Farbwirkungen und wissen, daß es kalte und warme Farben gibt, mit denen man abwechseln muß. Schließlich muß er sich durch den Augenschein überzeugen, daß von außen alles bequem gesehen und gelesen werden kann, was gesehen und gelesen werden soll. Auch hier fehlt es häufig. Man sieht noch immer große Tafelwerke sich unmittelbar an der Scheibe breit machen, während die kleinen Titel im Hintergrund kein Mensch entziffern kann. Niemand hat es so sehr erkannt wie unser Schlaumeier Karl Robert L., von welcher Wichtigkeit ein deutlicher Buchtitel ist.

Der Ansichtsversand ist das Schmerzenskind des Buchhandels, und es gibt viele Firmen, die ihn nicht mehr betreiben oder ihn langsam absterben lassen. Sicher ist, daß hier zu wenig mehr ist als zu viel. Es käme auf eine Probe in größerem Umfang an, ob es nicht möglich ist, diesem immerhin wertvollen Absatzmittel dadurch wieder Geltung zu verschaffen, daß man regelmäßige Zustell- und Abholtag einrichtet für die in Betracht kommenden Kunden. Es entzieht sich unserer Kenntnis, ob solche Versuche schon gemacht wurden, und mit welchem Erfolge. Durchaus gebrochen werden muß mit der Ansicht, daß sozusagen jede Neuigkeit zu verschicken sei. Die große Masse der Neuerscheinungen, die von allgemeinem Interesse sind, zu verschicken, ist meist ganz zwecklos. Es ergibt sich dadurch höchstens die unangenehme Wirkung, daß das Buch auf Lager fehlt, wenn es gebraucht wird, während es bei den Kunden herumliegt.

Im engen Zusammenhang mit dem Ansichtsversand steht der Versand von Prospekten. Beide sind erfolgreich nur möglich auf Grund sorgfältig geführter Interessentenlisten, die merkwürdigerweise heute sogar noch in manchen großen und gutorganisierten Geschäften fehlen. Das Gedächtnis ist gewiß eine schöne Sache, aber es hat auch das beste Gedächtnis die Tendenz zur Faulheit, will sagen zur Vereinfachung, wie sein Besitzer. Wer sich beim Versand von Prospekten nur auf sein Gedächtnis verläßt, der wird immer wieder eine Gruppe von Lieblingskunden überhäufen und andere, die vielleicht in dem besonderen Falle ein stärkeres Interesse haben, vernachlässigen. Die Art des Prospektversandes hat sich vollkommen geändert. Man verschießt heute erfolgreich nur noch Prospekte von wirklich bedeutungsvollen Neuerscheinungen. Auch hier führt nur eine peinlich individualisierende Tätigkeit zum Erfolg.

Das gilt vor allem auch für die Behandlung des Personals. Ein guter Verkäufer, der zugleich ein guter Dekorateur ist, ist Goldes wert und muß entsprechend bezahlt werden. Eine Einführung von Absatzantiemen liegt durchaus im Interesse des Geschäftsinhabers. Diese Antiemen machen gewiß nicht aus einem schlechten Verkäufer einen guten, aber sie fördern und beflügeln die Kunst des Verkaufens, die in Wahrheit eine edle ist. Man soll auch den guten Verkäufer nicht mit internen Arbeiten überlasten, die besten haben manchmal wenig Sinn für Genauigkeit. Man braucht sie deshalb nicht zu behandeln wie ein rohes Ei, aber der Sinn für die Bedeutung dieser Fähigkeit und für ihre Ausbildung bedarf im Buchhandel entschieden noch größerer Vertiefung.

Wenn wir nun noch hinzufügen, daß ein modernes Geschäft nicht gedeihen kann ohne ausgiebige Beleuchtung, worunter vor allem auch eine kräftige Außenbeleuchtung zu verstehen ist, so haben wir wohl so ziemlich die kleinen Mittel erschöpft, von denen wir zu sprechen uns vorgenommen hatten. Auch sie nützen natürlich nur solchen Betrieben, die auf gesunder Grundlage stehen. In Zwerggeschäften in unglücklicher Lage lockt die schönste Außenbeleuchtung und der beste Verkäufer keine Kunden hinein. Ob es ein Mittel gibt, den Bedarf an Büchern überhaupt zu steigern und vor allem in denjenigen Schichten zu erwecken, die uns vorläufig noch verschlossen sind, das soll in einer zweiten Betrachtung erörtert werden, wenn sich für die heutigen Ausführungen Interesse zeigt.

Sixtes.

Süddeutsche Buchhändlermesse in Stuttgart vom 16. bis 18. Juni 1912.

(Schluß zu Nr. 157 u. 158 d. Bl.)

An dem unsere Zinimesse abschließenden Dienstag findet seit Jahren nachmittags und abends eine wirkliche Buchhändlerfamilienfeier statt, zu der auch die Angestellten mit ihren Angehörigen eingeladen sind. Die Stuttgarter Buchhandlungen halten an diesem Nachmittag, soweit das ein Werktag so ohne weiteres gestattet, die Kontore geschlossen und beurlauben alles irgend entbehrliche Personal, was sich an dem Feste beteiligen will oder kann. Für heute lautete die Einladung auf 3,50 Uhr zu einem

Ausflug mit Sonderzug nach Eßlingen a. N.

Sammelstelle war die architektonisch bedeutende, einst als die schönste in Deutschland gerühmte Vorhalle des Stuttgarter Hauptbahnhofs. Dieses Kunstwerk wird nun leider dem schon begonnenen Neubau des Bahnhofs wohl bald zum Opfer fallen. In der schönen Halle »unter der Uhr«, wo sich in Stuttgart alles zusammenschaart, was Gesellschaftsausflüge mit der Bahn vorhat, fanden sich annähernd 800 Damen und Herren, diesmal die ersteren weitaus in der Überzahl, zum Ausflug ein.

Was nicht in dem auch heute wieder von Erwin Nägele freundlich zur Verfügung gestellten, eleganten Auto unterkam, in dem Otto Petters alljährlich an diesem Dienstag sein Mittagsschlafchen zu halten versucht, — es gelingt ihm das je nach Temperament seiner Fahrtgenossen nicht immer ganz, — das fand vollends in dem langen Sonderzug bequem Platz. Nur der Dirigent des ganzen Vergnügens nicht. Er trieb offenbar seine Aufopferung etwas zu weit. Daß er für sich und seine dienstbaren Geister zur größeren Bequemlichkeit anderer auf seine Plätze im Zuge ganz verzichtete, hätten wir nicht gedacht. Aber er fuhr wirklich mit zwei schnell beschafften Mietautos nebenher oder hinterdrein, wie es die Längen- und Kurvenverschiedenheiten seines Weges vom unfrigen eben zuließen. Die von mir schon gebrandmarkt Frau Juma bemächtigte sich hierbei wieder der unglaublichsten Gerüchte. Man munkelte sogar, daß er, der doch unter der Uhr der erste zur