



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint werktätlich. Für Mitglieder des Börsenvereins ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag eingeschlossen, weitere Exemplare zum eigenen Gebrauch kosten je 30 Mark jährlich frei Geschäftsstelle oder 36 Mark bei Postüberweisung innerhalb des Deutschen Reiches. Nichtmitglieder im Deutschen Reich zahlen für jedes Exemplar 30 Mark bez. 36 Mark jährlich. Nach dem Ausland erfolgt Lieferung über Leipzig oder durch Kreuzband, an Nichtmitglieder in diesem Falle gegen 5 Mark Zuschlag für jedes Exemplar.

Die ganze Seite umfaßt 360 viergespalt. Petitzellen, die Zeile oder deren Raum kostet 30 Pf. Bei eigenen Anzeigen zahlen Mitglieder für die Zeile 10 Pf., für $\frac{1}{2}$ S. 32 M. statt 36 M., für $\frac{1}{4}$ S. 17 M. statt 18 M. Stellensuche werden mit 10 Pf. pro Zeile berechnet. — In dem illustrierten Teil: für Mitglieder des Börsenvereins die viergespaltene Petitzelle oder deren Raum 15 Pf., $\frac{1}{2}$ S. 13.50 M., $\frac{1}{4}$ S. 26 M., $\frac{1}{8}$ S. 50 M.; für Nichtmitglieder 40 Pf., 32 M., 60 M., 100 M. — Beilagen werden nicht angenommen. — Beiderseitiger Erfüllungsort ist Leipzig.

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 22.

Leipzig, Donnerstag den 28. Januar 1915.

82. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Das Weihnachtsgeschäft im Kriegsjahre 1914.

Ergebnis unserer Kundfrage (vgl. Bbl. 1914, Nr. 300).

I.

Der allgemeine Eindruck.

Je ausgedehnter und komplizierter unser Wirtschaftskörper mit allen seinen Organen geworden ist, desto mehr mußte er unter den Einwirkungen des Krieges leiden. Die anfangs unvermeidliche Ungewißheit über die Entwicklung der Dinge zeitigte allgemein einen Zustand der Lähmung, der sich namentlich während der Mobilmachung und der ersten Wochen des Krieges bemerkbar machte. Kein Wunder, daß die Beziehungen der Menschen zu den Büchern eine ganze Weile gelodert schienen und daß erst das Bedürfnis nach Kriegskarten und Sprachführern die Kundschaft wieder in die Buchhandlungen lockte. Verhältnismäßig schnell fand sich der Verlagsbuchhandel in die neue Lage. Ermutigt durch die ersten stürmischen Erfolge unserer Truppen und gestärkt im Vertrauen auf einen günstigen Ausgang des Krieges trug er innerhalb weniger Monate den geänderten Bedürfnissen des Marktes nicht nur in ausreichendem Maße Rechnung, sondern eröffnete auch im Rahmen dieser Neugestaltung unter sich einen lebhaften, wenn auch nicht sehr ideenreichen Wettbewerb. Diese Entwicklung der Dinge besserte zusehends auch die Lage des Sortimentbuchhandels. Aber wie der Verleger mit Sorge auf die Vorräte der Bücher blickte, deren Inhalt nicht in der herrschenden Gedankenrichtung lag, wie er manches aussichtsreiche Manuskript für bessere Zeiten im Pulte ungedruckt schlummern lassen mußte, so konnte der Sortimenter nur mit starker Beunruhigung seine Lagerbestände mustern, deren Verkauf ihm sonst den besten Teil seiner Existenz gewährleistete, nach denen aber das Publikum jetzt verschwindend wenig Verlangen trug. Die Verwandlung des offenen Feldkrieges in einen Positionskampf legte dem Publikum eine neue Geduldsprobe auf. Immer näher rückten der Winter und das Weihnachtsfest heran. Im Buchhandel schob man die erforderlichen Vorbereitungen hinaus, in der stillen Hoffnung, daß die nächste Zeit eine günstige, den Geschäftsgang belebende größere Entscheidung bringen würde. Als diese ausblieb, wurden die Vorarbeiten für eine Reihe größerer Weihnachtskataloge eingestellt, und es erschienen Anzeigen im Börsenblatt, daß verschiedene Vertriebsmittel in diesem Jahre nicht erscheinen würden. In denjenigen Fällen, in denen man sich doch zur Herausgabe — meist in eingeschränkter Form — entschloß, begann man verhältnismäßig spät mit der Bearbeitung. Dadurch kam es, daß die Kataloge auch später als sonst erschienen und geliefert wurden, während eigentlich eine frühere Ausgabe in Anbetracht der durch den Krieg bedingten Verkehrsstockungen und Verkehrsstörungen notwendig gewesen wäre. Auch ein Teil der Weihnachtsneuigkeiten kam verspätet auf den Markt, so daß es dem Sortimentbuchhändler unmöglich war, sich rechtzeitig mit ihrem Inhalte vertraut zu machen. Es ist keine Frage, daß dadurch die Reklame- und Propaganda-Arbeit des Sortiments beeinträchtigt worden ist, wenn man auch annehmen muß, daß die Neigung zu umfangreichen und durchgreifenden Manipulationen anfangs nicht groß war.

Gleichwohl ist die Werbetätigkeit des Buchhandels in vielen Fällen zwar eingeschränkt, aber nur in wenigen ganz unterlassen worden; die vorhandenen Plakate fanden im allgemeinen Verwendung, inseriert wurde nicht viel. Der Erfolg war verschieden, ein Beweis dafür, wie sehr es auf den Gebieten der Reklame und Propaganda auf das „Wie“ ankommt. Verzeichnisse über Kriegsliteratur fanden meist günstige Aufnahme. Hier und da sind auch Ausstellungen veranstaltet worden. Gut und zweckmäßig ausgestattete Schaufenster hatten immer Erfolg. Besondere, den Zeitverhältnissen angemessene Reklame ist nicht viel gemacht worden. Eine größere Anzahl von Zeitungen hat den Aufruf von Thozky oder Rosegger zum Abdruck gebracht und sicher auf diese Weise zur Belebung des Bücherabsatzes beigetragen. Das Verhalten der Presse zum Buchhandel wäre eigentlich ein Kapitel für sich. In vielen Fällen wurde leider von vornherein auf den Versuch verzichtet, zu der Tagespresse in ein näheres Verhältnis zu treten. Wo es geschah, waren die Ergebnisse sehr verschieden. Selten stellte sich die Presse auf einen feindlichen Standpunkt, und dann meist nur in denjenigen Fällen, in denen sie sich mit dem Vertriebe von Zeitungsprämien oder selbst mit der Ausübung des Buchhandels befaßte. In einzelnen Fällen scheint man auch das Entgegenkommen von der Aufgabe von Anzeigen abhängig gemacht zu haben. Man hat den Eindruck, daß hier noch viel getan werden kann, wobei allerdings zu beachten ist, daß man sich in die Bedürfnisse der Zeitungen ein wenig hineindenken und nicht Unmögliches von ihnen verlangen soll. Von den Behörden und Vereinen war — die Schulen vielleicht ausgenommen — wenig Unterstützung zu spüren. Das Rote Kreuz hat in einigen Fällen kleinere Anschaffungen gemacht. Sonst scheinen hier durchweg Zurückhaltung und Sparsamkeit vorgeherrscht zu haben.

Die Unschlüssigkeit des Publikums, ob es den Zeitverhältnissen angemessen sei, in diesem Jahre überhaupt Weihnachten zu feiern, ist recht spät erst gewichen. Denn fast überall beobachtete man, daß der lebhaftere Ladenverkehr erst kurz vor dem Feste einsetzte, sich auf die letzten Tage zusammendrängte und dann teilweise geradezu bedrohliche Formen annahm. Erschwerend machte sich dabei vielfach der Personalmangel bemerkbar, der durch Einberufung der Angestellten hervorgerufen worden war. Als typisch für das verflossene Weihnachtsgeschäft möchte man eine Steigerung des Bar- und eine Minderung des Rechnungsverkaufes bezeichnen. Das Publikum mochte wohl fühlen, daß es in diesen Zeiten nicht angebracht sei, den Kredit des Buchhändlers über Gebühr in Anspruch zu nehmen. Vielleicht hatte es hier und da auch etwas von der Notwendigkeit läuten gehört, auf die Bezahlung der Buchhändlerrechnungen bedacht zu sein, und zog den Bareinkauf vor. Sollte es nicht möglich sein, diese Praxis mit in den Frieden hinüberzuretten? Die vielfach übermäßige Kreditgabe des Sortiments ist ja längst als Krebschaden unseres Berufes erkannt und mit Recht bemängelt worden. Es wurden vorzugsweise Bücher in niedriger und mittlerer Preislage gekauft. Teure Werke und Liebhaberausgaben fanden wenig Nachfrage.

Wie zu erwarten war, hat sich der Einfluß des Krieges auf