



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint werktäglich. 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. Petitzeilen, 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. Stellengesuche werden mit 10 Pf. pro Zeile berechnet. — In dem illustrierten Teil: für Mitglieder des Börsenvereins die viergespaltene Petitzeile 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. — Weideseitiger Erfüllungsort ist Leipzig

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 32.

Leipzig, Dienstag den 9. Februar 1915.

82. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Das Weihnachtsgeschäft im Kriegsjahre 1914.

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

XIII.

Rheinlande.

(XII siehe Nr. 31.)

Obgleich sich die Rheinlande von jeher durch reges geistiges Interesse auszeichnen und zu den besten Absatzgebieten des Buchhandels gehören, konnte man doch wegen der Nähe des Kriegsschauplatzes und des Darniederliegens von Handel und Industrie eine starke nachteilige Einwirkung auf das bücherkaufende Publikum befürchten. Glücklicherweise hat sich diese Befürchtung nicht erfüllt. Das Ergebnis des Weihnachtsgeschäfts in den Großstädten Düsseldorf und Köln kann im allgemeinen zufriedenstellend genannt werden. Auch in dieser Provinz macht man die Beobachtung, daß die abseits vom großen Verkehr gelegenen kleineren Plätze weniger unter dem wirtschaftlichen Druck zu leiden haben als die Großstadt. Aus Düsseldorf liegt ein ausführlicher Bericht vor, den wir im Wortlaute wiedergeben:

»In den ersten Wochen nach Kriegsausbruch herrschte sehr geringe Kauflust, sodaß die Einnahmen weit hinter denen des Vorjahres zurückblieben. Nach und nach änderte sich diese erschreckende Erscheinung zum Besseren, so daß schon seit Anfang September dieselben Einnahmen des vergangenen Jahres erzielt wurden. Die letzten Tage vor Weihnachten überboten sogar das bisher Dagewesene. — Hinzufügen muß ich, daß sich diese Einnahmen nur auf die Barverkäufe erstreckten, während die Rechnungverkäufe weit hinter denen der letzten Monate des Jahres 1913 zurückblieben. Das liegt an dem von mir besonders gepflegten Zweig des Buchhandels, der Buchkunst, wo Neuerscheinungen fast vollständig fehlten, auch war die Kauflust äußerst gering. Reklame habe ich nicht unternommen. Die liberale Düsseldorfer Zeitung wies von Zeit zu Zeit in Leitartikeln auf die Notwendigkeit des Bücherkaufs unter verschiedener Begründung hin. Diese Hinweise waren merklich wirksam. — Von Unterstützungen durch Vereine habe ich rein nichts bemerkt, so daß ich annehmen muß, daß der Buchhandel hierin wenig bedacht wurde. Nur von dem hiesigen Verein für freiwillige Liebestätigkeit erhielt ich einige Tage vor dem Fest eine große Bestellung.

Der überwiegende Teil der Einkäufe erstreckte sich in erster Linie auf patriotische, in zweiter auf religiöse Bücher. Kriegskarten, von denen in den ersten Wochen und Monaten Unmengen gekauft wurden, möchte ich nicht unerwähnt lassen. Hervorzuheben ist die Bevorzugung der Erscheinungen des 'Selben Verlages', der Firmen Mittler, Diederichs, Kiepenheuer, Beck, der Bücher von Traub, Rhoghly, der Romane von Bloem und Herzog.

Der Absatz an Jugendschriften war ebenfalls äußerst rege. Auch hier wurden solche patriotischen Inhalts bevorzugt.

Die Post hat, besonders auf den Strecken von Süddeutschland nach hier, bis zum Schluß vollkommen versagt. Größere Störungen wurden nur im Anfang bemerkt, jedoch dadurch beseitigt, daß alle Sendungen, bis zu den kleinsten Kreuzbändern, eingeschrieben oder unter Wertangabe bestellt und auch von hier aus befördert wurden. Es sind hierdurch allerdings nicht unerhebliche Spesen entstanden, die aber allenthalben auf

das Publikum abgewälzt wurden. Es sind recht viele Bücher und Zeitschriften ins Feld gesandt worden. Das machte sich besonders an den Tagen bemerkbar, an denen die Post Sendungen bis zu 500 Gramm zuließ. Ausländische Bücher (mit Ausnahme von Zeitungen und den bekannten Selbst- und Weißbüchern) wurden nicht empfohlen und auch nicht verlangt. Es ist mir nicht aufgefallen, daß die Warenhäuser und nichtbuchhändlerischen Geschäfte während des Krieges das Publikum mehr an sich zu fesseln wußten als in normalen Zeiten. In den meisten Fällen ließ sich das Publikum beraten.

Aus einer anderen Antwort entnehmen wir, daß das Ergebnis um ein Drittel geringer als das des Vorjahres war. Allerdings ist eine besondere Weihnachtspropaganda nicht gemacht worden. Der Einfluß des Krieges machte sich bei der Auswahl der Geschenkwerke ebenfalls durch Bevorzugung der vaterländischen und religiösen Erscheinungen bemerkbar, auch auf dem Gebiete der Jugendschriften. Bücher für das Feld wurden wenig, ausländische Werke gar nicht gekauft. Das Publikum hat sich vorzugsweise beraten lassen.

Eine Firma aus Köln schreibt: »Das Weihnachtsgeschäft war in diesem Jahre bei uns etwa 20 Prozent schlechter als im Vorjahre, was wir der Einwirkung des Krieges zuschreiben. Es zeigte in diesem Jahre eine auffallende Verschiebung nach den letzten Wochen zu. Während die beiden ersten Wochen des Dezember ein äußerst schlechtes Geschäftsergebnis aufwiesen, übertraf es in den letzten Wochen vor Weihnachten alles bisher Dagewesene. Es wurde sehr viel gekauft, vorwiegend Romane patriotischen Inhalts und Bücher über den bisherigen Kriegsverlauf. Besonders bevorzugte Einzelercheinungen waren die Romane von Bloem, die Bücher von Kiepenheuer in Weimar, das Buch 'Der Völkerring' von Hoffmann in Stuttgart und das Bilderbuch von Arnim und Uzarski bei Ohle in Düsseldorf. Die Reklame war fast die gleiche wie sonst. Ausstellungen machen wir nicht mit, wir halten sie sogar für schädlich, und auf die Intervention öffentlicher Stellen und von Vereinen verzichten wir am liebsten. Die Zeitungsreklame ist sehr teuer und daher für das Sortiment fast unerschwinglich. Entgegenkommen bei Zeitungen gibt's in der Regel nur bei guter Bezahlung teurer Annoncen. Eine Einwirkung des Krieges auf den Absatz von Jugendschriften war quantitativ nicht zu bemerken, qualitativ nur insofern, als solche Jugendschriften bevorzugt wurden, die sich mit dem Krieg beschäftigen oder patriotischen Inhalts sind. Der Versand von Büchern ins Feld ist nach wie vor lebhaft. Naturgemäß kommen dabei jedoch nur billiger ausgestattete Sachen in Frage.

Störungen des Betriebes infolge postalischer Verzögerungen sind vorgekommen. Diese wurden aber vom Publikum in Berücksichtigung der Kriegslage ohne zu murren hingenommen.

Das Verhalten des Publikums gegenüber ausländischen Werken und Autoren hat bei uns eine erkennbare Veränderung nicht aufgewiesen.

Nach unseren Beobachtungen ist auch in diesem Jahre der Umsatz der Warenhäuser zu Weihnachten wiederum gestiegen. Abgesehen von einigen Preischnüfflern, die ihre Einkäufe allenthalben machen in der Hoffnung, dabei vielleicht einmal einen Gro-