

Wenn wir so den Absatz der letzten Monate überblicken, so müssen wir uns eigentlich wundern, wie wenig Bücher ins Feld geschickt werden, trotz der vielen Aufforderungen dazu. Auch die Anschaffungen für die Lazarett-Bibliotheken sind recht gering. Die dafür bestimmten Sammelstellen klagen ja jetzt darüber, daß ihre Bestände aufgezehrt seien; man hört aber von keiner Propaganda für Stiftungen, und die wenigen Aufträge, die das Sortiment bekommt, bestätigen wieder die geringe Achtung vor dem Wert des Buches. Die Freigebigkeit des Verlages mit Rezensionen- und sonstigen Freieemplaren hat viel dazu beigetragen, daß für diese Büchereien jetzt alles geschenkt werden soll. Der Sortimenter selbst gibt ja gern, solange er kann, aber vom Schenken allein kann er nun einmal nicht existieren.

Die Flut der Kriegsliteratur dauert immer noch an. Dies läßt die Bitte an die Verleger richten, die Erscheinungstermine doch wenigstens annähernd in den Voranzeigen anzugeben. Denn bei der Sucht nach aktuellen Erscheinungen kann es nur zu leicht vorkommen, daß durch die jetzt zu erwartende Schnelligkeit der Ereignisse ein Werk zu einer Zeit erscheint, in der es durch die militärische oder politische Entwicklung bereits überholt ist. Und mit Lagerbeständen an Kriegsliteratur muß der Sortimenter, der ja alles führen soll und vieles nur bar erhält, sowieso rechnen. Nach dem Kriege wird mancher über seinen reichen Vorrat an »Blei-Artikeln« erstaunen.

Die Hoffnung, daß der Ausfall des Faschings dem Buchhandel zugute kommen werde, hat sich leider nicht erfüllt. Es ist im Gegenteil eine Tendenz des Sinkens im Absatz zu verzeichnen. Sie wird noch verstärkt werden, wenn der ungediente Landsturm, der jetzt in Bayern bis zum 45. Lebensjahre gemustert wird, eingezogen werden sollte. Dies würden für München allein wohl 20 000, meistens verheiratete Männer sein. Es sind wohl müßige Gedanken, sich Handel und Verkehr ohne diese Massen auszumalen. Für den Buchhandel würde dieser Entzug eine ganz bedeutende Stodung bewirken. Wenn es aber notwendig ist, müssen wir uns damit abfinden; die gigantische Form, die der Völkerringkampf dann annimmt, verlangt gigantische Mittel. Und wehe dem Volk, das nicht zum Aushalten sein letztes hergibt. Es wird unterliegen und dann statt einer Stodung von einigen Monaten eine solche von Jahrzehnten zu tragen haben. Der Buchhandel, der stets so viel zur Charakterbildung unserer Nation beigetragen hat, er wird helfen durchzuhalten, daß wir deutsch bleiben und deutsch fühlen können. »Nichtswürdig ist die Nation, die nicht ihr Alles freudig setzt an ihre Ehre.«

Geradezu auffällig ist es, daß sich die Wenigbemittelten auch jetzt noch als bessere Käufer zeigen als die Reichen. Dafür ist, wie aus Gesprächen hervorgeht, nicht einmal ein gewisses Prinzip, sondern meist Gedankenlosigkeit, die Unruhe der Spannung und auch die vermehrte Zeitungslektüre verantwortlich zu machen. Eine öfter wiederholte Mahnung, doch auch das Buch für sich selbst, als Tröster in den Wirren, als Ruhepunkt in der Zeit der Not nicht zu vergessen, würde dem jetzt hart kämpfenden Sortiment vielleicht doch etwas helfen.

Für die außerbaherischen Schulen beginnt jetzt bald das Schulbüchergeschäft. Es wird wohl, wie in Bayern, keine Minderung gegen die Vorjahre bringen, vorausgesetzt, daß nicht einige Schulen ganz geschlossen werden. Für Bayern ist diese Mitteilung, die auch in München verbreitet war, dementiert worden. Die Mitteilung der Vereinigung der Schulbuchverleger hat eine recht praktische Neuerung gebracht, die auch für Bayern zwingend notwendig wäre: den Fragebogen an die Rektorate über Neu- und Ausführungen von Schulbüchern und von Lektüre. Er wird manche unnütze Remission vermeiden.

Die Einführung der Mehl- und Brotzettel wird eine wesentliche Umänderung im Geschäftsleben herbeiführen. Sie wird den Ernst der Lage verstärkt zum Bewußtsein bringen. In München findet man noch keine besonderen Änderungen; alles bewegt sich in den in den letzten Monaten gewohnten Geleisen. Die Geschäfte, die sich natürlich den veränderten Verhältnissen angepaßt und sich überall Kriegsartikel zugelegt haben, werden wie bisher betrieben, wenn sie auch mit etwas fallenden Einnahmen rechnen müssen. Die Theater haben nichts geändert als die Programme, Konzerte und Kabarettis werden wie bisher

weitergeführt. Ein wesentliches Verdienst, daß das Personal dieser Institute weiter beschäftigt werden kann, hat die hiesige Presse. Sie hat das Publikum darüber aufgeklärt, daß es ein ganz wichtiger Faktor in unserer Volkswirtschaft sei, den Einzelnen in seiner Not zu schützen, daß also nicht von Verschwendung und Verleumdung der ernstesten Lage zu sprechen sei, wenn es ermöglicht würde, diese Betriebe weiterzuführen. Der Geist, der uns in den ersten Tagen des August zu einem einzigen, einigen Volk von Brüdern zusammengeführt hat, er lebt weiter. Die Zueversicht für unsere gerechte Sache hält uns aufrecht. Sie läßt unsere Feldgrauen im eisernen Ring nicht wanken, sie läßt auch die, die jetzt noch zu Hause sind, durchhalten zum heißumkämpften Ziel. Wir harren aus durch Not und Tod!

G. Rednagel.

Reklame in Kriegszeiten.

Von Fritz Würz, Berlin-Steglitz.

(Fortsetzung zu Nr. 59—63.)

Eine große Rolle spielen die Prospektbeilagen in Zeitschriften, durch die manche Verleger glauben alles erreichen zu können. Gewiß, diese Art der Reklame ist sehr vorteilhaft und kann wohl meistens im Gebrauch des geschickten Fachmannes großen Nutzen bringen. Ein Beweis ist z. B., daß die Versandbuchhandlungen fast ausschließlich mit Prospektbeilagen arbeiten und dabei gut fahren. Nur soll man sich vor Überschätzung dieser Reklameart hüten, weil z. T. schon zu viel des Guten geschieht. Die Kriegszeit läßt ja keinen Vergleich zu, im Gegenteil, ich glaube das Beilegen von Prospekten als wirkungsvolle Reklame gerade jetzt angelegentlich empfehlen zu können, weil jedermann jedes Blatt aufmerksam liest und weil darin bedeutend weniger andere Anzeigen als sonst enthalten sind. Hier verdient besondere Erwähnung ein Prospekt über Reclams Universal-Bibliothek, der kürzlich den größeren Tageszeitungen beilag und der allen billigen, an einen solchen Prospekt zu stellenden Anforderungen genügt. Man sehe sich aber dagegen die vor Kriegsausbruch erschienenen Nummern des Kunstwart, der Neuen Deutschen Rundschau, des Türmer, des Hochland und anderer Zeitschriften an, um die Überzeugung zu gewinnen, daß wahrscheinlich der größere Teil der Leser dem einzelnen Prospekt nicht die erhoffte Beachtung schenken kann.

Die Frage, ob der Verleger im Kriege Reklame machen muß, die von der in Friedenszeiten üblichen wesentlich abweicht, kann man getrost verneinen. Ein wichtiger Unterschied ist allerdings zu beachten: Während man im Frieden für die verschiedenartigsten Neuererscheinungen beinahe ebensoviele Vertriebsarten anwenden mußte, kann man bei aller Art Kriegsliteratur mit Rücksicht auf den riesigen, fast stets gleich bleibenden Interessentenkreis ein gewisses Schema aufstellen. Wo und wie die Propaganda für Kriegsliteratur erfolgen muß, wird so geläufig sein, daß sich langatmige Erörterungen erübrigen. Beachten muß der Verleger vor allen Dingen, daß er einen ordentlichen Betrag für Reklame in den Kostenanschlag einfügt, weil der Verkauf nur dann wirklich lohnend sein kann, wenn das Publikum, diese Millionen von Interessenten, in großzügiger Weise für diese oder jene Erzeugnisse begeistert wird. Man darf auch nicht das direkte Angebot an militärische Stellen — je nachdem — vergessen, wie sich in gewissen Fällen auch die Bearbeitung der außerhalb des Buchhandels stehenden Kaufleute, neben den Sortimentern, nicht wird vermeiden lassen. Unter den obwaltenden Umständen kann der Verleger sich manchmal nicht bei dem Vertrieb durch das Sortiment allein genügen lassen, wenn er auf seine Kosten kommen, geschweige nennenswerten Gewinn erzielen will. Es darf nicht vergessen werden, daß meistens mit Rücksicht auf den zu erwartenden, bzw. auf den erhofften Massenabsatz große Auflagen hergestellt werden, daß die Unkosten hohe sind, der Nutzen aber gering ist, weil der Verkaufspreis den teuren Zeiten angepaßt werden muß. Da der Krieg außerdem täglich neue Bedürfnisse schafft und frühere gegenstandslos macht, der schnelle Verkauf demnach von größter Wichtigkeit ist, wird sich der Verleger in größerem Maße — außer des Sortimentes — der Provisionsreisenden, Hausierer und Straßenverkäufer, sowie