



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint wöchentlich. 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. 11 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. 209.

Leipzig, Freitag den 8. September 1916.

83. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Über die Errichtung eines Buchhandels- und Werbeamts.

Von Dr. Irma Hift.

(Vgl. Nr. 180, 184, 192, 193, 200 u. 207.)

Wenn vom Börsenverein gerade jetzt die Anregung gegeben wird, die bereits bestehenden Ansätze einer Gesamtvertretung des Buchhandels weiterzubilden und, über einzelne Versuche zentralisierter Tätigkeit (z. B. Werbearbeit für die Reichsbuchwoche) hinausgehend, ein Amt zu gründen, das Kern- und Kristallisationspunkt des Buchhandelsbetriebes bilden soll, so ist dies kein Zufall, sondern entspricht der Zeitströmung, die ihr künftiges Heil in Organisation und Zentralisierung erblickt. Mehr denn je muß jetzt mit den vorhandenen Kräften gespart und Zersplitterung vermieden werden. Daher wird denn auch auf politischem Gebiete sowohl als auf wirtschaftlichem Zusammenhalten und Zusammenschließen angestrebt, und der Buchhandel fügt sich diesem Zuge folgerichtig an.

Die Redaktion des Bbl. geht bei ihren Plänen betreffs Gründung eines Buchhandels- und Werbeamts von dem Grundsatz aus, daß manche Arbeit zweckmäßig von einer Stelle getan werden könne, die bisher unnützerweise von einer Reihe von Kräften übernommen wurde, während andere wichtige Aufgaben unerledigt blieben, und daß bei der sparsamen Lebens- und Geschäftsführung, zu der die Verhältnisse wohl jedermann zwingen werden, frühzeitig daran gedacht werden soll, einer rationelleren Wirtschaft die Wege zu ebnen. (Vgl. Bbl. Nr. 180). Zu diesen rein ökonomischen Gründen, die die Entstehung des geplanten Amtes wünschenswert machen, treten aber noch andere hinzu, die wenn auch nicht unmittelbar, so doch mittelbar praktische Erfolge sichern. Soll doch die neue Zentralstelle ihr Augenmerk auch darauf richten, die Unkenntnis des Buchhandelswesens bei Berufsgenossen und Publikum zu beseitigen und das gesamte Arbeitsgebiet von allen Richtungen aus zu beleuchten!

Die Bedeutung dieser Tätigkeit kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden! Denn unbedingt ist den Worten des Artikels: »Über die Errichtung eines Buchhandels- und Werbeamts« (Bbl. Nr. 180) beizupflichten: ein Handinhandarbeiten der Berufsvertretung und ihrer Angehörigen ist nur möglich auf der Grundlage genauen Kennen- und Verstehenlernens ihrer beiderseitigen Arbeiten, und fast ebenso wichtig für das Gedeihen des Buchhandels ist sein Bekanntwerden in den weiteren Kreisen des Publikums, dessen geistige Interessen aus einem Quell gespeist werden, von dessen Beschaffenheit nur schwache Vorstellungen herrschen.

Das Arbeitsprogramm des Buchhandels- und Werbeamts ist nur knapp skizziert (Bbl. Nr. 180), doch ist bereits zu erkennen, wo man den Hebel ansetzen will, um Verbesserungen zu schaffen, und in welchem Sinne die Organisation geplant ist, um der Gesamtheit zu nützen, ohne Sonderinteressen zu verletzen. Damit wird der Befürchtung einzelner die Spitze abgebrochen: sie könnten ihrer Selbständigkeit und Initiative beraubt werden und zu leblosen Bestandteilen einer Maschine herabsinken, die alle Energien an sich ziehen würde. Denn das neue Amt will

ja nur dort eingreifen und helfen, wo die Summe seiner Erfahrungen dem einzelnen zugutekommen kann. Völlig unparteiisch und unabhängig, Verlegern und Sortimentern mit gleichem Interesse zugewandt, soll es aus der Vogelschau den gesamten Betrieb überblicken und von erhöhter Warte aus jene Schärfe der Beobachtung gewinnen, die dem einzelnen, als im Gewühl selbst stehend, versagt bleiben muß.

Durch das bereits vorhandene statistische Material, das der Börsenverein dem Buchhandels- und Werbeamt zur Verfügung stellen kann, sind gewisse Grundlagen für seine Weiterbildung gegeben, doch muß hier die Mitarbeit aller bestehenden Organisationen und Vereine, ja die aller Berufsgenossen einsetzen, um die glückliche Lösung der gestellten Aufgaben zu ermöglichen. Denn nur durch den Ausbau der Statistik können sämtliche Fragen innerhalb der Berufsorganisation erhellert und absolute wie relative Größen, die für den buchhändlerischen Verkehr wichtig sind, mit Sicherheit bekannt werden. Die Beschaffung des gewaltigen Materials wird natürlich viel Zeit in Anspruch nehmen, doch je mehr Kräfte daran beteiligt sein werden, die Bausteine zusammenzutragen, desto rascher und mächtiger wird sich das Gebäude erheben. Wird aber einmal der statistische Schatz jedem einzelnen in Form von Listen, Jahrbüchern oder dgl. zur Verfügung stehen, ihm Einblick in alle Zweige des vielgestaltigen Buchhandelsbetriebes gewähren, ihn über Produktion, Rabatt, Gehaltsfragen der Angestellten und vieles andere genau unterrichten können, dann wird man sich für seine Mühebelohnung reich belohnt finden und auf ganz anderer Basis als bisher Berechnungen ausführen und geeignete Maßnahmen treffen können. — Hier liegt also ein großes Arbeitsfeld brach. Sobald aber der gesamte Buchhandel und seine Vertretungen an die Inangriffnahme der notwendigsten Leistungen schreiten, wird die Ernte nicht lange auf sich warten lassen, denn im guten Willen ist bereits der Erfolg begründet! Als besonders fruchtbar wird sich aber die statistische und vergleichende Tätigkeit für das Gebiet des »außerdeutschen« Buchhandels gestalten, da sich dem deutschen Buche große Aussichten eröffnen, wenn es nicht mehr tastend seinen Weg zu suchen braucht, sondern selbstbewußt auf deutlich markierte Ziele zustreben kann.

Fallen die hier beleuchteten Aufgaben in den eigentlichen Wirkungskreis des »Buchhandelsamtes«, so stehen dem »Werbeamt« (das natürlich mit ersterem zu einer festen Einheit verbunden ist) keine geringeren Arbeiten bevor, wobei sich dieses gleichfalls Hilfe und Beistand des gesamten Buchhandels sichern muß. Seine Tätigkeit soll sich auf die Fühlungnahme mit dem Publikum und der Vertretung der öffentlichen Meinung, der Presse, erstrecken und damit das Grundübel beseitigen, an dem der Stand des Buchhändlers leidet: nämlich die völlige Unkenntnis seines Wesens und Wirkens selbst in den Kreisen der Gebildeten. Weder das Arbeitsgebiet des Verlags, die Spezialisierung innerhalb desselben, seine wichtigsten Einrichtungen, noch der Tätigkeitsbereich des Sortimenters sind dem Publikum genauer bekannt. Ganz besonders der Sortimenter wird falsch und niedrig eingeschätzt, und wenn sich auch mancher Kunde von dem Inhaber oder ersten Gehilfen einer Buchhandlung gerne beraten läßt, so ist dies nicht auf Kenntnis und Hochachtung des ganzen Standes begründet, sondern der Ausfluß einer rein per-