

schaffen hat, und nicht minder eine Verkleinerung der Tätigkeit des deutschen Vertriebsbuchhandels (Sortiment, Kolportage, Reisebuchhandel), der schon seit langem sein Wirkungsgebiet auch auf die minder- und mindestbemittelten Bevölkerungskreise erstreckt hat, wenn von der Unfähigkeit des Buchhandels zur Stillung der geistigen Not gesprochen wird. Freilich dort, wo die materiellen Mittel, wie es ja vielfach noch der Fall ist, kaum ausreichen, um die einfachste Lebensnotdurft schlecht und recht zu befriedigen, oder wo die materielle Not so groß ist, daß die täglichen Wirtschaftsvorgen alle höheren Interessen ersticken, dort kann der Buchhandel naturgemäß nicht eindringen. Was die großen und unermüdetlich tätigen Mächte der Schule, Religion, Volksbildung und Sozialpolitik bisher nicht zu erreichen vermochten, das kann auch der Buchhandel nicht durchsetzen. Wohl aber ist es seine Pflicht, auf die Zeichen der Zeit aufmerksam zu horchen und möglichst innigen Anschluß an alle der Volkserziehung und Volkswohlfahrt dienenden Bewegungen zu gewinnen. Wie Lehrer und Geistliche imstande sind, derartigen Bestrebungen weiten Widerhall in der Bevölkerung zu verschaffen, so hat es der Buchhandel — oder besser gesagt, jeder einzelne Buchhändler — in der Hand, sich zum Verbreiter und Förderer gesunder Ideen zu machen. Darum kann gar nicht nachdrücklich genug gefordert werden, daß der Buchhändler auch über den Rahmen seiner Berufsorganisation hinaus am öffentlichen Leben seiner engeren und weiteren Heimat regsten Anteil nehme. Es kann dem Buchhandel nur von größtem Nutzen sein, wenn seine Angehörigen in möglichst vielen öffentlichen und privaten Vereinigungen vertreten sind und so in ungezwungener Weise Gelegenheit erhalten, für das Buch zu werben.

Es ist eine zwar oft wiederholte, aber niemals bewiesene Behauptung, daß sich die bildungshungrigen Arbeiter und Handlungsgehilfen scheuen, eine Buchhandlung zu betreten, aus Angst, sich lächerlich zu machen, oder weil dort nettgekleidete Herren bedienen, oder was an ähnlichen Scheingründen geltend gemacht wird. Wer derlei Behauptungen aufstellt, unterschätzt das Selbstbewußtsein unserer Arbeiter und Angestellten ganz gewaltig. Diese sind sich ihrer Bedeutung und ihrer Macht viel zu sehr bewußt, als daß sie sich durch solche Bedenken vom Besuch einer Buchhandlung abhalten ließen. Woran es bisher oftmals gefehlt hat, das waren Buchhandlungen in den industriereichen Vorstädten der Großstädte, die von vornherein mit einem einfachen und minder kaufkräftigen Publikum rechnen, während sich in vielen Städten die Buchhandlungen im Zentrum zusammendrängen pflegen. Wo — wie z. B. in Wien — in den äußeren Arbeiterbezirken derartige den Bedürfnissen der Gegend und ihrer Bewohner sich anpassende Buchhandlungen errichtet wurden, konnte man die allerbesten Erfahrungen verzeichnen. Bei entsprechender, zielbewußter Geschäftsführung war binnen kurzem ein treuer Kundenkreis aus dem Arbeiter- und Angestelltenpublikum gewonnen.

Die Zweedbuchhandlung hat kein Mittel zur Erreichung ihrer Aufgaben, das nicht auch dem verständig arbeitenden, auf der Höhe des Berufes stehenden Buchhändler zu Gebote stünde. Gerade der persönliche Kontakt, der zwischen dem Sortimentler und seinen Kunden noch immer vielfach besteht, wird bei ihr, die doch Massen bearbeiten will, wegfallen. Letzteres aber tun heute schon Kolportage und Reisebuchhandel mit großem Erfolge, und diejenigen Sortimentler, die sich neben der individuellen Werbetätigkeit diesen vielversprechenden Zweigen zugewendet haben, können mit den Resultaten gewiß zufrieden sein. Die Zweedbuchhandlung kann nichts Neues schaffen und hat keine Arbeitsmethode zur Verfügung, die nicht auch der reguläre Buchhandel anwenden könnte und nicht auch tatsächlich bereits anwendet. Denn es kann doch gewiß nicht geleugnet werden, daß es der rastlosen Arbeit von Verlag und Sortiment auch wirklich bereits gelungen ist, den Kreis der Bücher-Abnehmer ständig zu erweitern. Soll diese Arbeit erfolgreich fortgesetzt werden, dann hat das allerdings zur Voraussetzung, daß der Buchhandel in seiner heutigen Zusammensetzung erhalten bleibt und das Heer von selbständigen ihrer Aufgabe bewußten Einzelunternehmern

weiter an der literarischen Versorgung unseres Volkes tätig ist. Wenn jedoch an die Stelle dieser auf sich selbst gestellten Buchhändler, die ja schon deshalb das Allerbeste zu leisten bemüht sein müssen, weil sie wissen, daß ihre Existenz vom Erfolg ihrer Arbeit abhängig ist, eine Reihe von unpersönlichen Vereinsunternehmungen treten würde, die mit gebundener Marschroute, und ohne daß eine persönliche Verantwortung vorliegt, zwar nicht mehr zu leisten vermögen als der Buchhandel, wohl aber diesem Tausende von Abnehmern entziehen würden, dann freilich würde der Buchhandel und damit auch unser ganzes Volk schwer geschädigt werden. Gerade unsere Zeit, in der es immer mehr an kraftvollen Individualitäten gebricht, in der die Kapitalansammlung auf der einen Seite und die Verarmung weiter Kreise auf der anderen Seite immer größere Fortschritte macht, hat es bitter notwendig, daß ihr ein leistungsfähiger Mittelstand erhalten bleibt. Und ohne falsche Bescheidenheit kann es gesagt werden, daß der deutsche Buchhändler stets — als einzelner sowohl wie seinem Stande nach — zu den Biedernden dieses Mittelstandes gehört hat. Soll denn der einzelne wirklich gänzlich in der Organisation untergehen?

Über Bücherinserate.

Von Anton Schumacher, München.

(Schluß zu Nr. 163.)

Der Verkehr mit Zeitungen und Zeitschriften.

Um ein Buch zu hohen Auflagen zu bringen, genügt es nicht, nur in Buchhandelsfachblättern — also in Wiederverkäuferkreisen — zu inserieren, es ist vielmehr notwendig, auch an das Leserpublikum in Tageszeitungen und Zeitschriften heranzutreten. Das fördert die Nachfrage meist ganz erheblich.

Die Erteilung von Inseratenaufträgen sollte nur nach einem sorgfältig durchdachten Plane erfolgen, und es ist wahrlich keine leichte Aufgabe, aus der Unmenge von Zeitungen und Zeitschriften die jeweils geeignetsten herauszufinden. Auf alle Fälle ist es von Nutzen, über die in Betracht kommenden Blätter zuverlässiges Material zu sammeln, da dieses nicht nur bei der engeren Auswahl der Blätter unentbehrlich ist, sondern auch bei der eventuell folgenden Auftragserteilung. Welche Blätter sich für Bücherinserate in den einzelnen Bezirken und Städten am besten eignen, werden den Verlegern die dort ansässigen Sortimentler angeben können. Man benachrichtige deshalb die Sortimentler von der beabsichtigten Insertion und füge neben Abzügen der in Aussicht genommenen Inserate Fragebogen bei, die den vorgeschlagenen Zeitungen zur Beantwortung vorgelegt werden. Ein solcher Fragebogen sollte wenigstens über folgende Punkte sicheren Aufschluß geben:

1. Höhe der Auflage (Stadt-, Post-, Land-);
2. Verbreitungsgebiet und Art der Leser;
3. ob Nebenausgaben erscheinen und ob Inserate der Hauptausgabe ohne besondere Bezahlung auch in den Nebenausgaben gebracht werden;
4. ob die Zeitung eine regelmäßige literarische Beilage oder einen literarischen Inseratenteil besitzt, bzw. wie sie im besonderen die Literatur vertritt;
5. Satzfläche, Spaltenanzahl, Spaltenbreite, Zeilenmesser (nach Masse oder typographischen Punkten);
6. wann, wie oft und in welcher Stärke die Zeitung erscheint;
7. Höhe der Rabatte (bei Wiederholung und nach der Höhe des Umsatzes);
8. ob Placierungsvorschriften gemacht werden können, bzw. unter welchen Bedingungen.

Von jeder Zeitung und Zeitschrift verlange man Probenummern, die sorgfältig gesammelt und übersichtlich geordnet aufgehoben werden.

Nach genauer Prüfung der Fragebogen und endgültiger Auswahl der Zeitungen gilt es zu überlegen, auf welche Weise die Aufträge an die einzelnen Blätter am zweckmäßigsten erteilt werden, bzw. welcher Weg der billigste und praktischste ist.