

davon überzeugt ist, daß das Werk die Aufmerksamkeit des Publikums verdient. Was die anzuwendenden Mittel angeht, so steht nur ihm hierüber ein Urteil zu. Im übrigen hat jeder Verleger die Ehre seines Hauses zu wahren, das Handwerk eines Verlegers ist ein Handwerk von großer Tragweite. Sein Kredit ist sein wirklicher Reichtum, und diesen wird er nicht auf eine schlechte Karte setzen. Einem meiner Kollegen wurde von einem unserer besten Schriftsteller ein Buch mit folgender Widmung überreicht: „Meinem Verleger, der von »seinem Haus« spricht, wie der König von Frankreich von dem seinigen sprach“. In der liebenswerten Ironie dieser Widmung lag tiefe Wahrheit.

Dr. M. Ue.

Der Bücherverkauf als Unterrichtszweig in Amerika.

Die den Namen »The College of the City of New York« tragende städtische Bildungsanstalt darf den Ruhm für sich in Anspruch nehmen, daß sie die erste Lehranstalt im Lande, wenn nicht in aller Welt war, die ihre Lehrzweige durch Einführung eines Kurses zur Unterweisung in der Handhabung des Bücherverkaufs vermehrt hat. Seitdem ist diese Idee von anderen fortschrittlichen Colleges in Amerika aufgegriffen worden, und auch in Frankreich soll ein derartiger Unterrichtszweig zur Einführung gelangt sein. Nachdem das New Yorker Lehrinstitut, das diese Idee zuerst gehabt hat, sie bisher mit ansehnlichem Erfolge durchgeführt hat, dürften Einzelheiten über diesen Lehrkursus der New Yorker Lehranstalt von besonderem Interesse sein. Da dieser Unterrichtszweig sich der Mitwirkung der nationalen Vereinigung der amerikanischen Buchverleger (National Association of Book Publishers) erfreut, darf man annehmen, daß die fortschrittliche Idee, unter Berücksichtigung eines in diesen Kreisen gefühlten Bedürfnisses, von der genannten Vereinigung ausgegangen ist. Diese hat auch den Leiter des Buchhandelskurses in der Person des als Verleger und Buchhändler bekannten früheren Geschäftsführers der New Yorker Buchhandelsfirma Brentano & John Lane Co., namens Temple Scott, gestellt. Unter Mitwirkung leitender Mitglieder der Verleger-Vereinigung ist von ihm der Lehrkursus in einem fein durchdachten und umfassenden Plane ausgearbeitet worden. Mit Hinweis darauf, daß zwischen dem schöpferischen Genius des Autors und dem Lesebedürfnis und der Lernbegier des großen Publikums der Buchverleger und der Buchhändler notwendige Bindeglieder bilden, daß der Buchhändler durch seine Bemühungen, das Publikum zum Bücherkauf anzuregen, sich um die allgemeine Volksbildung hochverdient macht, daß er dabei jedoch darauf angewiesen ist, für sich eine angemessene Entschädigung zu beanspruchen, bezeichnet Mr. Scott in dem Prospekt des Lehrplanes als dessen Zweck: solche Personen, die sich diesem anziehenden und gewinnreichen Erwerbszweige zuwenden wollen, für ihn vorzubereiten und gleichzeitig diejenigen, die bereits diese geschäftliche Tätigkeit aufgenommen haben, in den Stand zu setzen, sie in intelligenterer und erfolgreicherer Weise auszuüben.

Vor kurzem ist ein weiterer derartiger Lehrkursus an der New Yorker Lehranstalt beendet worden, und zwar mit dem äußeren Erfolge, daß die insgesamt 16 Vorlesungen, deren jede an einem Donnerstag abend stattfand (um nicht mit der Tagesbeschäftigung der Hörer in Konflikt zu kommen), von über 100 Buchhandelsstudenten besucht waren. An anderen Abenden stand ihnen der Besuch anderer mit dem Buchhandel in Verbindung stehender Universitätsvorlesungen zur Verfügung, so über moderne, über amerikanische, englische, klassische, europäische Literatur, über Psychologie, Buchführung, Volkswirtschaft, Geschäftsorganisation sowie über das Anzeigenwesen. Außerdem waren die Studenten zum Besuche der Universitäts-Bibliothek, sowie zur Benutzung der hiesigen »Gymnasium« genannten Sporthalle und des Schwimmbades berechtigt. Unter solchen Umständen erscheint der für den Kursus geforderte Betrag von zehn Dollar als äußerst bescheiden.

Die 1. erteilte Vorlesung befaßte sich mit dem Geschäft und dem Gewerbe des Buchhandels, und zwar im einzelnen mit den folgenden Gegenständen: Das Wesen des Buchverkaufsgeschäfts; seine Lokalität und sein Wert für das Publikum; die zwischen dem Buchladen und anderen Einrichtungen, wie öffentlichen Bibliotheken, der Erziehungsbehörde, Schulvereinigungen, Kirchen, Klubs usw., bestehenden Beziehungen; der besondere Dienst, den der Buchhandel leistet; der Buchhändler in seiner doppelten Eigenschaft als der Verkäufer einer Ware und als Berater für die Käufer von Büchern; die verschiedenen Anforderungen, die an ihn in seiner Geschäftsführung herantreten, und die zu deren Befriedigung notwendigen Erfordernisse; die besonderen Fähigkeiten, die ein erfolgreicher Buchhändler besitzen muß; die Möglichkeiten zur Erringung solcher Fähigkeiten; der Buchladen als Bureau zur Erteilung von Rat und von Auskunft; der Buchhändler als Verbreiter von Literatur und als Erzieher.

In der 2. Vorlesung wurde den Hörern ein geschichtlicher Überblick über die Anfänge und die fortschrittliche Entwicklung des Bücherverkaufs geliefert; die frühesten Buchhändler und ihre Methoden vor Erfindung der Druckertypen mit Manuskripten zu handeln; Typen von Buchhändlern seit Erfindung des Buchdrucks; der moderne Buchladen in seiner Verschiedenheit von den frühesten Anfängen im Gewerbe; das Buchdepartement des Groß-Verkaufshauses; der Handel mit modernen und mit seltenen Büchern; die für jeden dieser beiden Zweige des Buchhandels erforderliche besondere Befähigung; religiöse Bücher, Geschenkliteratur und Kinderbücher; Leihbibliotheken.

In der 3. Vorlesung wurde behandelt: Auswahl der Lage des Buchladens; der Bücherverkauf in kleinen und in großen Städten; Muster von empfehlenswerten Geschäftsläden; Hilfsarbeiter und Lehrlinge; Lageranschaffung für Bedarf einer großen oder einer kleinen Stadt; die für Ankauf von Büchern in Betracht kommenden Erwägungen; Neu-Erscheinungen und Lagerbestellungen; verschiedene Arten von Verlegern und die kennzeichnenden Unterschiede in deren Veröffentlichungen; der von dem Zwischenhändler geleistete Dienst; Rabatt und Kreditbedingungen; lokale Verhältnisse, die die Art und den Umfang der Neubestellungen beeinflussen; durch Verlagsrecht geschützte oder ungeschützte Bücher im Inland und im Ausland; Kauf und Verkauf von Ramschbüchern; Subskriptionsbücher.

4. Vorlesung: Die Buchführung für den Buchhändler; Rechnungsführung im Verkehr mit Verlegern und Kunden; der Wert der Aufrechterhaltung des persönlichen Kredits und die Kreditgewährung an Kunden; die Inventuraufnahme für den Jahresabschluß und zum Zwecke steter Erneuerung des Lagers; die verschiedenen Systeme der Preisauszeichnung der Bücher; Budget-Analyse; die Handhabung des Bargeldes; Spezialbestellungen.

5. und 6. Vorlesung: Die Notwendigkeit, Bücher auf Lager zu klassifizieren; der Zweck und der Wert der Klassifizierung; die derselben zugrundezulegenden Prinzipien; die verschiedenen Systeme sogenannter wissenschaftlicher Klassifizierung von Büchern; der Unterschied zwischen der Klassifizierung des Lagers eines Buchladens und einer Bibliothek; gehörige Einteilung der Bücher — ein wichtiger Faktor beim Verkauf; besondere Bücher-Abteilungen und deren Lage; Regale und Tische, die bestimmten Zwecken dienen; Anordnung der Regale und Schränke im Buchladen; notwendige Berücksichtigung des für verschiedene Arten von Büchern benötigten Platzes; Tische und Ladentische; besondere Vorrichtungen, um Bücher zwecks besseren Verkaufs im Laden zu placieren; besonderer Platz für die wertvollsten Bücher; Schiebläden und Glaschränke; das Bureau; die Auskunftsstelle; Empfangs- und Versand-Abteilungen.

7. und 8. Vorlesung: Der Bücherverkauf, seine Psychologie und die zu beobachtende Praxis; Wert und Bedeutung der Persönlichkeit des Bücherverkäufers; die persönliche Natur des Bücherverkaufs; das Verhalten der Käufer von Büchern zu dem Buchhändler im Gegensatz zu der Haltung des kaufenden Publikums zu dem sonstigen Händler; die nahen Beziehungen zwischen Buchhändler und Buchkäufer, eine notwendige Folge der Natur der Beziehungen zwischen ihnen; Vorteile und Gefahren dieser nahen Beziehungen; gemeinsame Beratungen mit den Angestellten; Auslage der Bücher in den Schaufenstern; der physische Anblick des Ladens; Publizitäts-Methoden durch Verwendung von Plakaten und Zirkularen; Verwertung von Bücherrezensionen; Kataloge und periodische Veröffentlichungen; Spezialverkäufe; Berücksichtigung wichtiger Vorkommnisse und historischer Ereignisse durch besondere Bücherauslage; Verwertung des Interesses des Publikums für Angelegenheiten, die in Büchern behandelt sind; Postauftrag-Abteilung; Spezial-Angebot von Büchern in feinem Einband.