

»Das wahre Gesicht« im Verhältnis zum Umfange meines Geschäftes eine stattliche Anzahl verkauft habe. Im übrigen ist meines Erachtens die beste Werbetätigkeit kein verstaubtes, sondern ein schmales, geschickt dekoriertes Schaufenster.

8. Nach wie vor wird gehörig weiter angekreidet, erfreulicherweise aber, von Seiten des Publikums wenigstens, prompter reguliert als in früheren Zeiten.

9. Das Weihnachtsgeschäft ist wohl im Gegensatz zu früheren Jahren im allgemeinen ohne Überstunden oder Nacharbeit zu bewältigen gewesen. Bis heute habe ich aber doch feststellen können, daß sich das Geschäft nach der langen Sauregurkenzeit des Sommers 1924 wieder langsam, aber sicher gehoben hat. Hoffentlich steigt es auch im neuen Jahr in der gleichen Weise, dann wird auch der immer stöhnende deutsche Buchhändler bald zufriedengestellt sein.

Georg Eberbeck.

Bielefeld:

Das Weihnachtsgeschäft 1924 kann als gut bezeichnet werden. Zwar die großen Posten fehlten, Sammelwerke und Bücher über 10 Mark fanden nur geringen Absatz. Dafür aber hatte sich die Käuferzahl stark vermehrt, sodaß der Umsatz den des Vorjahres trotz dem fehlenden Feuerungszuschlage weit überstieg. Der gute alte Käufer der Vorkriegszeit zeigte sich wieder, wenn ihm seine stark geschwächte Kaufkraft auch größere Büchererwerbungen nicht gestattete. Der Kriegsgewinnler der Vorjahre, der den Luxusdruck als »Sachwert« oder zur Dekoration seines Bücherchrantes kaufte, ist so gut wie verschwunden, und nur hin und wieder verirrt sich noch ein Vertreter dieser Species in den Laden des Buchhändlers. So jene Dame, die bei mir ein Buch verlangte, in dessen Titel etwas von einer Großmutter vorkam, und die Hauptmann »Die Insel der großen Mutter« meinte. Mit den Herren Raffle und Neureich war auch die Nachfrage nach Luxusdrucken und Halblederbänden verschwunden, deren Reste jetzt in den Regalen des Buchhändlers ein ungestörtes Dasein führen. Der gute solide Leinenband wurde allgemein gern gekauft und verlangt, Halbleinenbände waren schwer abzusetzen, Pappbände und vor allen Dingen Ausgaben mit Holzpapier wurden ausnahmslos zurückgewiesen. Aus dieser Tatsache sollte der einsichtige Verleger die Lehre ziehen, nicht immer noch — wie es vielfach geschieht — Kriegsausgaben auszuliefern, die der Sortimenter dann mit hänglichem Gefühl dem Kunden überreichen muß, »der aber, ohne Mitgefühl, bedankt sich höflich, aber kühl«. So manches Buch bekannter Verleger wäre zweifellos stark gekauft worden, wenn diese den Schmerz des Einstampfens ihrer Reste von Kriegsausgaben nicht gescheut hätten. Verlangt wurden natürlich in erster Linie die Neuerscheinungen des Jahres. Herzog »Wieland der Schmied«, die gut ausgestatteten Bücher des Grote'schen Verlages wie Lauff »Die Tragikomödie im Hause der Gebrüder Spier«, Frenssen »Lütke Witt«, ferner der neue Hofe »Erlenkamp Erben« und Nathanael Jünger »Kodenkamp Söhne« waren die meistgekauften Bücher. Von der schweren Literatur fanden der neue Hauptmann, Frank Thieß »Der Leibhaftige«, Vicki Baum »Alle der Zwerg«, Margarete Windthorst »Der Basilisk« und Ludwig Diehl »Ahasver« besonderen Beifall. Reiseliteratur wurde stark begehrt, besonders natürlich Ossendowski »Tiere, Menschen und Götter«, das in Sven Hedin unfreiwillig einen so glänzenden Propagandisten bekommen hat. Das am stärksten verkaufte Buch überhaupt war die Volksausgabe von Erwin Rosen »Der deutsche Lausbub in Amerika«. Von diesem Buche habe ich ganz außergewöhnlich große Mengen verkauft. Das Jugendschriftengeschäft war ebenfalls sehr lebhaft, und auch von ihm gilt in bezug auf den Preis das oben Gesagte. Jugendschriften über 8 Mark wurden kaum gekauft, einzelne Ausnahmen wie Eberlein »Kapitän Wulff« (H. Thienemanns Verlag) bestätigen da die Regel. Mit Ausnahme der bekannten Jahrbücher, wie das »Deutsche Knaben- und Mädchenbuch« des Thienemann Verlages, das »Neue Universallexikon« und andere, die gern und stark gekauft wurden, war es doch in der Mehrzahl der Preis von 3—6 Mark, den die Eltern für die Jugend anlegten.

Die rege Propagandatätigkeit, die ich durch Zeitungsinserate, drei größere Beilagen und in die Zeitung lancierte feuilletonistisch gehaltene Werbeartikel (z. B. »Die Buchkunst im Wandel des Geschmacks«) unternahm, hat sich ausgezeichnet gelohnt, und Weihnachten 1924 hat sich bei mir ein freundliches Gedächtnis gesichert.

J. D. Küster Nachf.

Bremen:

In unserer Sitzung vom 6. Januar haben wir die uns gestellten Fragen betreffs des Weihnachtsgeschäftes besprochen. Die Beantwortung ist folgende:

1. Die Kauflust des Publikums war groß, viel besser, als wir erwarten konnten und durften. Es war sichtlich Freude im Publikum, daß man endlich Bücher wieder zu festen Preisen und in guter Preislage erhalten konnte.

2. Preise bis zu 10 Mark wurden gern bezahlt und nie beanstandet. Allerdings verlangte man tadellose Ausstattung, sowohl in Einband wie in Papier. Minderwertige Einbände und schlechtes Papier wurden glatt zurückgewiesen. Eine Mahnung sowohl an den Verlag wie an das Sortiment, endlich mit diesen Resten völlig aufzuräumen.

3. Sogenannte Schlager waren nicht vorhanden. Die große Versendung von Katalogen, die im letzten Jahre vorgenommen wurde, machte das Publikum sehr wählerisch und zwang das Sortiment, viel mehr, als ihm lieb war, einzeln zu bestellen.

4. Ernste Literatur wurde entschieden bevorzugt. Reise- und Werke direkt begehrt, ebenso gute Essay-Bände.

5. Nach Klassikern wurde wenig gefragt, wenn aber, nur gute verlangt. Hierin hat das Antiquariat besser gearbeitet.

6. Gute Bilderbücher — selbst in hohen Preislagen — fanden lebhaften Absatz, in der Jugendliteratur nur die wirklich guten Jugendschriften und Jahrbücher.

7. Die Frage nach dem Einfluß der allgemeinen Werbetätigkeit ist schwer zu beantworten, da der Umsatz im ganzen Kleinhandel sehr gut war. Wir in Bremen haben eine ungeweine Werbetätigkeit entfaltet. Ob der Erfolg auf diese zurückzuführen ist — sicherlich zum Teil —, ist zweifelhaft. Viele Kunden brachten selbst die in mehrfacher Anzahl gesandten Kataloge zurück und beschwerten sich über die unendlich vielen Prospekte und Kataloge, die ihnen zugesandt worden seien. Hier liegt auch die große Gefahr, daß die Zeitschrift »Nimm und lies« bald als reine Reklamezeitschrift angesehen und ihren wahren Wert, für das gute Buch zu werben, verlieren wird.

8. Trotz aller Anstrengungen, den Kredit möglichst einzuschränken, wurde er in erhöhtem Maße beansprucht. Besonders die Beamten hätten sonst einfach nicht kaufen können. Jetzt muß es Aufgabe sein, darauf zu achten, daß die Rechnungen schneller bezahlt und, wenn sie im selben Monat nicht beglichen, die Beträge einfassiert werden.

9. Immer dasselbe Lied, daß die Verleger ihre Neuigkeiten zu spät herausgeben, daß im letzten Augenblick noch Neuigkeiten kommen, die die Pläne des Sortimenters ganz über den Haufen werfen.

Die Bestellungen über Leipzig kamen sehr langsam, und es schienen sich viele Verleger nicht auf einen erhöhten Betrieb eingestellt zu haben. Vor allem ist zu bemerken, daß Verleger nicht antworten, wenn Bücher vergriffen oder sonst aus irgendeinem Grunde nicht zu haben sind. Am 19. Dezember 1924 hat eine hiesige Firma an etwa 30 Verleger eine Postkarte mit Rückantworten geschrieben mit der Anfrage, ob auf das Buch noch zu Weihnachten zu rechnen wäre oder nicht. Am 9. Januar hatte noch nicht die Hälfte der Verleger geantwortet. Eine große Anzahl von Bestellungen ist verloren gegangen; ob bei der Post oder in Leipzig, war nicht immer zu entscheiden.

Ortsverein der Bremer Buchhändler
W. Hermann. Spiegel.

Breslau:

Im allgemeinen war die Kauflust reger, als man ursprünglich erwartet hatte. Besonders stark war die Nachfrage nach Romanen und kleineren Geschenkwerten, letzteres wohl ein