

eigensten Interesse die Entwicklung in dieser Richtung durch entsprechende verständnisvolle Auslese fördern und beschleunigen. Ohne einen gewissen Einsatz geht das selbstverständlich nicht ab. Der Ausbau eines eigenen Vertriebsapparates aber erfordert doch ebenfalls Aufwendungen oft nicht unbeträchtlichen Umfangs. Es wird immer zu prüfen sein, wie und wo diese Mittel am vorteilhaftesten und am besten für die Dauer gewinnbringend angewendet werden. Über kurz oder lang wird in diesem Zusammenhang nicht zuletzt die Kreditfrage erneut erörtert werden müssen. Selbstverständlich kann es sich nicht um die einfache, mechanische Wiederherstellung der Vorkriegsverhältnisse handeln. Nach deren Wiederkehr sehnt sich im Grunde wohl niemand. Die neue Zeit verlangt neue, verbesserte Methoden. In diesem Sinn war die Aussprache im letzten Herbst in Stuttgart ja schon einmal eröffnet. Die Anregungen von damals sollten bei der Vorbereitung der Herbstkampagne und des Weihnachtsgeschäfts wohl wieder hervorgeholt werden können. Bei der nötigen Vorsicht dürften, nachdem nunmehr die Stabilisierung der Währung doch wohl endgültig gesichert ist, Gefahren nicht zu befürchten sein. Der Verlag mag sich dabei vor allem fragen, ob nicht durch eine derartige planmäßige Ausgestaltung der Geschäftsverbindungen — nicht mit jedermann, aber mit erprobten, ausgewählten Geschäftsfreunden — das Sortiment nicht nur in seiner Leistungsfähigkeit namentlich für den Neuigkeitenvertrieb wesentlich gestärkt, sondern zugleich am verlegerischen Erfolg lebhafter interessiert würde. Um freilich die Gefahren der Überproduktion, die ja auch dann noch in gewissem Umfang bestehen bleibt, wirksamer zu beschwören, dazu bedürfte es wohl darüber hinaus noch einer Verständigung innerhalb der einzelnen Verlegergruppen und eines festeren Ausbaues einer Art Gegenseitigkeitsversicherung innerhalb des zünftigen Buchhandels. Unlösbar brauchte die Aufgabe nicht zu sein, aber für die Inangriffnahme einer derartigen Organisation müßte die Zeit erst reif werden.

Praktische Nugbarmachung des Fachblattes.

Der nachstehende Artikel behandelt ganz allgemein die Fachblätter, ohne im besonderen das Börsenblatt, das ja eine ganz eigenartige Fachzeitschrift ist, in Betracht zu ziehen. Was er zu einer praktischen Ausnutzung des Inhalts der Fachblätter vorschlägt, hat aber mit einigen den Inhalt und Zweck des Vbl. entsprechenden Abänderungen auch für unser Fachorgan Gültigkeit.

Wer mit aufmerksamen Blicken den Inhalt seines Fachblattes verfolgt, weiß, welche Fülle von wertvollem Fachwissen, Anregungen und praktischen Neuerungen nicht nur in den gesammelten Heften eines Jahres, sondern fast in jeder Nummer enthalten ist. Der überragende Wert des Fachblattes besteht gerade in dem besonderen, auf seinen Leserkreis fein abgestimmten Textinhalt, der in gedrängter Form das bringt, was für jeden Leser, sei es zur Weiterbildung in seinem Fache oder zur Förderung seines Geschäftes, von besonderem Interesse ist. Die einzelnen Fachartikel, Rubriken und Übersichten einer jeden Fachblattnummer, ja sogar der Anzeigenteil bergen Schätze wertvollsten Materials.

Wie können nun diese Schätze gehoben und für jeden einzelnen Leser praktisch nutzbar gemacht werden? Vorerst etwas Allgemeines über das Lesen einer Zeitschrift. Wenn auch ein Fachblatt intensiver durchgesehen wird als eine Tageszeitung, so werden doch in der heutigen Zeit des Hastens und Jagens die einzelnen Abhandlungen kaum mit der notwendigen Sorgfalt beachtet. Beim einfachen Durchlesen des Fachblattes — mag es auch noch so sorgfältig geschehen — wird sein Inhalt nur kurze Zeit im Gedächtnis haften. Will man dann in späterer Zeit aus den empfangenen Anregungen Nutzen ziehen, dann ist der wichtigste Teil wieder aus dem Gedächtnis entschwunden, und es beginnt ein endloses Suchen nach dem Goldkorn.

Das Naheliegendste wäre es nun, die betreffenden Artikel herauszuschneiden und sie in Mappen oder dergleichen aufzubewahren. Ganz abgesehen davon, daß dieses Verfahren mit Schwierigkeiten verknüpft wäre, weil andere Abhandlungen auf der Rückseite des Blattes mit zerschneiden würden, ist das Herauserschneiden schon aus dem Grunde nicht empfehlenswert, weil man die Fachblätter gern aufbewahrt, sie jahrgangweise binden läßt und die Bände seiner Büchersammlung als wertvollen Zuwachs einverleibt.

Börsenblatt f. den Deutschen Buchhandel. 22. Jahrgang.

Der praktischste Weg, sich den Inhalt seines Fachblattes nutzbar zu machen, führt über eine einfache Kartothek. Jeder Artikel, der für den Leser jetzt oder später von Interesse ist, wird auf einfachen Kartothekarten eingetragen und in Fachgruppen eingeordnet. Ist z. B. ein Artikel über Anzeigen-Reklame einzuordnen, so würde die Eintragung auf der Kartothekarte etwa folgendermaßen aussehen:

Fachgruppe: Reklame.

Name des Artikels	Verfasser	Erschienen in	Nr.	Jahrg.
Fachblatt-Anzeigen	M. Schulz	Fachblatt X	4	1925
Zeitungs-Reklame	E. Stein	Fachblatt 3	6	1925

Man kann diesen knappen Vermerken auch noch einen kurzen Hinweis über den Inhalt des betreffenden Artikels anfügen, um beim späteren Suchen genau zu wissen, welchen Gedanken der ausgezeichnete Artikel enthält.

Diese Eintragungen können auf einfachen weißen oder farbigen Karten ohne jeglichen Vordruck erfolgen. Auf den einzelnen Karten können je nach Kartengröße mehr oder weniger Artikel derselben Art Platz finden. Erforderlich ist es nur, bestimmte Fachgruppen zu schaffen, z. B. Einkauf, Verkauf, Lager, Reklame, Angestelltenfragen, Arbeitszeit, Steuern usw., unter denen die einzelnen Artikel Aufnahme finden. Außer Fachartikeln lassen sich auch die Veröffentlichungen über Erfindungen, gerichtliche Entscheidungen, lesenswerte Bücher und Schriften sowie der Inhalt anderer Rubriken, kurzum alles Wissenswerte eintragen und der Gefahr des Vergessens entreißen. Die tote Druckerchwärze ist zum Leben erwacht!

Durch die einfache Aufzeichnung kann man jeden erschienenen Artikel leicht herausfinden. Man braucht nur die betreffende Fachkarte herauszunehmen und das Gesuchte ist gefunden. Bedingung ist nur, daß die einzelnen Artikel eines jeden Fachblattes sofort nach Erscheinen auf die betreffende Fachkarte übertragen werden und daß die Fachblätter jahrgangweise in Mappen geordnet oder gebunden aufbewahrt werden.

Ein so eingerichtetes Archiv zeigt nicht nur, welche große Fülle geistiger Werte die Fachzeitschrift ihren Lesern im Laufe der Jahre bietet, sondern die mit so einfachen Mitteln geschaffene Materialsammlung stellt für ihren Besitzer eine Schatzkammer von unendlichem Wert dar, aus der er Anregung und Wissen in Fülle schöpfen kann.

Nicht nur der Textteil, sondern auch der Anzeigenteil einer Fachzeitschrift (ganz besonders des Vbl. Red.) läßt sich praktisch nutzbar machen. Wie oft kommt es vor, daß man eine früher gelesene Bezugsquelle sucht und trotz langen Durchblätterns den Namen nicht feststellen kann. Auch hier ist der oben gezeigte Weg dankbar. Man fertige wie beim Textteil eine Übersicht der Warengruppen an, die für den Leser oder für sein Geschäft Interesse haben. Beim Durchlesen des Anzeigentells trage man die Namen der Firmen, für deren Erzeugnisse jetzt oder später Bedarf vorhanden ist, auf eine Branchenkarte ein, ähnlich wie beim Textteil, unter Angabe der betreffenden Nummer, in der die Anzeige erschienen ist, damit man leicht das ausführliche Angebot der Firma nachlesen kann. Man braucht also durchaus nicht alle Anzeigen einer Nummer in seine Kartothek aufzunehmen, sondern nur diejenigen, für deren Waren in absehbarer Zeit Interesse oder Bedarf vorhanden sein wird. Die Arbeit ist nur gering, da sich viele Firmennamen infolge laufender Insertion wiederholen. Auf diese einfache Weise kann sich jeder Leser aus dem Anzeigenteil seines Fachblattes ein nie versagendes und stets bereites Bezugsquellen-Register schaffen.

Durch die im Vorstehenden empfohlene Aufzeichnung des Inhalts ist die praktische Nugbarmachung des Fachblattes nicht erschöpft. Jeder Vorwärtstrebende wird nicht nur aus den vorhandenen Anzeigen Vorteile schöpfen, sondern selbst durch eigene Anzeigenreklame in seinem Fachblatt Kunden zu werben und neue Geschäftsverbindungen anzuknüpfen versuchen. Der hohe Wert einer Fachblattanzeige ist bekannt. Er liegt in der fein abgestimmten Verbreitung der Fachzeitschrift. Jede Nummer kommt nur in die Hand ganz bestimmter Leser, und die sorgfältige Beachtung, die dem Inhalt des Fachblattes entgegengebracht wird, sichert den Anzeigen besten Erfolg.

Jedem Leser, der es versteht, seine Fachzeitschrift nicht nur zu lesen, sondern ihren wertvollen Inhalt praktisch nutzbar zu machen, wird sein Fachblatt ein treuer Helfer und Förderer im Beruf und Erwerbsleben sein.

M.