



Umsatz und Verdienst

Ein heiserer Hahn hat laut Börsenblatt vom 6./8. 1925 in einer Berliner Zeitung über den wuchernden Buchhändler gekrächt. Der sonst kümmerliche Hahnenschrei enthält nur eine Wahrheit, nämlich daß es stets verkehrt ist, wenn der Kaufmann in kritischer Zeit seine Rettung in hochgeschraubten Preisen sucht. Letztere bringen todsicher den Umsatz zurück, und was nützt da der höhere Rabattgewinn am Einzelgeschäft, wenn der verstimte Käufer schließlich ganz fortbleibt. Noch trifft dieser Hahnenschrei auf den Buchhandel im allgemeinen nicht zu. Nur vereinzelt waren Verleger-Angebote mit auffallend hoher Rabattierung und demzufolge auffallend hohen Ladenpreisen bemerkbar. Die beste Lösung hat der Verleger erreicht, der es versteht, die steigenden Herstellungskosten und das wachsende Rabattbedürfnis des Sortimenters durch große Auflagen wettzumachen. Die Beibehaltung des 30 Pf.-Preises der Lehrmeister-Bücherei war nur möglich, weil das Sortiment für großen Absatz sorgte und die Einsicht

hatte, daß es ratsam ist, dauernd lebhaften Umsatz in gangbaren, wenn auch billigen Büchern zu erzielen. Wenn beispielsweise ein Sortimentler für 100 Mark Vorräte einkauft, an denen er 50, ja 55 v. H. verdient, wenn er aber ein Jahr dazu braucht, sie abzusetzen, so ist das ein schlechteres Geschäft, als wenn er 45% daran verdient, aber die gleiche Menge jeden Monat verkauft. Er verdient also im ersteren Falle 50 bis 55 Mark, im zweiten M. 540.—. Wer die Absatzfähigkeit der Lehrmeister-Bücherei noch nicht erprobt hat, bestelle, bitte, versuchsweise 200 gangbarste Nummern nach unserer Wahl. Sie kosten mit 45% Rabatt 33 Mark netto. Mit der Auslage der Lehrmeister-Bücherei ziehen Sie auch Leute in Ihr Geschäft, die sonst keine Bücher kaufen und vielleicht ihr Geld, statt für Bücher, für irgendwelche Genussmittel anwenden. (Branchenwerbung.)

□

Verlag Sachmeister & Thal,
Leipzig, Marienplatz 2.