

In dem gleichen Sinn »Vogel friß oder stirb« deutet Herr D. nun schon wieder kurz nach der Gründung der »BEG«, wenngleich vereinsfeindlich, die Gründung eines neuen Vereins an; denn auch unsere Verbände sind nicht nur Vereine, sondern Organisationen. Da soll also unter Ausschluß des Sortimenters nun noch der neue Verein der Abstoßer von Ladenhütern gegründet werden, die der Franzose so nett mit »Nachtigallen« bezeichnet. Wird den Nachtigallen wirklich alles Schluchzen und Schlagen zum Verkauf verhelfen? Wird das Sortiment wirklich, ohne sich die Nachtigallenzüchter zu merken, gedankenlos weiter in den Tag leben?

Nein, schon heute nicht! Wenn wir auf das letzte Weihnachtsgeschäft\*) zurückblicken, so muß jeder erkannt haben, daß wir eigentlich unser großes Lager gar nicht brauchen, sondern mit etwa je 5 bis 10 verschiedenen Büchern in etwa ebensovielen Fächern völlig ausgekommen wären. Das sollte auch dem Verleger zu denken geben! Wenn wir gerade zur Hauptgeschäftszeit erkennen müssen, daß wir gar nicht so ein Riesenspeicher zu unterhalten brauchen, sondern uns auf wenige von uns als gut befundene Bücher beschränken können, andererseits erleben müssen, wie Fabriken trotz laufenden Aufträgen mit 9 Millionen Aktiva und nur 2 Millionen Passiva den Konkurs anmelden müssen, lediglich weil ihnen die baren Betriebsmittel fehlen, so wollen wir Sortimentler in erster Linie auf den Vertrieb der Überproduktion an Neuerscheinungen verzichten und unser Lager einschränken, um flüssige Mittel zu bekommen oder diese zu vermehren. Daß der Verlag dasselbe tun muß, um so mehr, wenn sich der Sortimenter immer mehr einschränken muß, ist ja ganz selbstverständlich, und es ist ein Fehlschluß von Herrn D., der Lage dadurch Herr zu werden, daß trotz allem weiter Neuigkeiten herausgebracht werden, von denen im voraus zu sagen ist, daß sie das »Sortiment nicht mehr oder nur ganz mangelhaft bestellt«. Ganz abgesehen von dem Zweifel, den man in den Erfolg der von Herrn D. angekündigten Rettungsmassnahmen der Nachtigallenverleger setzen muß, so sehen die Sortimentler doch ganz offen eine Schädigung des Sortiments voraus. Dagegen, daß sich verschiedene Verleger Sortimente zum alleinigen Vertrieb ihrer Ladenhüter kaufen, ist nichts einzuwenden. Das kommt einer Spezialisierung des Sortiments gleich, für die ich immer gesprochen habe und die, je schwerer die Zeit wird, je früher kommen muß. Versand- und Reisebuchhandlungen mit herabgesetzter Ware hat es schon immer gegeben, sie sind uns nichts Neues; im Gegenteil will ja Herr D. sie selbst umgehen; denn es sind doch die heutigen Großantiquariate. Und dann glaubt Herr D. dem Sortimenter wieder damit drohen zu können! Das ist eben der natürliche Kreislauf der Dinge: die Produktion muß sich durch die Nachfrage regeln, wo sie es nicht tut, entsteht Überproduktion, welche zwangsläufig die Preise herabdrücken muß, anstatt sie, wie es in der heutigen Zeit ist, herauszuschrauben, weil es versucht wird, mit dem zwar geringeren Umsatz nicht nur die erhöhten Kosten und Lebensbedingungen, sondern auch noch die Überproduktion zu bezahlen. Auch der billige Verkauf des Ulsteinverlages konnte den Antiquar nicht in Aufregung bringen; war es doch schon seit Kriegsende jedem möglich, diese oder ähnliche Bestände auf schlechtem Papier und in Pappbänden zu den gleichen Preisen zu verkaufen!

Wenn Herr D. auch nur die kleinste Ahnung hätte, wie schwer es heute dem Sortimenter wird, etwas zu verkaufen, so wären nicht die Worte von der spekulativen Sortimenterei gefallen. Ich hätte gewünscht, daß Herr D. nur einen einzigen Tag während des Weihnachtsgeschäfts als stiller Zuschauer in einem Sortiment zugebracht hätte. Es muß überall dasselbe Bild gewesen sein! An der Kundenzahl hat es bei den Anstrengungen des Sortimenters sicherlich nicht gefehlt; denn wer heute sagt, daß das Sortiment seine Schuldigkeit nicht tue, steht völlig außerhalb der Tatsachen. Aber am Geld hat es gefehlt. Die Leute mußten mit dem Wenigen rechnen, das sie in der Tasche hatten, und es gehörte eine riesige Geduld, eine außerordentliche Mühe dazu, für dieses Wenige dem Kunden jeden Wunsch befriedigen zu können. Immer wieder

wurde zurückgelegt und aus-geschieden, umgestellt, und schließlich blieb es doch noch zuviel. Die Kunden waren offen und ehrlich genug, es zu sagen, und nicht alle lassen gern ansprechen! Ich bitte auch Herrn D., einmal die Verleger zu nennen, die 60% Rabatt gewähren. Ich habe bis heute noch keinen gefunden, wenn auch keinen gesucht. Wollen wir denn selbst in diesen schweren Zeiten nicht lieber mit den Füßen auf der Erde bleiben und uns gegenseitig helfen, anstatt uns gegenseitig zu verärgern?

Nicht einmal über die Tarzanleser ist Herr D. richtig unterrichtet! Seien wir ehrlich: wir brauchen auch Bücher, die von selbst »gehn«, für die wir nicht Hunderte oder Tausende an Werbelosten auszugeben brauchen. Wir können uns nicht nur zermürben in ewigem Jagen, wir brauchen auch Brotartikel. Ich habe nicht einen Tarzanband gelesen, aber manchen verkauft. Hat uns Buchhändler die Hege gegen Tarzan etwas genützt, ist sie nicht mit aus denselben Gründen erfolgt, die einst gegen Karl May zum Kampf aufriefen? Im Kampf gegen Tarzan aber wurde Karl May der Klassiker der Abenteuerromane genannt! So ändert sich die Meinung, wenn es nötig ist! Aber vergessen wir nicht, daß gebildete Leser, also unsere bisherigen Kunden, Tarzan überhaupt nicht kauften, daß uns durch Tarzan tatsächlich neue Kunden in den Laden geführt wurden, die es nicht nur bei dem einen Tarzangeschäft ließen, sondern für einen zweiten oder dritten zu Besuchenden, der Tarzan nicht wollte, auch noch ein Buch mitnahmen; denn Tarzan brachte den Reiz zum Bücherkaufen überhaupt erst in manche Familie. Die Tarzanleser aber sind durch die Hege vor den Kopf gestoßen worden, anstatt zum besseren Buch geführt zu sein. Das ist der Fehler, der begangen ist, der im vergangenen Jahr nicht nur dem Sortiment, sondern ebensosehr dem Verlag geschadet hat.

Der Kampfruf von Herrn D. sollte allem Anschein nach für die »BEG« sprechen; aber ich glaube, er hat ihr eher geschadet als genützt; denn man gewinnt nicht dadurch Freunde, daß man darauf schimpft. Mit der »BEG« zu arbeiten, muß Auffassung jedes Einzelnen bleiben, und ich will hier nicht das Für und Wider zu ergründen suchen.

Daß der Prospektversand nicht mehr genügen soll, kann leicht behauptet, nicht aber bewiesen werden. Es kommt auf die Abfassung des Werbedriefs und auf die Ausnahmefähigkeit der Empfänger an, ob Erfolg möglich ist. Genügt die schriftliche Werbung aber wirklich nicht mehr, so haben wir den Beweis, daß der Sortimentersbuchhandel seine Schuldigkeit in der Werbung bisher getan hat und nun die Organisation der Werbung fehlt. Dadurch, daß die einzelnen Firmen bei denselben Interessenten das Gleiche mit den gleichen Mitteln anbieten, zeigt sich die Notwendigkeit des Zusammenschlusses zu gemeinsamer Werbung. Auch hier ist es falsch, zu denken und zu raten wie bei der Abrüstungsfrage, daß der andere aufhören muß. Doch alle Werbung wird zwecklos, wenn der Boden, auf den sie fällt, unfruchtbar, wenn kein Geld vorhanden ist; das müssen wir heute in erster Linie beachten.

Auch der Vorwurf, daß die Werbestelle »Rezepte« gibt, ist nicht am Platze. Ich habe bis heute noch kein Rezept der Werbestelle gesehen, Herr D. meint wohl etwas ganz anderes. Und ein schlechter oder gar kein Werbemann ist derjenige, der nicht aus den Anregungen der Werbestelle zwischen den Zeilen zu lesen weiß, was für ihn selbst in einer anderen oder ähnlichen, immer aber persönlichen Form angebracht ist. Herr D. hat sich schon so oft als Warner vor der Werbung gezeigt und erwartet sie für sich trotzdem immer von jedem Sortimenter, eine Tatsache, die eigentlich kaum zu verstehen ist. Der Sortimenter kann doch nicht nur für einen Verlag allein werben, so sehr er dann auch von dem einen Verleger geliebt werden mag. Aber wundern muß ich mich immer wieder, daß die Verleger der Werbestelle beispielsweise zu den monatlichen Anregungen für das Schaufenster überhaupt keine Vorschläge machen. Das kann sich alles der Sortimenter allein mit der Zange herbeiholen. Nur zweier Verleger erinnere ich mich, die in der langen Zeit Anregungen dafür gegeben haben, und dabei liegt darin eine so glänzende und nichts kostende Werbemöglichkeit!

\*) Berichte über das vorjährige Weihnachtsgeschäft werden noch fern entgegengenommen.