

Gott sei Dank, die meisten Sortimenterkollegen haben meine Aufmerksamkeit richtig verstanden. Ich habe auf die Anzeige sehr erfreuliche Bestellungen auf Bücher und Werbematerial erhalten und — was mir mindestens so lieb ist! — eine ganze Anzahl freundlicher Briefe von Herren, die sich bis jetzt abseits gehalten hatten, nun aber mitarbeiten wollen. Das wollte ich erreichen: Das Inserat hat seine Mission erfüllt.

Nie im Leben ist es mir in den Sinn gekommen, den Sortimenter »für die Absatzkrise verantwortlich zu machen«. Ich kenne den Sortimenter und seinen Beruf sehr viel besser, als Herr Heidekamp denkt. Gerade deshalb aber weiß ich, wie ungeheuer schwer es manchmal hält, des Sortimenters wertvolle Aufmerksamkeit einmal länger als ein paar Augenblicke zu fesseln. Er »übersieht« oder »überfliegt«; tausend Alltagskleinigkeiten nagen an seiner Zeit. Wie soll man es anstellen, ihm zu sagen, was man auf dem Herzen hat! Z. B.:

Trotz meines besten Willens verschloß sich eine große Anzahl Sortimenter beharrlich meiner Produktion oder gab nur Gelegenheitsbestellungen auf. Absatzkrise? Warum bestellten dann aber so viele andere, auch mittlere und kleinere Firmen erstaunliche Mengen? Von Hirschfelds Geschlechtskunde beziehen einige bis zu 250 Exempl. zur Fortsetzung, eine ganz erkleckliche Anzahl nimmt mir 100—150 Exemplare ab. Ich höre von ihnen, daß »Gelehrte und Arbeiter mit gleichem Interesse nach der nächsten Lieferung fragen«. Warum will ein großer Teil des Sortiments die große Absatzfähigkeit des Buches nicht erkennen? Dieses gar zu befremdliche Mißverhältnis konnte ich mir nicht anders erklären, als damit, daß vielleicht ein Teil des Sortiments bei dem Namen »Püttmann« an alte, längst verschollene Traumbücher und Brieffsteller denkt.

Sie sollen aber alle, meine Herren Sortimenter, wissen, daß ich es mit meinem Berufe sehr ernst nehme. Von einer »Überproduktion« kann man bei mir wohl nicht sprechen. Seit 1921 habe ich nur meine »Kleinen Schriften zur Seelenforschung, hrsg. von Dr. A. Kronfeld« (15 Broschüren), die »Sexualwissenschaftlichen Dokumente, hrsg. von Dr. Gaston Vorberg« (vier Vorzugsdrucke in je 350 Exemplaren), 2 Lieferungswerke (im Erscheinen), 2 kleine Broschüren und 6 andere Bücher gebracht. (Verzeichnis lege ich der Schriftleitung zur Prüfung vor und stelle Abdruck anheim!). — Mein Grundsatz ist: Es kommt nicht auf die große, sondern auf die gute Produktion an. Darum konnte ich in meiner Anzeige mit gutem Gewissen sagen: Meine Bücher gehen, man muß sie nur führen!

Zur Produktion rechne ich auch mein Werbematerial. Jedes Stück ist von einem Sortimenter entworfen oder begutachtet. Wer es nicht kennt, lasse es sich zur Prüfung senden. Mit solchen Prospekten und Werbebrieffen haben Sie — trotz der Absatzkrise — Aussicht auf den gleichen Erfolg, welchen andere damit erzielen.

Stuttgart.

Paul Neubert

i. Sa. Julius Püttmann, Verlagsbuchhandlung.

### Schulbücher-Remittenden.

So sehr es einzusehen ist, wie unangenehm es für den Verleger ist, unangefragte Schulbücher-Remittenden (manchmal bis zum Herbst hin) zugeschickt zu bekommen, so unberechtigt ist wohl meistens der Vorwurf, der Sortimenter hätte über das Maß hinaus bestellt. Da dem Verleger die selbstverständliche Rücknahme nicht zugemutet werden darf, wird der Sortimenter nicht rücksichtslos bestellen. Nach dem oft plötzlichen Aufhören des Schulbüchergeschäftes wird der Sortimenter durchaus nicht erfreut sein, so manches noch im Lager als unverkauft zurückbehalten zu müssen. Da auch der Verleger einerseits nicht wissen kann, wieviel er von jedem Buch zu Ostern fertig haben muß, andererseits er seine Ware nicht geschenkt bekommt und schließlich auch Geld braucht, schränkt er sich natürlicherweise ein. Der Sortimenter ist seiner Kunden und (leider auch) der Konkurrenz willen gezwungen, sich mit dem vermutlichen Bedarf rechtzeitig einzudecken. Denn der Schulbücherkunde wird es nie verstehen, warum es jede Ostern dieselben Schwierigkeiten gibt. Vor allem wird vonseiten der Schulen auf die Lernenden meist in Bezug der Schulbücherbeschaffung ein oft rücksichtsloser Druck ausgeübt, unter dem nicht nur die unmittelbar Bedrückten, sondern mittelbar auch der Sortimenter und der Verleger zu leiden haben. Die Folgen alles dessen sind nicht nur Ärger und Verdruß, sondern auch die direkten Bestellungen beim Verleger, die vom Verleger manchmal prompt ausgeführt zu werden scheinen als die Bestellungen vom Sortimenter. Und beim Sortimenter bleibt manches unverkauft liegen!

Da nun aus den oben und früher bereits mehrfach dargelegten Gründen die direkten Bestellungen unvermeidlich erscheinen, komme ich nochmals zurück auf meine Bitte an die Herren Verleger, sie

möchten den in Frage kommenden Sortimentern für solche direkten Auslieferungen eine entsprechende Rabattgutschrift gewähren, was bestimmt nicht zu ihrem Schaden sein wird. Daß dies möglich ist, ersehe ich aus einem mir vorgelegten Geschäftsformular des Deutsche Meister-Verlages in München, der schon längst so verfährt.

Gleichzeitig mit der Ausführung der direkten Bestellung sollte der Verleger dem Besteller mitteilen, daß er vom Sortimenter mit gleichen Bedingungen und oft sogar schneller und spesenfrei beliefert wird. Hier müßten die Schulbuchverleger gemeinsam vorgehen und alle ihren direkten Lieferungen eine gleichlautende Mitteilung an die Rechnung heften.

Man nehme es mir in Sortimenterkreisen nicht übel, wenn ich als Schulbücherschmann die direkten Bestellungen nicht nur als unvermeidlich betrachte, sondern es sogar für erklärlich finde, wenn der Verleger diese ihm zugehenden Bestellungen selbst ausführt. Man versehe sich in die Lage des Privatbestellers, dem der Verleger mitteilt, daß er die Bestellung zur Ausführung an die Buchhandlung X überwiesen habe. Dazu kommt oft noch, daß sich Sortimenter Y beim Verleger beschwert, daß nicht ihm, sondern an Sortimenter Z jene Bestellung überwiesen sei. Selbstverständlich schließe ich die eventuelle Berechtigung der direkten Belieferungen aus, wenn der Sortimenter durch Nichtbelieferung geschädigt wird, während der Privatkunde ohne weiteres vom Verleger aus das Gewünschte ohne Schwierigkeit empfängt.

Soweit ich die Lage überblicken kann, wird der Verlag als Hersteller derjenige sein müssen, der jetzt nicht bis nächste Ostern wartet, sondern sofort versucht, die Unterrichts-Ministerien und Schulbehörden zu beeinflussen, für einen reibungslosen Verlauf des Schulbüchergeschäftes Sorge zu tragen. Obwohl es ohne Schwierigkeiten nie gehen wird, könnte es meiner Meinung nach etwas erträglicher werden, wenn die Schulbücherverzeichnisse der Schulen bereits Anfang des Jahres fertig vorliegen würden. Dies könnte geschehen, wenn die Ministerien nicht nur bis Ende des Jahres die Fertigstellung der Verzeichnisse von den Schulen fordern, sondern dies auch mit den Wünschen der Verleger, Sortimenter und Eltern begründen würden.

Leipzig.

Schulbuchhandlung Emil Sakersdorff.

### Börsenblattanzeige und Nettopreis.

(Vgl. Bbl. Nr. 152, S. 844.)

Ich hatte schon lange vor, auf dieses Thema zurückzukommen, und da nun Herr Fritz Fink, Weimar, diese Sache anschneidet, so ist es mein dringendes Bedürfnis, ebenfalls hierzu Stellung zu nehmen und die Herren Verleger darauf aufmerksam zu machen, die Börsenblattanzeigen nicht mit Nettopreisen zu versehen, sondern nur mit dem Ordinärpreis. Unsere Firma hat die Gewohnheit: beim Eintreffen des Börsenblattes werden die in Betracht kommenden Anzeigen herausgetrennt und den Kunden, Universitäts-Bibliothek usw. vorgelegt. Wir haben schon sehr gute Erfolge damit gehabt. Stellen Sie sich vor, meine Herren Kollegen vom Verlag: eine glänzende Anzeige mit einer guten Kritik, und dazwischen drängen sich der Nettopreis und Partiebezug oder Staffelpreis usw. auf. Entweder kann man die Anzeige nicht weitergeben oder man muß erst den Nettopreis ausschneiden, aber dann sagt sich der Kunde: Halt! Hier stimmt etwas nicht!

Ich bitte, doch diesen Punkt im Auge zu behalten; auch macht sich dann das Börsenblatt doppelt verdient!

Rostock i. M.

E. S. Sewing

i. Sa. Stiller'sche Hof- und Univ.-Buchhdlg.

### Anfragen.

1. Wo finden sich genauere Angaben über die bestehenden bibliophilen Gesellschaften in den Vereinigten Staaten, England, Frankreich, Belgien, den Niederlanden, Dänemark, Schweden, Rußland, Italien, Spanien und den britischen Kolonien?
  2. Welche dieser Gesellschaften geben Zeitschriften oder Jahrbücher heraus?
  3. Welche Zeitschriften mit hauptsächlich bibliophilem, bibliographischem oder rein typographischem Inhalt gibt es in den genannten Ländern? Bitte um Verlagsangabe.
  4. In welchen Zeitschriften sind alle bevorstehenden Bücher-Auktionen angekündigt?
  5. Welche Zeitschriften der oben genannten Länder verzeichnen die wichtigsten erschienenen Antiquariats-Kataloge?
- Freundliche Auskünfte erbittet die Redaktion des Börsenblattes.

Verantw. Redakteur: I. B. Franz Wagner. — Verlag: Der Börsenverein der Deutschen Buchhändler zu Leipzig, Deutsches Buchhändlerhaus, Druck: E. Gedrich Nachf. (Abt. Ramm & Seemann), sämtlich in Leipzig. — Adresse der Redaktion u. Expedition: Leipzig, Gerichtsweg 26 (Buchhändlerhaus).