

Bekanntmachung.

Anlässlich ihres 40jährigen Verlags-Jubiläums überwies uns die S. Fischer Verlag A.-G. in Berlin 2000.— Mark.

Mit dem herzlichsten Dank für diese Spende verbinden wir die besten Wünsche für weiteres Blühen und Gedeihen des Verlages.

Berlin, den 28. Oktober 1926.

Der Vorstand des Unterstützungs-Vereins
Deutscher Buchhändler und Buchhandlungs-Gehülfen.

Dr. Georg Paetel. Max Schotte. Max Paschke.
Reinhold Borstell. Friedrich Feddersen.

Krankenkasse Deutscher Buchhandlungs- gehilfen, Erfasskasse, Leipzig.

Die 13. ordentliche Hauptversammlung findet am Sonntag, dem 21. November 1926, vormittags 10 Uhr, im »Deutschen Buchhändlerhaus« zu Leipzig, Hospitalstraße 11, Eingang Portal I, statt, wozu wir unsere Mitglieder hierdurch ergebenst einladen.

Als Ausweis dient den Mitgliedern die Beitragsquittung für November 1926. Das Stimmrecht kann durch Bevollmächtigte ausgeübt werden, die selbst stimmberechtigte Kassenmitglieder sind, doch dürfen einem Mitgliede nicht mehr als vier Vollmachten übertragen werden. Die Übertragung der Vollmachten, die in Verwahrung der Kasse übergehen, hat schriftlich zu erfolgen. Anträge von Mitgliedern müssen, um auf die Tagesordnung gesetzt zu werden, spätestens zwei Wochen vor der Hauptversammlung beim Vorstand mit Begründung eingereicht werden und von mindestens zwanzig Mitgliedern unterschrieben sein. Die vollständige Tagesordnung wird noch rechtzeitig bekanntgegeben werden.

Leipzig, den 28. Oktober 1926.

Der Vorstand:

Richard Hingsche. Karl Schmidt.
Otto Krüger, Geschäftsführer.

Wie ich mir die Weihnachtsreklame in einer Mittelstadt mit 10 Sortimentern denke.

Von Otto Rehne, Cassel.

Schicken wir voraus, daß diese Sortimenter einen Gesamtjahresumsatz von 600 000 Mark haben, und nehmen wir an, daß 1 Prozent dieses Umsatzes für Reklamezwecke zur Verfügung steht — dieses dürfte wohl allgemein der im Sortiment übliche Satz sein —, so haben wir die Summe von 6000 Mark zur Verfügung.

Wie nun diese Summe am vorteilhaftesten angelegt werden und wirklich Nutzen bringen soll, dazu sollen nachstehende Zeilen eine Anregung geben. — Nach meinen Erfahrungen in 20jähriger Sortimentspraxis haben Zeitungsinserate für einzelne Bücher fast gar keinen Erfolg. Nur ein kurzes Beispiel zum Beweis hierfür: Ich zeigte im vorigen Jahr (August) ein volkstümliches Unterhaltungsbuch (Preis 1.75 Mark) in einer Zeitschrift (Auflage 25 000) an — das Inserat kostete 30 Mark, der Erfolg war der Verkauf von 42 Exemplaren — an den Exemplaren wurden 75 Pfennig pro Stück verdient, sodaß eben gerade die Inseratkosten gedeckt wurden. Ein zweites Inserat über den einbändigen Brochhaus brachte in derselben Zeitschrift überhaupt keine Bestellung ein, während ein zu derselben Zeit im Fenster stehender Brochhausband mit einem kurzen Text — 1800 Mark können Sie gewinnen, wenn Sie dieses Lexikon kaufen — innerhalb 8 Tagen 4 Bestellungen brachte! — Aus diesen Gründen würde ich Zeitungsinserate für einzelne Bücher als Sortimenter ablehnen! Geringer dürfte nachstehender Versuch zu empfehlen sein:

In den deutschen mittleren Großstädten sind durchschnittlich drei Tageszeitungen vorhanden, die alle von Zeit zu Zeit Bücherbesprechungen bringen. Nun müßten die Sortimenter mit diesen ein Abkommen treffen, daß diese Besprechungen in Form einer »Literatur-Beilage«, oder wie man es sonst nennen will,

alle zwei bis drei Wochen zusammengefaßt und im Zusammenhang darüber berichtet wird. Am Schluß der Literatur-Beilage würde dann angegeben werden: Vorstehende Bücher sind zu beziehen durch die Braunschweiger Buchhandlungen von: (folgen in alphabetischer Reihenfolge die Anschriften). Als Gegenleistung würden die Buchhandlungen die reinen Satz- und Druckkosten der Beilage übernehmen. Angenommen zum Beispiel: drei Zeitungen kommen in Frage; von Oktober bis Dezember würden in jeder Zeitung vier solche Beilagen erscheinen, so kosteten diese zwölf Beilagen nach meiner Berechnung etwa 1000 Mark. Das würde unsere Ausgabe für Zeitungsinserate sein.

Meine zweite Ausgabe würde eine gedruckte Anzeigenkarte sein etwa in folgender Form: »Die Vereinigung Braunschweiger Buchhändler bittet Ew. Hochwohlgeboren um Ihren Besuch in nachstehend verzeichneten Buchhandlungen (folgt alphabetische Anschriftenangabe). Wir sehen in diesem Jahre davon ab, umfangreiche und unübersichtliche Kataloge zu versenden, stellen Ihnen aber solche über jedes Spezialgebiet gern zur Verfügung und erteilen bereitwilligst über jede Literaturgattung Auskunft und Rat.« Diese Karten müssen an alle von den Sortimentern als Bücherkäufer in Frage kommenden Kunden verschickt werden. Zu diesem Zweck müßten die 10 Kollegen die Anschriften ihrer Kunden in eine Hand legen, damit doppelte und mehrfache Versendung an dieselben Anschriften vermieden wird. Es würde sich wohl ein in jeder Stadt befindlicher Verlagskollege als Vertrauensmann zu dieser Arbeit bereit finden. Nach meiner Schätzung würden etwa 15 000 Einladungskarten in Frage kommen. Kosten für diese Karten und Versendung etwa 900 Mark. Durch diese Maßnahme wird die unnötige und doppelte Versendung von diesen Katalogen vermieden — sagte mir doch dieses Jahr der Lehrer einer landwirtschaftlichen Schule, daß er den Pareyschen Katalog viermal; ein Pfarrer, daß er den Katalog der Evangelischen Vereinigung 7mal; der Direktor einer Studienanstalt, daß er den Katalog von Koehler & Goldmar dreimal zugesandt erhalten habe. Es hat auch noch den weiteren Wert, daß ich den Kunden zum Besuch im Ladenlokal auffordere, daß derselbe individuell im Laden bedient werden kann, daß ich ihm aus meinen Vorräten vorlegen kann usw. Natürlich muß ich ihm auch auf Ansorderungen von ihm gewünschten Fachkatalog überreichen können, aber ich brauche dann von diesem nur eine kleinere Anzahl auf Lager zu haben, da die Massenversendung aufhört.

Als dritte Reklame lasse ich an der Außenseite der Straßenbahnwagen — und zwar bei jeder Linie auf einem Wagen — ein Schild anbringen mit der Aufschrift: »Nehmt stets Bücher zu Geschenken« ohne Angabe von Firmen. Die Anbringung dieser Schilder und Kosten für ein Vierteljahr betragen bei 10 Bahnen = 1300 Mark. Diese Reklame wird von Fremden und Einheimischen mehr beachtet als ein Inserat in der Zeitung und dürfte gerade durch seine Ständigkeit »Nehmt stets Bücher zu Geschenken« von vorzüglicher Wirkung sein, zumal wenn die Buchhandlungen dann noch denselben Text an ihren Schaufenstern anbringen lassen.

Viertens: Unterzeichnete Buchhandlungen veranstalten im kommenden Winterhalbjahr nachstehende sechs literarische Abende. Vier von diesen finden vor Weihnachten in der Zeit von Anfang Oktober bis Anfang Dezember — je einer im Januar und Februar — statt. Hierzu schlage ich Einheitspreise — je Vortrag 1 Mark, 6 Vorträge = 5 Mark — vor, Vertrieb der Karten durch sämtliche Buchhandlungen. Bei geschickter Aufmachung kosten diese Vorträge den Buchhandlungen nichts, sondern sie können noch Überschüsse bis zu 1000 Mark und mehr haben, die dann natürlich wieder zu Reklamezwecken benutzt werden und zur Verringerung der Kosten beitragen.

Fünftens: Preisausschreiben für Schüler und Schülerinnen der Volks-, Bürger- und Höheren Schulen über beliebige Themata: »Mein liebstes Buch« oder »Das Buch als Freund« usw. Schiedsgerichte verschiedene Lehrer und Direktoren. Je nach Beteiligung bis zu 300 Bücherpreise, eventuell Veröffentlichung preisgekrönter Aufsätze in den Zeitungen. Nehme ich als Durchschnittsnettopreis 3 Mark pro Buch an, so dürfte auch diese Reklame etwa 1000 Mark in Anspruch nehmen.