

vor. Die Zählung der im Börsenblatt angekündigten Neuigkeiten schließt mit 13 602 Titeln insgesamt ab. Das sind rund 10% weniger, als 1913 gezählt wurden (15 229), und das ist in der Tat wohl eine fühlbare Entlastung. Der Durchschnittsladenpreis dieser rund 13½ Tausend Werke betrug 7.95 Mark. Das wäre also gegen 1914 — 5.50 Mark — eine durchschnittliche Steigerung um etwa 44%. Das Wöchentliche Verzeichnis, das ja neuerdings die dort aufgenommenen Titel laufend zählt, schloß für 1926 mit der Ziffer 30 348. Hier ist gegen 1913 keine Erleichterung festzustellen, da die entsprechende Auszählung auf Grund der Bibliographie damals eine Gesamtzahl von 28 182 Buchneuerscheinungen ergeben hat. Der Unterschied erklärt sich sehr einfach daraus, daß die neuerdings von der Deutschen Bücherei bearbeitete Bibliographie eben nicht nur die tatsächlich im Buchhandel befindlichen, sondern überhaupt alle der Bücherei bekannt werdenden Neuerscheinungen verzeichnet. Da die Deutsche Bücherei ihre Sammelstätigkeit mit gutem Erfolg immer lückenloser zu gestalten versteht, kann die auf ihren Aufnahmen aufgebaute Bibliographie eben auch bei gedrosselter Produktion des eigentlichen Buchhandels gleichwohl steigende Zahlen ausweisen. Für den Buchhandel geben daher die auf der Verarbeitung der Börsenblattanzeigen beruhenden Berechnungen ein besseres Bild; zum mindesten sind sie für die Korrektur der allgemeinen Statistik unentbehrlich. Der Produktionsrückgang erstreckt sich im übrigen nicht gleichmäßig auf alle Sparten. Soweit erkennbar, betrifft er in der Hauptsache nur die Schöne Literatur und die Kunstdliteratur im weitesten Sinne. Für beide kann man wohl mit einem Rückgang um fast 30% gegen das Vorjahr und gegen die Inflationszeit rechnen. Bei andern Sparten wie pädagogischer, philosophischer, mathematischer, philologischer Literatur, auch bei Jugendschriften und anderen ist die Neuproduktion 1926 ungefähr der des Vorjahres gleich geblieben, bei den meisten andern wissenschaftlichen Disziplinen dürfte sich sogar eine Steigerung nachweisen lassen. Vermutlich wird hier aber noch ein Ausgleich wirksam sein, insofern als allen Andeutungen zufolge beim eigentlichen schwerwissenschaftlichen Buch in der Regel wohl wieder mit kleineren Auflagen gerechnet werden muß, während namentlich bei vielen zur Schönen Literatur zu zählenden Erscheinungen, zumal solchen mit ausgesprochen billigen Preisen, sicher besonders große Auflagenziffern in Frage kommen. Immerhin wird man diese Lage im Auge zu behalten haben, wenn das Problem der Überproduktion weiter erörtert wird. Dazu ist uns von besfreundeter Seite, anknüpfend an unsern letzten Bericht, ein längerer Brief zugegangen, aus dem auszugsweise das Nachstehende mitgeteilt sei:

Auch mir scheint eine Aufklärung des Sortimentbuchhandels über die wahren Verhältnisse der sogenannten Überproduktion ganz dringend notwendig. Ich habe ja stets den Standpunkt vertreten, daß es weniger auf die Technik der Werbung ankommt, sondern auf die sogenannte Organisation der Werbung, und unter Organisation der Werbung verstehe ich: Aufdeckung der Verhältnisse zwischen Produktionsart und Käufergruppe. Ist sich schon der Verlag meist über diese Zusammenhänge nicht klar, umso viel weniger der Sortimentbuchhandel, sonst könnte eine so katastrophale Instinktslosigkeit, wie wir sie jeden Tag immer wieder feststellen müssen, nicht vorhanden sein. Ein wunderschönes Beispiel war die Ankündigung des neuen Buches von »D...«. Nachdem der Sortimentbuchhandel in den letzten eineinhalb Jahren drei Auflagen des ersten Buches verkauft hat, nachdem das Buch insolge mehrfacher Behandlung auf Akademien und Kursen des Buchhandels für uns noch eine besondere Rolle gespielt hat, wurden insgesamt auf die Erstankündigung etwa 250 Expl. bar bestellt. Jetzt nach 4 Wochen ist die 1. Auflage vergriffen; nicht etwa indem die Sortimenter Partien beziehen, sondern indem sie jeden Tag möglichst ein Exemplar einzeln bestellen, sobald es ein Kunde verlangt. Dies gilt aber auch in vollem Umfang für die Buchhandlungen in M., obwohl doch gerade in M. tatsächlich von den D'schen Büchern Partien abgesetzt werden. — Mit diesen Beispielen kann ich Ihnen ja an sich nichts Neues erzählen, nur beweist es mir erneut, daß es notwendig sein wird, immer mehr Aufklärung über Produktion und Vertriebs-Struktur der Sortimente und Verlage zu verbreiten, denn nur von dieser Seite aus können wir die ganze Sache zu einer gewissen Klärung bringen. — Daß sich der Begriff einer Überproduktion heute in so vielen Buchhändler-Gehirnen festgesetzt hat, ist meines Erachtens eine gewisse Gefahr. Natürlich wird zuviel produziert und zuviel

Mittelmäßiges, darin hat der Anonymus »Parazellus« ganz recht. Aber andererseits zeigt sich immer wieder, daß alle diejenigen, die es verstehen, sich wechselnd auf die Käufergruppen einzustellen, auch Absatzerfolge haben. Hier muß meines Erachtens der Hebel einsetzen, sonst sehe ich keine Änderung. Erst wenn Verleger und Sortimenter sich mal restlos klar werden, welche Käufergruppen für ein bestimmtes Buch überhaupt in Frage kommen, wird auch dieser Größenwahn heimatgebundener Literatur aufhören, ich meine damit z. B. Romane, die, irgendwo in einer bestimmten Landschaft intensiv vertrieben, dort ihre rationelle Auflagenhöhe finden können, die aber mit dem Anspruch auf deutsche, wenn möglich europäische Literaturgeltung angezeigt werden. Da ergibt sich dann ein ganz falsches Bild für den einzelnen Sortimenter, wieviel Romane er zu vertreiben hat. Auch immer mit der Zahl der 30 000 Neuerscheinungen oder 1700 Monats-Neuerscheinungen zu operieren, erscheint mir nicht ungefährlich. Zieht man von den 30 000 Erscheinungen einmal die Neuauflagen ab, nimmt man ferner die Schulbücher heraus, dann die nur für Fachgruppen in Frage kommenden Bücher, ferner Spezial- und Gelegenheits-Literatur, die von vornherein in ganz bestimmten Bahnen läuft, so wird das Bild doch wesentlich anders. Dann ist es vielfach nicht wahr, daß der Sortimenter schlechthin sich mit täglich 100 Neuerscheinungen zu beschäftigen hat. Für ein gut geleitetes, allgemeines Sortiment kommen meines Erachtens täglich überhaupt nur 20 zur Auswahl in Frage, und von diesen 20 werden vielleicht 5 bis 10 für besondere Vertriebsmaßnahmen in Frage kommen. Es fragt sich doch sehr, ob man von einer so großen Produktion sprechen kann, wenn eine mittlere Buchhandlung täglich sich Werbemaßnahmen für 5 Bücher etwa überlegen soll. Da sind schließlich die Leistungen schon eines mittleren Verlags hinsichtlich Menge der Vertriebsarbeit doch wesentlich größer.

Hierzu sei auf Grund der obigen Ausführungen zunächst einmal betont, daß für den Buchhandel tatsächlich auf den Arbeitstag im Durchschnitt nur 45 Neuerscheinungen insgesamt in Frage kommen. Die von dem Brieffschreiber angestellte Rechnung stellt sich also vermutlich noch günstiger. Damit handelt es sich aber in der Tat um ein Arbeitsquantum, das bei entsprechender Organisation unbedingt bewältigt werden kann. Auf die Organisation aber kommt es allerdings an; darin stimmen wir dem Brieffschreiber restlos zu. Hier liegt eben noch sehr viel im argen, und dieser Teil der Bearbeitung des Werbeproblems sollte nunmehr dringend in Angriff genommen werden, nachdem doch wohl die Erörterung über die bestmögliche Ausgestaltung der einzelnen Werbemittel, überhaupt der reinen Werbetechnik ziemlich erschöpft ist. Wer weiß, was er will und nach seinem Standort einfach wollen muß, der wird bei regelmäßiger, planmäßiger Verarbeitung des Börsenblatts unbedingt zu brauchbaren Ergebnissen kommen, sich selbst und dem Verlag zur Befriedigung.

Weihnachtskataloge 1926.

Die nachfolgende Übersicht möchte noch einmal zusammenfassen, was Sortiment, Verlag, Barsortiment u. a. auf dem Gebiet der Weihnachts-Werbemittel geschaffen haben. Nach der Anzahl der Kataloge zu urteilen, die der Redaktion zugegangen sind, scheint man dieses Jahr recht Maß gehalten zu haben. Doch ist sicher eine ganz erhebliche Zahl der Redaktion unbekannt geblieben, und so muß diese Übersicht notgedrungen unvollständig sein. Ganz allgemein gesprochen, kann man ohne weiteres feststellen, daß sich bei der Herausgabe der Weihnachtskataloge in Umfang und Ausstattung die schlechte Lage des Buchhandels widerspiegelt. Diese Feststellung soll natürlich nicht dem möglichst umfangreichen und kostspieligen Katalog das Wort reden, aber sie ergibt sich bei einem Vergleich mit früheren Katalogen und denen anderer Länder. Es sei gleich hinzugefügt, daß dieser Mangel, wenn es einer ist, durch gute Bearbeitung oft wettgemacht wurde.

Bei der Betrachtung der hier zu behandelnden Kataloge kann man ohne weiteres drei Gruppen feststellen: die für das Sortiment von neutraler Stelle herausgegebenen, die vom Sortiment selbst bearbeiteten und die vom Verlag als Weihnachtskataloge bezeichneten Verzeichnisse. An die Spitze der ersten Gruppe kann man wohl den Literarischen Weihnachtskatalog der Koehler & Wolmar A.-G. in Leipzig stellen. Er ist für die Beser bestimmt, die sehr, sehr viel Zeit haben. Man kann tagelang darin lesen, und der Sortimenter wird ihn wohl nur den Kunden schicken, die regelmäßig größere Bücher-einkäufe machen. Diesem Umstand kommt auch der zweite Teil des Katalogs: Empfehlenswerte Bücher (ein ziemlich vollständiger Katalog