

# Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Nr. 222 (N. 119).

Leipzig, Donnerstag den 22. September 1927.

94. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil

### Unterstützungs-Verein Deutscher Buchhändler und Buchhandlungs-Gehülfen.

Als Ergebnis einer von Herrn Hayno Focke-Dresden angeregten Sammlung beim Festmahl der Herbsttagung des Verbandes der Kreis- und Ortsvereine in Potsdam wurden uns

938.50 Mark

überwiesen.

Allen Spendern herzlichen Dank!

Berlin, den 19. September 1927.

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

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

### Eine neue Motivstatistik.

Von Horst Riemann.

Ein Hauptstreben aller neueren Werbelehre geht nach möglichst zahlenmäßiger Erfassung des Erfolges der Werbemittel und der Käuferschichten. So große Schwierigkeiten im allgemeinen solche Feststellungen bieten, so eröffnet sich gerade von der Motivuntersuchung her die Möglichkeit, mit statistischen, also als ziemlich exakt anzusprechenden Mitteln Ergebnisse zu erzielen. Unter einer Motivstatistik versteht man eine Rundfrage beim Käufer über die Gründe, die ihn zum Kauf veranlaßt haben. Es ist erstaunlich, daß von dieser Forschungsmethode, die beliebig auf bestimmte Waren und Personengruppen beschränkt und ausgedehnt werden kann, verhältnismäßig wenig Gebrauch gemacht worden ist. Jedenfalls wurden nur wenig Ergebnisse veröffentlicht. Am bekanntesten sind die beiden amerikanischen Untersuchungen von Scott und Hollingworth. Größte Beachtung hat in Fachkreisen die 1914 veranstaltete Rundfrage des Verlags Eugen Diederichs in Jena gefunden. Die 1925 vom Börsenverein eingeleitete Motivstatistik kann erst nach Ergänzungen, die im Gange sind, nutzbar gemacht werden. Einen vorläufigen Bericht gab Dr. Sommerfeld im Berliner Tageblatt (2. September 1926). In letzter Zeit sprach der Leiter der Elida-Seifenreklame (H. Propff-Wien) in Vorträgen über ähnliche Untersuchungen für diese Ware.

Seit 1918 hat fernerhin der Karl-May-Verlag in Radebeul bei Dresden systematisch Fragekarten (abgedruckt im Bbl. 56, S. 268) verbreitet, deren Ergebnis, soweit es für die Allgemeinheit von Wert ist, nachstehend vorgelegt wird.

Der Verlag hat in den Jahren 1918—1925 den Bänden 1 und 36 der Reiseromane von Karl May Fragekarten beigelegt. Band 1 (»Durch die Wüste«) ist ein in Nordafrika spielender Ich-Roman, in dem der Verfasser sich mit dem Helden identifiziert. In Band 36 (»Der Schatz im Silbersee«) wird der Held in der dritten Person eingeführt, Schauplatz der Handlung ist der wilde Westen der Vereinigten Staaten von Nordamerika. Als Anreiz zur Beantwortung der Fragen diente das Versprechen, jedem Einsender ein Bild Karl Mays mit seinem Namenszug zu schicken.

Gestellt wurden folgende Fragen:

- a) Haben Sie das Buch gekauft, weil Sie es vorher — etwa in einer Leihbücherei — gelesen hatten? oder weil Sie einen anderen May-Band vorher gelesen hatten und er Ihnen gefiel? oder war Ihnen das Buch durch einen Bekannten, eine Buchhandlung (welche?) oder einen Bücherreisenden empfohlen worden? oder wurden Sie durch einen Prospekt, ein Inserat, durch Auslage in einem Buchladen oder in einem Schaufenster darauf hingewiesen?
- b) Haben Sie das Buch geschenkt erhalten? Zu Weihnachten oder bei einem anderen Anlaß? Von Eltern, Verwandten, Bekannten?

Beigelegt wurden solche Karten der nachstehend genannten

Zahl von Bänden:	Band 1:	Band 36:	gesamt:
1918/20	22 020	27 610	49 630
1921/25	34 144	31 712	65 856
			115 486

Beantwortet wurden davon:

	von Band 1:	von Band 36:	gesamt:
1918/20	3902 = 17,7%	5298 = 19,2%	9200 = 18,5%
1921/25	4536 = 13,3%	4199 = 13,3%	8735 = 13,3%
			17935 = 15,8%

Die Gesamtprozentzahl des Eingangs ist äußerst günstig. Bei 17 000 Karten tritt längst das sogenannte Gesetz der großen Zahl in Kraft, sodaß auch bei größerem Material das Gesamtbild sich kaum noch verschieben würde. Die Verarbeitung gibt folgende Ergebnisse:

Kaufveranlassung durch:	1918/20: in %	1921/25: in %	gesamt: in %
Leihbücherei	5,7	5,3	5,5
Vorherg. Lesen anderer Bände	43,7	45,1	44,4
Durch Dritte empfohlen	8,4	8,5	8,45
Durch Inserat veranlaßt	1,9	1,3	1,6
Durch Auslage veranlaßt	1,7	1,1	1,4
Geschenk zu Weihnachten	19,8	20,5	20,15
Geschenk zum Geburtstag	12,0	10,1	11,05
Geschenk zu verschied. Gelegenheiten	6,8	8,1	7,45
	100,0	100,0	100,00

Weiterhin wurde eine Aufteilung nach Käufergruppen mit folgendem Resultat vorgenommen:

	1918/20: in %	1921/25: in %	gesamt: in %
Arbeiter, Handwerker und Gewerbetreibende	14,2	15,7	14,95
Beamte, Kaufleute	18,0	20,3	19,15
Gefahrte, Literaten	0,9	0,9	0,9
Künstler	0,5	0,7	0,6
Pädagogen, Theologen	0,9	1,1	1,0
Militärpersonen	2,7	0,4	1,55
Schüler (Gymnasiasten usw.)	41,5	38,6	40,05
Schülerinnen	1,1	1,8	1,45
Sonstige Jugendliche	3,6	4,5	4,05
Studenten	4,4	3,9	4,15
Damen	2,1	1,6	1,85
Ohne Berufsangabe	10,1	10,5	10,3
	100,0	100,0	100,00

1141