

	Übertrag	3750.—	Mark
Totalmiete für Ausstellung (einschl. aller Spesen)		200.—	"
Gehalt für Gehilfen (Aushilfe für Ausstellung)		250.—	"
Lohn für Aushilfsboten (Nov. und Dez.)		250.—	"
Drei Vorträge		400.—	"
Reserve für unvorhergesehene Maßnahmen		150.—	"
		5000.—	Mark

Zweck des Planes ist es nicht, einzelne Ideen der anzuwendenden Technik der Weihnachtswerbung festzulegen, sondern den planmäßigen Arbeitslauf sowie die Bilanzierung des Etats sicherzustellen. Aufgenommen wurden nur die grundlegenden und wichtigsten Werbearbeiten. Lichtbild, Radio, Verkehrswerbung usw. treten an Wirkungskraft fast stets hinter den genannten zurück, können nur unterstützend wirken. Liegen die Ortsverhältnisse für diese ergänzenden Werbemittel besonders günstig, so kann die Einfügung in den Etat unschwer erfolgen. Das Schwergewicht jedes Planes liegt in der geschickten Gliederung des gewonnenen oder zu gewinnenden Kundentreffes und der Auswahl der ihnen anzubietenden Bücher. Von primärer Wichtigkeit ist also das Bedürfnis des Kunden, nicht die Produktion des Verlages. Nur auf diese Weise wird einer Überfüllung der Abnehmer mit Neuerscheinungen vorgebeugt, ist andererseits der dauernde Vertrieb von bleibend wertvollen Büchern sichergestellt. Im Rahmen eines solchen Planes ist nur möglich, auf diese Gesichtspunkte hinzuweisen. Es kann aber nicht die technische Durchführung gezeigt werden.

Tagespresse und Sortiment.

Von Eberhard Weiskönig.

Vor einiger Zeit wurde einem meiner Freunde ein Söhnchen geboren. Das Ereignis fand in einer Privatklinik statt, und bei seiner Bekanntgabe, die u. a. auch durch eine Anzeige in der Tagespresse erfolgte, wurde auch die Adresse dieser Anstalt angegeben. Der Erfolg dieser Anzeige war, daß, abgesehen von den Glückwünschen der Freunde und Bekannten, alle möglichen Firmen Angebote machten: Kinderwagen, Erstlingswäsche, Stärkemittel für Mutter und Kind, aus Tilsit (!) und Holstein (!) wurde Butter, aus München wurden Malzpräparate offeriert, aber — obwohl mein Freund in einer Buchhandelsstadt wohnt — kein einziges Buch über Säuglings- und Kleinkinderpflege. Gerade das aber brauchte und suchte er.

Geht es in anderen Städten anders? Ich glaube kaum. Das Sortiment hat vielfach noch nicht gelernt, die Tagespresse als Adressen- und Ideenlieferant für Werbemaßnahmen zu benutzen. Bringt nicht jede Nummer einer Zeitung Geburtsanzeigen? Ist die Adresse der Eltern, wo sie fehlt, nicht schnell im Adreßbuch festgestellt? Gibt es nicht genügend gute Werke zur Säuglingspflege? Und: ist nicht gerade in solchen Fällen jedermann bereit, für ein wirklich gutes Buch Geld auszugeben, selbst wenn er andere dieser Art schon besitzen sollte? Und zwar nicht nur für Werke über Säuglingspflege, sondern auch für umfangreichere Bücher, wie etwa das in der Union, Stuttgart, erschienene Werk »Das Kind«?

Mein Vorschlag also wäre, daß das Sortiment die Tagespresse seines Ortes genau verfolgt, vor allem natürlich den Anzeigenteil, aber nicht nur diesen. Findet man eine Geburtsanzeige, so wird eine Karteikarte angelegt, die so auszusehen hätte:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31		
Geboren am:		
Name:		
Stand des Vaters:		
Wohnung:		
Bemerkungen:		
Gesandt am: 3. 5. 25 Brief A Erfolg: 1 Kobraf 1 Behrens	Gesandt am: 3. 5. 26 Brief C Erfolg: 2 Ullsteinhefte	Gesandt am: 3. 5. 27 Brief E Erfolg: 6

Den Eltern werden Säuglingspflegebücher angeboten, der Erfolg wird kontrolliert. Die Karten können, falls es notwendig ist, auf der Rückseite ähnlich beschrieben werden wie am unteren Rande der Vorderseite; sie werden dann nach Monaten, in den Monaten nach Tagen geordnet. Die Zahlen in der ersten Reihe bedeuten die Tage des Monats. Ist ein Kind am 1. eines Monats geboren, so wird die

ganze Reihe mit den Tagesangaben von rechts an fortgeschnitten bis auf den Abschnitt mit der Aufschrift »1/2«, ist es am 14. eines Monats geboren, so bleibt die Reihe 1/2 bis 13/14 stehen, 15/16 bis 29/31 wird fortgeschnitten. Man sieht nicht zwei Tage, sondern stets etwa acht Tage voraus die Kartei durch.

Der Mutter des Neugeborenen, die im Bett nicht schreiben oder handarbeiten darf, empfiehlt man außerdem heitere Unterhaltungslektüre. In dieser Zeit lesen auch Frauen, die sonst von Büchern wenig wissen wollen. (Siehe Göb, »Die tote Tante«: »Ach Herr Pastor, wenn man nicht von Zeit zu Zeit ins Wochenbett käme, hätte man überhaupt keine Erholung.«)

Im nächsten Jahre empfiehlt man Werke über Säuglingsgymnastik, Sonderhefte für die Selbstanfertigung von Kinderwäsche und Kinderkleidung, später Bilderbücher usw., den Eltern Werke wie Phokly, »Die Seele Deines Kindes« (Langewiesche). Man muß es soweit bringen, daß kein Geburtstag ohne ein Buch vergeht, selbst wenn in den ersten Jahren die gekauften Schriften nicht gerade sehr kostspielig sind.

Aber nicht nur Geburtsanzeigen stehen in der Presse. Bei Verlobungsanzeigen schickt man den Eltern der Braut einen Brief, der darauf hinweist, daß zur Ausstattung der Tochter nicht nur ein Bücherschrank gehört, sondern daß auch Bücher dazu gehören. In der ersten Zeit der Ehe, in der die junge Frau so viel allein ist, fehlen gute Bücher. . . . Man kann sich sogar überlegen, ob man nicht der Mutter der Braut schreibt:

»Sehr geehrte gnädige Frau,

die Zeiten sind vorüber, in denen man die wichtigsten Dinge des Lebens gerade seinen nächsten Angehörigen, den eigenen Kindern gegenüber mit Stillschweigen überging . . .«

Faßt man den Brief geschickt genug ab, so muß es gelingen, die Eltern davon zu überzeugen, daß ein gutes Aufklärungsbuch in die Hand der Braut gehört; man wird die Eltern selbst dann überzeugen können, wenn sie sich anfänglich verlegt fühlen. Aber man ist heute gar nicht mehr so prüde, daß man mit solchen Briefen ernsthaft Aufstoß erregen könnte. Natürlich heißt es stets taktvoll sein.

Dem Verlobten kann man gleich, oder besser vielleicht nach zwei, drei Wochen schreiben:

»Wollen Sie einem Ihnen lieben Menschen eine Freude machen?

Gute Bücher, gemeinsam gelesen . . .«

Bermählungsanzeigen werden ebenfalls auf Karten notiert; 8—14 Tage vor der ersten Wiederkehr des Tages sendet man den Vermählten je ein besonderes Schreiben, im nächsten, im übernächsten Jahr wiederholt man das. Aber dann, glaube ich, hört man besser auf. Es will nicht jeder gern an eine begangene Torheit erinnert werden. . . .

Wenn gefellige oder Sport-Vereinigungen Vergnügungen veranstalten und sie in der Presse bekanntgeben, so fragt man die Vereinsleitung in einem Schreiben, ob auch daran gedacht ist, Bücher als Ehrengaben, Preise, Prämien zu verleihen (das Nähere erfieht man aus den Anzeigen).

»Sehr geehrte Herren,

müssen es immer Potale, Vasen, Rauchservice, Schreibzeuge sein . . .?«

Es muß genügen, einige Möglichkeiten anzudeuten; die Hinweise ließen sich stark vermehren. Wer sich die Mühe macht, ernsthaft nachzudenken, wird bald weitere aufgespürt haben. Man betrachte nur einmal eine Woche lang unter diesem Gesichtspunkt seine Zeitung. Die Tageszeitung ist eine Fundgrube für den aufmerksam beobachtenden Sortimentler. In einigen Orten kann man ja schon jetzt beobachten, wie Ereignisse der großen und der Lokalpolitik sich im Schaufenster des Sortiments spiegeln; aber sie sollten es auch im Werbebrief tun. Es ist nicht wahr, daß jede Werbung heute nutzlos ist; es kommt nur darauf an, den Bedarf an der richtigen Stelle aufzufinden oder ihn mit den richtigen Mitteln zu wecken.

Berufs-Romane.

Die Beurteilung der Romane erfolgt für gewöhnlich nach ihrer literarischen Bedeutung, wobei »Bedeutung« nicht mit literarischem Wert gleichzusetzen, sondern in einem relativen Sinne, mit Bezug auf die einzelnen Leserkreise, aufzufassen ist. Nun haben aber sehr viele Romane neben ihrem literarischen noch einen unmittelbar sachlichen, stofflichen Gehalt, dessen stärkere Berücksichtigung wohl in vielen Fällen geeignet sein würde, den Absatz zu beleben.

Ein Beispiel: In Buchhändlerkreisen wird man im allgemeinen der Ansicht sein, daß die Dachdecker nicht zur Gruppe der Bücherkäufer gehören. Nun sei aber die Frage gestellt: Sind bereits sämtliche deutsche Dachdecker darüber orientiert worden, daß Otto Ludwig in seinem Roman »Zwischen Himmel und Erde« einen über-