

bei der Jugend zu beobachten ist. Eine alte Forderung ist vor allem die, daß für das Backfischalter die rechte Literatur erst noch zu finden und zu schaffen bleibt. Der Ausfall im Jugendschriftengeschäft hängt im übrigen unstreitig auch schon mit dem Geburtenausfall infolge des Krieges zusammen, nicht nur mit der Abwanderung zum Sport. Mehrere Berichte heben aber auch hervor, daß jetzt mehr als früher nicht nur Kinder, sondern gerade Erwachsene mit Büchern beschenkt werden, sodaß auch dadurch eine relative Verschiebung ausgeht. Wichtig ist nicht zuletzt die Stellung der Lehrerschaft zur Frage der Lektüre. Den hier obwaltenden Strömungen muß also der Buchhandel entsprechende Aufmerksamkeit schenken. Die billigen Serien spielen noch in zahlreichen Berichten eine große Rolle. Es wird teilweise doch aber schon angedeutet, daß sie den Höhepunkt ihrer Bedeutung bereits überschritten hätten. Die Billigkeit, bzw. der Preis des Buches fällt nämlich nur noch in bestimmten Fällen entscheidend ins Gewicht. Sehr richtig hebt ein Bericht hervor, daß dies nur dort zutrifft und in Frage kommt, wo nicht ein bestimmtes Buch verlangt wird, sondern die Wahl erst auf Grund der Vorlage erfolgt. Hier wird naturgemäß vielfach nach dem billigsten Buch gegriffen, und insofern hat es der Buchhändler bis zu einem gewissen Grad selbst in der Hand, wie »billig« er sein will. Wo dagegen ein bestimmtes Buch verlangt wird, spielt der Preis kaum noch eine Rolle. Überhaupt wird heute über zu hohe Preise wohl mehr von Käufern wissenschaftlicher Bücher geklagt als von solchen belletristischer. Aus allen diesen Gründen kann ein Teil der Berichte eine leichte Steigerung des durchschnittlichen Wertes der Einzelumsätze melden, ein anderer Teil muß freilich immer noch das Gegenteil hervorheben. Diese Durchschnittswerte sind im übrigen nicht im ganzen Reich gleich. Im Osten und Süden scheinen sie niedriger zu sein als im Norden und Westen. Sie bewegen sich zwischen 6 und 10 Mark. Allerdings liegt hier offenbar auch noch eine Unklarheit in der Berichterstattung vor. Es wird nicht immer ganz deutlich, ob es sich bei den Angaben um die Durchschnittspreislage der gekauften einzelnen Bücher oder um die Durchschnittsausgabe des einzelnen Käufers handelt. Selbstverständlich ist das nicht dasselbe. Hier ist zu berücksichtigen, nicht nur daß der einzelne Kunde oft seine Einkäufe auf mehrere Besuche verteilt, sondern auch daß er unter Umständen mehrere Bücher der durchschnittlichen Preislage gleichzeitig ersteht. Im allgemeinen wird aber doch wohl die Beobachtung richtig sein, daß zwar vielfach mehr Kunden gezählt werden konnten, dabei auch solche, die neu gewonnen wurden, daß aber die Durchschnittsumsätze doch nicht durchweg gestiegen sind, daß insbesondere vielfach zwar wohl teurere Werke, aber dann nicht so viele wie früher gekauft wurden. Sehr bezeichnend ist die Bemerkung in einem Bericht, daß für Marmor Schreibzeuge z. B. anstandslos Preise bis zu 50 Mark angelegt wurden. Beim Buch dagegen geht man ungern über 10 Mark hinaus. Die beliebteste Preislage scheint um 6 Mark zu liegen. Immerhin wird einmal auch hervorgehoben, daß ein jüngerer kaufmännischer Angestellter einen Gesamtkauf von 112 Mark gemacht und vor allem, daß er ihn auch sofort bar bezahlt habe. Von allen Seiten wird eine stärkere Kreditbeanspruchung gemeldet. Ein Bericht stellt fest, daß die Außenstände im Januar 1928 um 80 Prozent höher waren als im Januar 1927. Ein anderer gibt folgende zahlenmäßige Entwicklung des Verhältnisses von Barverkauf zu Rechnungsverkauf 1924 bis 1927 1:1, 1:1.3, 1:1.6, 1:1.8. Das belegt die steigende Kreditanspruchnahme des Publikums am allerbesten. Stellenweise äußert die Kundschaft dieser Kreditinflation wegen nach den Erfahrungen in anderen Geschäftszweigen bei Barzahlungen den Wunsch nach Gewährung eines Skontos. Dieser Frage wird der Buchhandel noch besondere Aufmerksamkeit widmen müssen. Der Gesamtumsatz des Weihnachtsgeschäfts 1927 dürfte im großen Durchschnitt derselbe gewesen sein wie 1926. Auch hier gibt es aber natürlich landschaftliche Unterschiede wie solche von Geschäft zu Geschäft. Bei dem einen war es etwas besser, bei dem andern etwas schlechter. Der Erfolg ist vielfach nur sehr rühriger und umfassender Werbetätigkeit zu danken. Daß so der Umsatz überhaupt nur mit erhöhtem Aufwand erzielt werden konnte, drückt

naturgemäß auf die Rentabilität. Selbst wenn eine Umsatzsteigerung erreicht werden konnte, ist noch lange nicht ein erhöhter Gewinn vorhanden. In der Beziehung hat sich die Lage des Buchhandels nicht gebessert. Über die Werbefrage enthalten die Berichte mancherlei Interessantes. Wiederholt wird hervorgehoben, daß die Katalog- und Prospektverendung unbedingt rationalisiert werden müsse. Die jetzt vielfach erfolgende wahllose Übersättigung des Publikums mit Werbungsmaterial drohe das genaue Gegenteil der angestrebten Wirkung hervorzurufen. Die Werbung bringt sich so selbst um allen Erfolg. Es erweist sich ferner als Nachteil, daß manche Kataloge vor allem viel zu umfangreich sind. Auch in dieser Hinsicht empfiehlt sich Beschränkung. Endlich versprechen offensichtlich die Kataloge, die individuell als reine Lagerkataloge des Sortiments angelegt sind, den besten Erfolg, weil hier die empfohlenen Bücher auch tatsächlich sofort greifbar sind. Hier besteht denn auch Übereinstimmung zwischen der Anpreisung des Buches im Katalog und dem Urteil des Sortimenters. Andernfalls nämlich hat sich in dieser Hinsicht mancher Widerspruch herausgestellt. Wiederholt wird festgestellt, daß Besprechungen in der Presse immer noch eine sehr große Wirkung haben und den Absatz merklich beeinflussen. Allerdings muß gerade deswegen hier ganz besonderer Wert auf die Wahrheit der Werbung gelegt werden. Wird das Publikum enttäuscht, so droht die Rezension überhaupt jede Wirkungsmöglichkeit zu verlieren. Neben diesem Werbemittel hat offenbar die persönliche Beratung im Laden, unterstützt durch geschickte Schaufensterwerbung, die größte Bedeutung. Deshalb ist auf die Schulung des Personals größter Wert zu legen. Eigene Lektüre ist die sicherste Grundlage erfolgversprechender Beratung. An einigen Stellen ist eine gute Nachwirkung der im Laufe der Zeit veranstalteten Autorenabende festgestellt worden. Ausstellungen sind in ihrem Wert anscheinend immer noch umstritten. Wo sie für Jugendliteratur in entsprechendem Zusammenwirken mit der Schule veranstaltet werden, ist aber teilweise der Erfolg doch ganz gut gewesen. Auch von Anzeigenwerbung in der Tagespresse werden stellenweise Erfolge gemeldet. Hier ist man zum Teil aber dazu übergegangen, nur für die Firma zu werben, nicht aber mehr bestimmte Werke anzuzeigen. Gemeinsame Werbungsmaßnahmen wie in Hamburg, München usw. haben gute Wirkung getan. Auch für das Wirken der Werbestelle des Börsenvereins wird das stellenweise anerkannt. Für künftig wird u. a. angeregt, eine geschmackvolle Karte, etwa im Sinne eines Buchschecks, zu schaffen, die als Ersatz für das im Augenblick nicht lieferbare Werk selbst als Geschenk auf den Weihnachtstisch gelegt werden könnte. In einer Hinsicht scheint der Buchhandel durch die Werbung anderer Geschäftszweige nachteilig betroffen zu werden. Als Zugaben werden nämlich immer mehr Kalender verwendet. Infolgedessen werden natürlich weniger Kalender gekauft.

Die Berichte von jenseits der Reichsgrenzen ergaben im großen Ganzen ein sehr ähnliches Bild. Direktor Bayer hat für Wien in der »Neuen Freien Presse« schon am 18. Dezember u. a. folgendes berichtet: »Der bisherige Verlauf des Weihnachtsgeschäftes im Buchhandel läßt ein besseres Ergebnis als im Vorjahre erwarten, besonders wenn die letzten acht Tage, die ja immer die entscheidenden sind, die bisher beobachtete steigende Tendenz beibehalten. Schon in den ersten vierzehn Tagen war die Nachfrage nach dem Buch als Geschenk recht lebhaft, was besonders zu begrüßen war, weil in diesen Tagen Käufer und Verkäufer, der ja Berater sein soll, die nötige Ruhe und Muße finden, die bei der Wahl von Buchgeschenken unbedingt notwendig ist. . . Ein Moment des diesjährigen Weihnachtsgeschäftes verdient besonders hervorgehoben zu werden: Es wird auch wieder aus den reichen Schätzen älterer Literatur gewählt und nach »Perlen« gefragt, die längst vergessen schienen; auch Klassiker werden wieder erworben«. Aus der Tschechoslowakei liegt uns von Karafiat-Brünn folgender Bericht vor: »Das Weihnachtsgeschäft im Jahre 1927 war für den Buchhandel keine besondere Überraschung; es ist nicht schlechter gewesen als in den vorangegangenen Jahren, aber auch nicht um ein Haar besser, trotzdem die Nachfrage, insbesondere nach größeren Geschenktiteln, im Jahre 1927 bedeutend stärker war als im vorangegangenen.