

Redaktioneller Teil

Schweizerischer Buchhändlerverein.

Es sind Anhaltspunkte dafür vorhanden, daß die Firma
Lebensweiser-Verlag (Paul Häusle)
in Zürich, Selnaustraße,

die gesperrte

Studentenbuchhandlung in Zürich

beliefert. Wir machen ausdrücklich darauf aufmerksam, daß die Firma Lebensweiser-Verlag dem schweizerischen Buchhandel nicht angeschlossen ist. Mit Rücksicht auf den bestimmten Verdacht, Lieferantin der gesperrten Studentenbuchhandlung Zürich zu sein, bitten wir den Verlag dringend, von jeglicher Belieferung der vorgenannten Firma strikte Umgang nehmen zu wollen.

Bern, den 8. November 1928.

Namens des Vorstandes des Schweizerischen Buchhändlervereins.

Der Präsident:
Carl Emil Lang.

Der Sekretär:
Dr. R. v. Stürler.

Organisations- und Büroeinrichtungen im Buchhandel.

II (I f. Nr. 264).

Organisation eines Verlagsbetriebes.

Von Dr. Ing. Richard Hamburger.

Die Organisation eines Verlagsbetriebes kann in drei streng voneinander geschiedene Arbeitsbereiche getrennt werden:

1. Herstellung,
2. Verwaltung,
3. Vertrieb.

1. Herstellung.

a) Buchherstellung. Die Buchherstellung unterscheidet sich von den Fertigungsbetrieben anderer Art dadurch, daß vom Verlag aus gesehen es sich jeweilig um einen einmaligen Prozeß handelt, während die fabrikatorische Technik mit allen Mechanisierungen auf Seiten der unmittelbaren Fertigungsbetriebe Setzerei, Druckerei, Klichéeherstellung und Buchbinderei liegt.

Die Herstellung eines Buches ist der Tätigkeit eines modernen Architekten zu vergleichen, der zur Ausführung des von ihm entworfenen Baues Lieferfirmen der verschiedensten Art heranzieht.

Die Organisation der Buchherstellung beschränkt sich daher darauf, festgefügte Normen zu schaffen, um die geordnete Herstellung des Werkes sicherzustellen. Es empfiehlt sich, für jedes Buch einen besonderen Plan zu führen.

Das Ziel einer solchen Übersicht ist, sicherzustellen, daß die Teiloperationen nach der Seite der Lieferanten zwangsläufig geschlossen sind mit den dazwischenliegenden Korrekturen des Autors und des Herausgebers. Ein weiterer Zweck des Arbeitsplanes besteht in der Festlegung und Überwachung der Termine.

b) Zeitschriftenherstellung. Die Herstellung einer Zeitschrift kann in weitgehendem Maße Gegenstand einer organisatorischen Durcharbeitung sein. Die periodische Wiederkehr verlangt die Aufstellung eines Terminplanes für den Herstellungsgang, der sich mehr oder weniger an nachstehendes

Schema anschließen wird. In verschiedener Weise kann der Verkehr mit den Autoren durch Vordrucke vereinfacht werden und es besteht sehr wohl die Möglichkeit, eine allgemeine Normung auf diesem Gebiet einzuführen, die ebensowohl im Interesse der Verleger als auch im Interesse der Autoren liegen würde. Bei dieser Gelegenheit soll darauf hingewiesen werden, daß auch die Normung des Satzspiegels außerordentliche Bedeutung hat, die bedauerlicherweise noch nicht genügend erkannt ist. Es liegt durchaus im Bereich der Möglichkeit, einen Sondertarif für genormte Zeitschriftenformate und Satzspiegel zu erlangen, da bei einer allgemeinen Anpassung an das Normformat bei der Druckerei wesentliche Ersparnisse zu erzielen wären durch die einheitliche Zurichtung auf der Maschine. Ein weiterer Vorteil bestünde darin, daß die Fachzeitschriftenkliches genormt werden könnten und die Wiedergabe ein und desselben Bildes in den verschiedensten Blättern mit geringsten Zurichtungskosten verknüpft wäre.

Ein außerordentlich wichtiges Gebiet der Zeitschriftenherstellung bildet gewöhnlich der Inseratenteil. Ein allgemeines Schema läßt sich kaum aufstellen, da reine Inseratenteile neben gemischten gebräuchlich sind und außerdem individuelle Verschiedenheiten je nach dem Geschäfts- oder Wissenszweig sich im Inseratteil auswirken.

Ein besonders interessantes und bis jetzt organisatorisch nur unvollkommen gelöstes Problem bildet die Zeitschriftenkalkulation. Es wäre folgendes Schema vorzuschlagen:

A. Aufwendungen für den Textteil.

1. Feste Kosten (Auflagen unabhängig): a) Honorare, b) Satz, c) Fahnen, d) Autorkorrektur, e) Schriftleitung, f) Anteil der Verwaltungsabteilung.
2. Proportionale Kosten: a) Papier, b) Druck, c) Anteil am Binden.
3. Werbung für den Abonnementsteil: a) Briefe, b) Inserate, c) Prospekte, d) Fortdruckkosten für Werbenummern.

B. Für den Inseratenteil.

1. Feste Kosten: a) Satz, b) Inseratverwaltung.
2. Proportionale Kosten: a) Papier, b) Druck, c) Anteil am Binden.
3. Werbung für den Inseratenteil: a) Reisen, b) Briefe, c) Prospekte, d) Fortdruck von Werbenummern.

Dieser Aufwendungsübersicht ist zweckmäßig die Nettoeinnahme aus beiden Teilen gegenüberzustellen, und vergleichsweise für verschiedene Abbonnentenzahlen und Inseratumfangs die getrennte Erfolgsrechnung durchzuführen. Allerdings sind beide organisch miteinander verknüpft durch die Wechselbeziehungen zwischen Auflagenhöhe und Inseratpreis. Es lassen sich aber außerordentlich lehrreiche Berechnungen durchführen dadurch, daß man auf Grund solcher Aufzeichnung beispielsweise den Festkostenpreis pro Inseratseite mit den proportionalen Kosten pro 1000 Auflage der Inseratseite feststellt.

Die Fortdruckkosten wiederum sind außerordentlich wichtig, um die Erfolgsverschiebung bei der Gewinnung weiterer Abonnements zu kennen und um festlegen zu können, was ein Abonnent höchstens kosten darf. Bei einer Zeitschrift errechnen sich die Fortdruckkosten auf 0.29 Mk. pro Heft bei einem Abonnementspreis von 6.— Mk. für 6 Hefte, d. h., daß eine Werbe-