

V. Auslage im Laden	44 = 6,5%
a. Stammkunden	29 = 4,3%
b. Kaufkunden	15 = 2,2%
B. Bestellungen	89 = 13,1%
a. Stammkunden	63 = 9,3%
b. Kaufkunden	26 = 3,8%
C. Negative Ergebnisse.	
I. Zufällig nicht vorrätig	28 = 4,1%
a. Stammkunden	2 = 0,3%
b. Kaufkunden	26 = 3,8%
II. Nicht auf Lager	61 = 9,0%
a. Stammkunden	7 = 1,0%
b. Kaufkunden	54 = 8,0%
III. Ausgefallener Wunsch	42 = 6,2%
a. Stammkunden	7 = 1,0%
b. Kaufkunden	35 = 5,2%
IV. Zu teuer	21 = 3,1%
a. Stammkunden	2 = 0,3%
b. Kaufkunden	19 = 2,8%
V. Unentschlossenheit des Kunden	19 = 2,8%
a. Stammkunden	5 = 0,7%
b. Kaufkunden	14 = 2,1%
VI. Bergriffen	14 = 2,0%
a. Stammkunden	5 = 0,7%
b. Kaufkunden	9 = 1,3%

Tabelle II ist in Beziehung zu setzen zu Tabelle I, wogegen die folgende Tabelle III, die außer meinen eigenen Zahlen der Tabelle II die Zahlen der anderen Verkäufer enthält, keine Vergleichsmöglichkeiten bietet, da zuviel fremde Einflüsse hineinspielen.

Tabelle I war in den Universitätsferien entstanden, Tabelle II während des Semesters. Ein Vergleich ergibt die eigentlich selbstverständliche Tatsache, daß bei wissenschaftlicher Literatur die beratende Hilfe des Sortimenters stark zurücktritt. Auch das Schaufenster ist für Belletristik wichtiger als für Lehrbücher. Dagegen überwiegen im Semester die Fälle, wo anstelle eines nicht vorrätigen Buches ein anderes gewählt wird, das der Sortimenter auf Grund seiner bisherigen Erfahrungen und seiner Kenntnis der lokalen Verhältnisse vorrätig hält. Ganz außerordentlich ist das Überwiegen der Zusatzverkäufe (A V) auf Grund der Auslage im Laden während des Semesters im Verhältnis zu der studentenlosen Zeit. Dem Studenten, der nur einigermaßen über Mittel verfügt, sitzt das Geld looser in der Tasche als anderen Leuten, wenn ihn etwas wirklich interessiert. Daß es sich hierbei vielfach um Kleinigkeiten wissenschaftlichen oder nicht wissenschaftlichen Inhalts handelt, sei zugegeben.

Die Zahl der vermittelten Bestellungen ist im Semester größer als in den Ferien. Auch das leuchtet ohne weiteres ein, da der Akademiker einerseits oft sehr spezielle Wünsche hat, andererseits die Grenzen der Leistungsfähigkeit eines Sortimenters kennt und in vielen Fällen von vornherein mit der Absicht kommt, das gewünschte Buch zu bestellen.

Die Zahl der zufällig nicht vorrätigen Bücher hat nachgelassen. Bei Stammkunden beträgt der Ausfall nur 0,3%, da das Gewünschte, wenn irgend möglich, sofort am Ort besorgt wird oder eine Bestellung zustande kommt. Auch der Prozentsatz der nicht auf Lager befindlichen Bücher ist zurückgegangen, ein Beweis, daß die Firma ziemlich gut auf die Bedürfnisse ihrer akademischen Kundschaft eingestellt ist. Dagegen hat die Zahl der ausgefallenen Wünsche etwas zugenommen, was wieder kaum Wunder nehmen kann, wenn man die Fülle von wissenschaftlichen Teilproblemen in Betracht zieht. Der Preis ist bei wissenschaftlichen Büchern eher ein Hinderungsgrund als bei Belletristik. Dagegen fällt Unentschlossenheit des Kunden, die in vielen Fällen auch wieder auf die Preisfrage zurückgehen mag, weniger ins Gewicht. Vergl. meine Bemerkung zu A V.

Gesamtergebnis: Verkauf vom Lager weg (Summe A) im Semester 59,7%, in den Ferien 58,2%, Bestellungen (Summe B) im Semester 13,1%, in den Ferien 10,3%, negative Fälle (Summe C) im Semester 27,2%, in den Ferien 31,1%.

Bilden wir wieder aus A I, B, C I, C II, C III, C IV und C VI die Summe der Fälle, wo ohne Zutun des Sortimenters ein ganz bestimmtes Buch gewünscht wird, dann sind in dieser

Gruppe die negativen Fälle diesmal nur knapp 32% gegenüber reichlich 40% in den Ferien. Das Geschäft arbeitet also, abgesehen von der selbstverständlich höheren Umsatzziffer, im Semester relativ erfolgreicher als in den Ferien. Ob das Resultat allgemein im wissenschaftlichen Buchhandel günstiger ist als im schönwissenschaftlichen, wird zu erkennen sein, wenn von anderer Seite Ergebnisse vorliegen. Ich glaube es annehmen zu dürfen. Hier ist zu beachten, daß in meiner Tabelle II nicht nur wissenschaftliche Literatur enthalten ist, sondern schätzungsweise zwei Fünftel Belletristik. Das Resultat würde also für die wissenschaftliche Literatur allein noch günstiger sein.

Von den 220 Fällen B, C I, C II, C III, die theoretisch zu einer Bestellung hätten führen können, führten tatsächlich zu einer Bestellung 89, also 44,5% gegen 31% der Tabelle I. Von den 79 Stammkunden dieser Gruppe sind positiv 63, das sind rund 80%!

Die eindeutig der Arbeit des Sortimenters zu verdankenden Erfolge von A II, A III, A IV und A V ergeben 28% des aus der Summe A und B bestehenden Gesamtumsatzes gegen 42% der Tabelle I, die Bestellungen dagegen 18% gegen 15%. Hier wird die verschiedenartige Struktur des wissenschaftlichen und schönwissenschaftlichen Sortiments deutlich.

Ich gebe nun meine Tabelle III, der mit ihren 1569 Zahlen des gesamten Verkaufspersonals die größte Zuverlässigkeit unter meinen bisherigen Untersuchungen zuzuschreiben ist.

A. Verkäufe vom Lager weg.	
I. Bestimmt verlangte Bücher	637 = 40,7%
a. Stammkunden	248 = 15,9%
b. Kaufkunden	389 = 24,8%
II. Vom Sortimenter empfohlene Bücher	85 = 5,4%
a. Stammkunden	35 = 2,2%
b. Kaufkunden	50 = 3,2%
III. Schaufensterwirkung, Sortimentsprospekt	148 = 9,4%
a. Stammkunden	47 = 3,0%
b. Kaufkunden	101 = 6,4%
IV. Anstelle des verlangten Buches, das nicht vorrätig ist, wird ein anderes gewählt	38 = 2,4%
a. Stammkunden	11 = 0,7%
b. Kaufkunden	27 = 1,7%
V. Auslage im Laden	130 = 8,3%
a. Stammkunden	64 = 4,1%
b. Kaufkunden	66 = 4,2%
B. Bestellungen	169 = 10,8%
a. Stammkunden	124 = 7,9%
b. Kaufkunden	45 = 2,9%
C. Negative Ergebnisse.	
I. Zufällig nicht vorrätig	55 = 3,4%
a. Stammkunden	7 = 0,5%
b. Kaufkunden	48 = 2,9%
II. Nicht auf Lager	112 = 7,1%
a. Stammkunden	13 = 0,8%
b. Kaufkunden	99 = 6,3%
III. Ausgefallener Wunsch	99 = 6,3%
a. Stammkunden	10 = 0,6%
b. Kaufkunden	89 = 5,7%
IV. Zu teuer	33 = 2,2%
a. Stammkunden	4 = 0,3%
b. Kaufkunden	29 = 1,9%
V. Unentschlossenheit des Kunden	38 = 2,5%
a. Stammkunden	10 = 0,6%
b. Kaufkunden	28 = 1,9%
VI. Bergriffen	25 = 1,6%
a. Stammkunden	8 = 0,5%
b. Kaufkunden	17 = 1,1%

Auf den ersten Blick fällt das ungemein günstige Resultat gegenüber den Tabellen I und II auf, das auf die schon erwähnten Umstände der Arbeitsverteilung beim Verkaufspersonal zurückzuführen ist. Die negativen Fälle C betragen jetzt nur 23,1%; die Bestellungen B 10,8%; der Verkauf vom Lager weg ist auf 66,2% gestiegen. Es liegt nahe, daß auch in den Ferien sich ein günstigeres Bild ergeben würde, wenn zu den von mir selbst erledigten Fällen der Tabelle I die Zahlen der übrigen Verkäufer hinzukämen.