

**Bericht über unseren Versuch mit „BBB“.**

Von J. Engelhorn's Nachf., Stuttgart.

Immer wieder werden wir von Kollegen aus dem Verlag und Sortiment gefragt, wie wir mit dem Erfolg unseres Broschierten Billig-Buchs (BBB) zufrieden seien, und da die Frage »gebunden oder broschiert?« ein prinzipielles Interesse besitzt, glauben wir, daß ein kurzer Bericht über unsere Erfahrungen erwünscht sein wird. Wir gingen bei der Einführung des BBB im vergangenen Jahr so vor, daß wir zunächst an zehn uns nahestehende Kollegen vom Sortiment eine Umfrage ergehen ließen, in der wir die Meinung des Sortiments über die Aussichten des BBB festzustellen versuchten. Die Meinungen waren geteilt, die Mehrzahl sprach sich jedoch für den Versuch aus. Derselben geteilten Stellungnahme begegneten wir fernerhin im Sortiment: auf der einen Seite beträchtliche Skepsis, auf der anderen lebhaft, ja begeisterte Zustimmung. Bei den Skeptikern kehrte immer die Befürchtung wieder, das Publikum würde dann weniger gebundene Bücher kaufen. Selbstverständlich war dies ein sehr ernst zu nehmender Einwand, denn die Folge wäre ja Umsatzverminderung gewesen. Der Zweck unseres BBB sollte aber sein, den heute allerorten bei den gebundenen Ausgaben festzustellenden Umsatzrückgang auszugleichen und womöglich darüber hinaus den Umsatz zu steigern. Wir wollten außerdem damit erreichen, daß neue Bücher noch nicht bekannter Autoren möglichst rasch in hohe Auflagen kämen, weil die Auflage die beste Reklame ist. Wir sagten uns außerdem: Die Ausstattung und insolgedessen auch der Ladenpreis müssen einen so großen Abstand von der hochwertigen gebundenen Ausgabe haben, daß ein starker Anreiz zum Kauf vorliegt und daß neue Käuferschichten erfaßt werden; die einfachere Ausstattung (vorwiegend holzhaltiges Papier) mußte den Preisunterschied plausibel machen und eine gesunde Kalkulation ermöglichen, wobei natürlich nötig war, daß der Autor durch Ermäßigung des Honorarjahres (gegenüber der gebundenen Ausgabe) zur Verbilligung beitrug, wie dies ja auch bei den englischen Kolonialausgaben der Fall ist. Die ganze Frage konnte nur durch ein Experiment entschieden werden. Hätte sich ein Umsatzrückgang bei den gebundenen Ausgaben herausgestellt, so hätten wir selbstverständlich den Versuch als mißglückt betrachtet und die Sache fallen lassen.

Wir haben auf eine große Reklame verzichtet und versucht, die Sache sich von selber durchsetzen zu lassen. Nachdem nunmehr 1½ Jahre vergangen sind, können wir sagen, daß der Versuch als geglückt zu bezeichnen ist, und wir bauen daher unsere BBB weiter aus. Die Presse hat uns ohne eine einzige Ausnahme sehr lebhaft unterstützt. Wir erinnern an den großen Artikel von Willy Haas in der »Literarischen Welt«: »Bücher, die man nicht heiratet«, an eine große Zuschrift des Kollegen Theodor Wolfgang Mehne (i. H. Ludwig Ey, Hannover): »Schafft Verbrauchsbücher!« an die »Literarische Welt«, an einen großen Artikel von Robert Neumann in der »Deutschen Allgemeinen Zeitung«. Ja, manche Blätter ergingen sich in überschwenglichen Äußerungen, die uns sehr amüsiert haben (das »Neusalzer Stadtblatt« z. B. schrieb: »Wenn Verleger Nobelpreise bekommen könnten, so müßte unbedingt der Engelhornverlag diesen Preis erhalten, schon für seine Erfindung des BBB«, und die »Zeitschrift des Sortimenters« verstieg sich sogar zu diktatorischen Gelüsten: »Gibt es keine Möglichkeit, solche BBB-Bände zwangsweise in die breiteste Masse einzuführen?«).

Wir führen eine ganz genaue monatliche Statistik; diese ist namentlich hinsichtlich der BBB sehr interessant. Das Ergebnis ist verschieden. Manche Bücher, die offensichtlich für die Hausbibliothek bestimmt sind und viel verschenkt werden, werden mehr gebunden als broschiert gekauft. Bei anderen Büchern, wie z. B. etwa bei Haensjels »Kampf ums Matterhorn«, ist der Absatz der gebundenen und der broschierten Ausgaben mit merkwürdiger Regelmäßigkeit gleich groß. Bei anderen Büchern, z. B. bei Philipp Halsmanns »Briefen aus der Haft an eine Freundin«, werden etwa viermal so viel broschiert als gebundene Exemplare verkauft. Bei all den Büchern, die auch als BBB ausgegeben

sind, glauben wir aber bestimmt erkennen zu können, daß der Gesamtabsatz höher ist als er wäre, wenn wir nur die gebundene Ausgabe führten.

Am wichtigsten ist nun die Frage: Wird der Absatz der gebundenen Ausgaben durch BBB geschädigt? Um dies festzustellen, haben wir von Robert Neumanns Parodien »Mit fremden Federn« ein BBB veranstaltet, nachdem das Buch bereits 23 Monate gebunden auf dem Markt war. Der Absatz der gebundenen Ausgabe ist nun nach Einführung des BBB nicht etwa gefallen, sondern sogar um 13 Prozent gestiegen. Bei diesem Parodienband werden heute auf 60 broschierte etwa 100 gebundene verkauft. In diesem Fall ist also eindeutig erwiesen, daß die Wirkungen des BBB auf den Gesamtabsatz nur günstig sind.

Der anfängliche Widerstand mancher Kollegen im Sortiment hat dann auch infolge der ganzen Entwicklung nachgelassen, und es scheint, daß der Gedanke Schule macht. Wichtig dabei ist nur die Beobachtung folgender Punkte:

1. Der Honorar-Prozentsatz bei den broschierten Ausgaben muß niedriger sein als bei den gebundenen.
2. Der Preisabstand zwischen broschiertem Buch und gebundenem Buch muß kräftig sein, und zwar muß er etwa 50 Prozent betragen.
3. Die Ausstattung muß wesentlich einfacher sein als die der gebundenen, sonst wird der Preisunterschied nicht plausibel, und es fehlt der Anreiz, die gebundenen Ausgaben zu kaufen. Gerade diese einfachere Ausstattung des broschierten Buches betont den Geschenkcharakter der gebundenen Ausgabe und führt häufig zu dem sonst vom Verlagsbuchhandel vergeblich erstrebten Ziel, daß ein Käufer mehrere Exemplare eines Buches kauft, um sie zu verschenken.
4. Die Kalkulation muß in sich absolut gesund sein und auf Mammutaufgaben verzichten können, deren Abschbarkeit doch von selbst immer mehr abnehmen muß, je mehr Bücher mit solchen herauskommen.

Wir setzen jetzt den Versuch mit einer Reihe neuerer und auch älterer Bücher fort und sind gern bereit, zur gegebenen Zeit an dieser Stelle wieder unsere Erfahrungen mitzuteilen.

**Vierzig Jahre deutscher Buchhändler in Buenos Aires.**

Erlebnisse und Erfahrungen von Gustav Krause.

(Schluß zu Nr. 225.)

Das Jahr 1920 war ein Jahr der Schreiberei. Alle Privatpersonen erhielten Bücher aus Deutschland direkt, nur ich bekam absolut nichts. Die ersten Bestellungen nach dem Kriege wurden am 17. Juli 1919 und 2. August telegraphisch gemacht, ebenso Kasse übermittelt und trotzdem hatte ich Weihnachten 1919 keine Neuigkeiten empfangen. Einige Kreuzbänder trafen wohl ein, aber der Inhalt bestand aus alten Schmökern, sodaß ich an meinen Kommissionär in Leipzig schrieb, wenn das die ganzen Neuigkeiten seien, die auf dem deutschen Büchermarkt vorlägen, dann solle er mir alles dort behalten. Was an Büchern hereinkam, hatte 100 Prozent Aufschlag. Wiederholt gab ich Auftrag, mir alles Neue sofort unverlangt zu senden. Als dann endlich im März 1920 Sendungen eintrafen, mußte ich wegen des hohen Valutazuschlages meinem Leipziger Kommissionär tabeln: »Unterlasset Zahlungen mit Valuta-Aufschlag«. Und brieflich teilte ich ihm am 13. März 1920 folgendes mit: »Die letzten Fakturen waren ausnahmslos mit 660% Valuta- und 100% Teuerungszuschlag berechnet, sodaß sich ein Buch im Preise von Mk. 3.— auf Mk. 39.60 stellt, wobei noch alle weiteren Spesen hinzukommen. Wer sollte dies bezahlen können? Außerdem treffen hier mit jeder Post Tausende von Büchertatalogen ein, in denen alles ohne Teuerungszuschlag und ohne Valuta-aufschlag dem Privatpublikum angeboten wird. Ich lege Ihnen hier einen solchen Katalog bei, mit Stempel vom 13. Februar 1920. Der deutsche Dampfer »Hagen«, der jetzt von Hamburg direkt hier