

„Bücherdienst“

GESCHÄFTSSTELLE: H. DILCHER, FRANKFURT A. M., HOHEMARKSTRASSE 3

Langjährige Tätigkeit im Dienste der Buchwerbung läßt mich einen Vorschlag unterbreiten, der geeignet erscheint, die Werbearbeit der Verleger und Sortimentere bedeutend zu vereinfachen, zu verbilligen und demnach wirksamer zu gestalten.

Der Sortimenter sollte bei allgemein interessierenden Büchern, neuen und älteren, über kleine handliche Prospekte mit seinem Firmavordruck verfügen können. Das ließe sich leicht und sehr billig erreichen, wenn nach einem einheitlichen Plane gehandelt wird.

Auf einem Oktavblatt (14,5 × 22,5 cm), Vorder- und Rückseite bedruckt, läßt sich ein Werk schon ganz ausführlich charakterisieren, auch Illustrationen zeigen. Ausnahmsweise könnte auch ein Prospekt 4-seitig sein. Auf der Vorderseite müssen am Kopfe, vom Papierrand bis zum Beginn des Prospekttextes, 4,5 cm freier Raum bleiben für den Firmavordruck des Sortimenters. Die Rückseite bzw. die folgenden drei Seiten können völlig für den Text des Prospektes verwendet werden.

Die Blätter brauchen nicht uniform zu wirken. Die zahlreichen Druckverfahren gestatten vielfältige Ausführung; auch das Papier kann in allen Farben, in allen Qualitäten, in allen Stärken genommen werden. Nur das Format und der Raum für den Sortimentervordruck müssen gleich sein.

Um eine leichte Übersicht zu haben, müßten die Prospekte in Gruppen, am zweckmäßigsten nach der „Deutschen Nationalbibliographie“, eingeteilt werden. Am Fuße der Vorderseite wäre in einer kleinen Zeile mitzudrucken: „Bücherdienst, Gruppe . . ., Nr. . . .“. Jede Gruppe beginnt mit Nr. 1. Die Numerierung erfolgt in der Reihenfolge der Anmeldungen bei der Sammelstelle, an die auch die Prospekte von den Verlegern unentgeltlich und portofrei zu liefern wären; zunächst in einer Auflage von 5000 bis 10000 Exemplaren.

In der Sammelstelle ist ein Verzeichnis der Prospekte zu drucken, nach Gruppen und alphabetisch nach Verfassern geordnet, und jeder Titel mit der laufenden Prospekt-Nummer zu versehen. Hieraus können sich die Sortimenter jederzeit über alle lieferbaren Prospekte unterrichten. Bei Bestellung brauchen sie nur die Gruppennummer und die Prospekt-Nummer anzugeben. Auf einer einzigen Bestellkarte können einige Duzend verschiedener Prospekte bestellt werden. Diese werden dann zusammengetragen und mit dem Firmavordruck versehen. Drei Tage nach der Bestellung hat der Sortimenter 100 Prospekte in den Händen, beliebig gemischt, alle mit ausführlichem, sorgfältigst ausgeführtem Firmavordruck, porto- und verpackungsfrei, für RM 3.—, 500 für RM 6.—, 1000 für RM 10.—.

Diese Blätter sind zunächst ein ganz ausgezeichnetes Orientierungsmittel für ihn selbst. Schon rein technisch bieten sie große Vorteile. In einem Schrank werden 24 Gefache für die 24 Pro-

spektgruppen eingerichtet und in jeder Gruppe die Blätter in arithmetischer Folge eingestellt. Ein Blick in das alphabetische Verzeichnis und in einer Minute ist jeder Prospekt zur Hand.

Nun der Weg zum Publikum. Wohl jeder Buchhändler verteilt an seine Kundschaft eine der zahlreichen Werbezeitschriften, Bücherverzeichnisse, wie meinen im 14. Jahrgang erscheinenden „Monatlichen Anzeiger von Neuerscheinungen“, der von 500 Sortimentern allmonatlich in über 100 000 Exemplaren versandt wird. In diesen Blättern sollte bei allen Büchern, für die Bücherdienst-Prospekte hergestellt werden, Gruppe und Nummer des Prospektes angegeben werden. Auf der Titelseite all dieser Blätter sollte darauf hingewiesen werden, daß diese Prospekte von den Buchhandlungen gern unentgeltlich abgegeben und auf Wunsch unentgeltlich zugesandt würden. Dazu wäre notwendig, daß die Verleger bei ihren Anzeigen im Börsenblatt gleich Gruppe und Nummer des Prospektes angeben.

Dann wäre bei allen Besprechungsexemplaren, die von den Verlegern hinausgeschickt werden, zur Bedingung zu machen, daß bei der Titelaufnahme auch der Bücherdienst-Prospekt mit angegeben wird.

In dieser Richtung sollte aber noch ein weiterer, sehr bedeutender Schritt getan werden. Bei der gesamten Presse wäre, vielleicht von der Werbestelle aus, anzuregen, eine Rubrik „Bücherdienst“ einzurichten, in der Spaltenbreite des Textes, direkt im Anschluß an diesen. Hierunter führen die Verleger die Titel ihrer Werke auf gegen Bezahlung des üblichen Preises. Ein Titel wird höchstens drei Zeilen beanspruchen. Am Schlusse der Rubrik ist zu sagen, daß von allen diesen Werken ausführliche Prospekte in den Buchhandlungen unentgeltlich abgegeben würden, auch auf Wunsch unentgeltlich zugesandt würden. Die Zeitungen werden sich eifrig um solche Aufträge bemühen, sie haben die einlaufenden Titel systematisch in Gruppen zu ordnen. Die Verleger werden an Besprechungsexemplaren vielleicht soviel sparen, als diese Zeilen kosten. Und die Wirkung wird eine viel größere sein. Jeder Verleger bestimmt den Tag, an dem sein Buchtitel zu erscheinen hat. Es wird nicht in der Sonntagsnummer eine ganze Seite Buchtitel in der winzigsten Schriftgröße aufgeführt sein; die Anzeigen werden sich auf die ganze Woche verteilen. Natürlich soll damit nicht das wirkliche Besprechungswesen eingeschränkt werden.

Auch die Sortimenter können unter dieser Rubrik vorteilhaft ihre Bestände anzeigen.

Ich bitte, sich mit dem Plan zu beschäftigen. Ich bin der Meinung, daß damit der Sortimenter viel stärker als bisher in der Öffentlichkeit in Erscheinung tritt. Und das ist notwendig. Hieran fehlte es. Hier liegt die Ursache, daß Millionen tüchtiger Menschen, besonders aus dem Bürger-, Beamten-, Handwerker-, Bauern- und Arbeiterstande dem Buchladen unsicher und zaghaft gegenüberstehen.

Ich bin bereit, die Sammelstelle ins Leben zu rufen. Den Verlegern entstehen keine Kosten, als die unentgeltliche und portofreie Lieferung der Prospekte. Sollte für manches Werk ein selbständiger Prospekt zu kostspielig sein, so können auch mehrere Werke auf einem Blatt aufgeführt werden. Aber nur aus der gleichen Gruppe. In dem alphabetischen Verzeichnis der Prospekte werden dann die verschiedenen Werke mit der gleichen Prospekt-Nummer aufgeführt. Den Sortimentern entstehen nur Kosten für das Zusammentragen, den Firmaaufdruck und die portofreie Lieferung wie oben angegeben.

Wenn Sie mir zustimmen oder Verbesserungen vorzuschlagen wünschen, dann sagen Sie es mir. Ich habe mich bereits brieflich mit einigen Verlagsfirmen ins Vernehmen gesetzt. In aller Kürze liegen die ersten Prospekte vor. Verlangen Sie eine Probe.

Hochachtungsvoll

H. Dilcher, Frankfurt a. M., Hohemarkstr. 3