

Zahlen-tafel 1 gibt zunächst einen Marktüberblick nach Haupt-Interessengebieten; er mag gleichzeitig dazu dienen, das Literaturgebiet, das hier zur Erörterung steht, in großen Zügen näher zu umreißen. Bei der Beurteilung der Gruppenanteile am Gesamtumsatz darf nicht übersehen werden, daß sich das spezielle Interesse des einzelnen Bücherkäufer durchaus noch nicht mit einer oder mit mehreren von den ausgewiesenen Gruppen deckt. Es umfaßt in der Regel nur Bruchteile einer solchen Gruppe. Am breitesten gelagert ist das allgemeine Interesse für Fragen der Kraft- und Wärmetechnik (vor allem in der Gruppe 5, teilweise auch in 1, 8 und 10 enthalten) sowie der Betriebstechnik (zum größeren Teil die Gruppen 9 bis 11 umfassend).

Zahlen-tafel 2 veranschaulicht die (vor dem Krisenjahr 1931!) marktgängigen Preislagen technischer Fachliteratur. Die ausgewiesenen Zahlen enthalten bereits zu 38,3% Bücherkäufe für Dienstzwecke, deren Kosten also nicht zu Lasten des unmittelbaren Bestellers gingen. Man ersieht, daß der Stückzahl nach die 12-*RM*-Lage die obere Preisschleife für das gangbare technische Durchschnittsbuch bildete. An dem allgemeinen Preisdurchschnitt für Bücher gemessen, erscheint das verhältnismäßig hoch, selbst wenn man die erheblich kostspieligere Ausstattung (durch Formelsatz und andere Sacherschwernisse, sowie insbesondere durch den Zwang zu ausgiebigerer Illustration nach herstellungsmäßig teuren Vorlagen) mit berücksichtigt. Das Preisniveau hängt oben zu einem wesentlichen Teil mit den eingangs erwähnten niedrigen Durchschnitts-Verkaufsauslagen zusammen. Dazu kommt, daß fachtechnische Bücher nicht als Waren des täglichen Bedarfs angesprochen werden können, bei denen sich unter normalen Verhältnissen Preisentfaltungen automatisch in entsprechende (mengenmäßige) Umsatzsteigerungen auswirken vermögen. Schließlich spielt die spezifisch deutsche Methodik wissenschaftlich-literarischer Arbeit mit, die in ihrem Gang zu erschöpfender und umfassender Stoffbehandlung unverhältnismäßig voluminöse Manuskripte begünstigt.

Trotzdem ist das technische Preisniveau entsprechend dem allgemeinen Preisrückgang in der Zwischenzeit erheblich gesunken, aus naheliegenden Gründen auf der Seite der Nachfrage stärker als auf der Seite des Angebotes. Selbst wenn man von dieser irregulären Markt-Preisentwicklung, namentlich von der der letzten Monate, abliest, so bleibt immerhin zu beachten, daß sich die schon vorher spürbare Käuferneigung zur Bevorzugung der billigeren Preislagen nach Wiederherstellung normaler Verhältnisse noch verstärken dürfte. Es ist anzunehmen, daß die gangbare Preislage der Zukunft unter der 10-*RM*-Grenze bleibt.

Dem steht nun auf der anderen Seite entgegen, daß der Verkauf in den Preislagen unter 10.— *RM* wertmäßig nur wenig über 11% des Gesamtgeschäftes ausmachte (vgl. Zahlen-tafel 2), also auch nur in dem gleichen Prozentsatz zur Deckung der Handelsunkosten beitrug. Dagegen hatten die 10,5% Bücherkäufe in Preislagen über 30.— *RM* mehr als 25% der Handelskosten zu decken, wiewohl sich der Vertriebsaufwand (für Lagerhaltung und Verkauf) stückmäßig ziemlich gleichbleibt. Setzt sich nun die Tendenz zum billigeren Buch und damit naturgemäß auch zu weiterer Schrumpfung des Anteils der über 30.— *RM* hinausgehenden Bücher fort, so muß sich notwendigerweise der einkaufskulierte Handelskostenanteil erhöhen, insoweit nämlich, als bei gleichbleibendem oder steigendem Arbeitsaufwand der Gesamtumsatz sinkt.

Die absolute Erhöhung der Handelsspanne kann und wird zunächst, solange das möglich ist, auf Kosten der Ausstattung gehen. Jedoch ist hier die Grenze des Tragbaren bald abzusehen, es sei denn, daß die Abwanderung zum billigeren technischen Buch zugleich eine Abkehr von dem seither geübten Verfahren der Stoffbehandlung und Darstellungsweise in entsprechend beschleunigtem Ausmaß erzwingt. Der weitere Weg führt über den Versuch, den Warenumschlag zu vereinfachen und auf diese Weise der Handelskostensteigerung entgegenzuarbeiten. Er drückt sich kostenmäßig in dem Bestreben aus, den Ankündigungsaufwand zu vermindern oder bei gleichem Aufwand den Interessenten-

preis ausgiebiger als bisher (schneller und umfassender) zu erschließen. Im letzteren Falle hängt das Ergebnis freilich sehr wesentlich von der Möglichkeit ab, den vorhandenen Absatzspielraum auszuweiten.

Der Weg geringeren Widerstandes geht jedenfalls dahin, neben dem Herstellungs-Kostenfaktor »Ausstattung« noch einen mehr oder weniger großen Prozentsatz der Ankündigungskosten für die Zwecke einer Preisentfaltung zu mobilisieren. Unter »Ankündigungskosten« mag der Teil werbender Kosten verstanden werden, der dazu bestimmt ist, die Nachricht als solche zu verbreiten, der also vornehmlich den offenen Bedarf auslösen soll. Er läßt sich freilich von den »Werbekosten« im engeren Sinne, die zur Ablösung des »latenten« Bedarfs in den Grenzschichten des jeweiligen Interessententzweiges bestimmt sind, nicht immer eindeutig trennen, da die neuzeitlichen Mittel der Verkaufsförderung beide Funktionen vielfach miteinander verbinden. Da aber eine besser organisierte Ankündigung letzten Endes verbesserte Werbung bedeutet und damit den Werbungsaufwand im ganzen vermindert, spielt die genaue begriffliche und kostenmäßige Aufspaltung der beiden Funktionen für die vorliegende Betrachtung auch keine ausschlaggebende Rolle.

Was nun die Bemessung des Ankündigungsaufwandes anbelangt, so muß vorweggeschickt werden, daß schon die bisherigen Ankündigungsverhältnisse vielfach nicht als ausreichend empfunden werden. Von den durch die Umfrage erfaßten Bücherkäufern brachte beispielsweise mehr als die Hälfte (rd. 55% aller Einsender) durch entsprechende Beantwortung der darauf hingelenenden Fragen unmißverständlich zum Ausdruck, daß sie sich über die einschlägigen Neuerscheinungen nicht regelmäßig orientiert fühlte. Andererseits sind rund 53% aller ausgewiesenen Bücher sofort nach Kenntnis ihres Vorhandenseins gekauft worden. Daraus geht hervor, daß eine Verminderung der Ankündigungsmittel in jedem Falle Hand in Hand gehen muß mit einer qualitativen Verbesserung des ganzen Ankündigungsverfahrens. Die Verbesserung muß wirksam genug sein, um mindestens die sich ständig verengenden Grenzen des erkennbaren Bedarfs offen zu halten.

Einen Einblick in Mittel und Wege des heutigen Ankündigungswesens sowie ihrer Wirkungsverhältnisse gibt Zahlen-tafel 3. Sie läßt erkennen, in welchem Umfange Werbemittler die Funktion der ersten Ankündigung mit übernehmen, ohne dazu ausersehen zu sein. Andererseits fällt sofort auf, welcher überragenden Anteil die technische Fachpresse an der Ankündigungswirkung für sich buchen kann. Allein auf ihrer Funktion als Trägerin oder Mittlerin von Buchankündigungen beruhten zwei Drittel aller Anstöße zum Bücherkauf (nämlich der Gruppen 2 bis 5 a). Zweifellos hängt das mit dem stimmungsbildenden Einfluß zusammen, den die Fachpresse kraft ihrer Eigenschaft als Hauptträgerin der technischen Berichterstattung allgemein ausübt. Planmäßige Förderung dieses Einflusses müßte somit der Nachrichtenleistung für Ankündigungszwecke unmittelbar zugute kommen.

Darüber hinaus sollte in der Pflege des Stimmungsgehaltes, den eine hochwertige Fachpresse bei ihrer Hilfeleistung für das Buch aus eigenem hinzuzufügen vermag, auch ein Mittel gegeben sein, das zum Zwecke der Absatzintensivierung ausgeschöpft zu werden verdient. Wie ich an anderer Stelle eingehend dargestellt habe*), ringt die technische Fachpresse heute mit einer seit längerem bestehenden inneren Krise, die durch die wirtschaftliche Umordnung der Nachkriegszeit akut geworden ist. In ihren Begleiterscheinungen hat man vielfach Entwicklungstendenzen sehen wollen, die eine gewisse Gegenfährlichkeit zu denen des Buches aufweisen. Diese Vermutung ist irrig; im Gegenteil liegt es durchaus im Interesse des technischen Schrifttums als Ganzem, daß die technische Fachpresse ihren Schwächezustand möglichst bald überwinde.

*) Um die Zukunft der technischen Fachpresse! Entwicklung und Gegenwartsprobleme der technischen Berichterstattung in Deutschland. Von Dr.-Ing. Kurt Schulz. Berlin 1931, WDJ-Verlag.