

Ein gutes Büchel
ist der Seel' ein Küchel,
womit sie sich ernährt.

Abraham a Santa Clara. Etwas für alle. (1699). Der Buchdrucker.*

bei dem Mengenvertrieb dennoch individuell wirken sollten. Gute Erfolge habe ich damit erzielt. So habe ich Briefe verfaßt über »Munthe, Das Buch von San Michele«. Diese wurden an die Ärzte versandt. In diesen Briefen sprach ich von dem Buch, seiner Geschichte, Inhalt usw., und zum Schluß, daß es das Weihnachtsgeschenk für die Frau Gemahlin sei. Weiter ging ein Brief hinaus an die Frauen der Ärzte über »Der alte Heim«. Es wäre das passende Geschenk für den Herrn Gemahl. Die Geistlichen wurden durch Briefe mit den Werken des Edart-Verlages bearbeitet. Auch hier zeigte sich ein gewisser Erfolg. Weitere Briefe erhielten die Frauen der Jagdliebhaber (Adressenmaterial erhielt ich von befreundeter Seite). In diesen Briefen sprach ich zu den Frauen, einmal anstatt des Strickstrumpfes und der üblichen Kiste Zigarren doch ein gutes Jagdbuch wie: »Caminnecci, Diana, Hubertus und Ich« dem lieben Mann zu schenken. Selbst die Vorstände der einzelnen Stahlhelmortgruppen und der Luisebünde wurden nicht übersehen. Aus jedem nur erreichbaren Landwirt wurden die Interessen ausgeforscht und zu Papier gebracht. Und so hatte ich in diesem Jahre eine persönliche Briefpropaganda entwickelt, die sich zum Weihnachtsgeschäft segensreich auswirken sollte.

Ein besonderes Augenmerk hatte ich dem heiteren Buch gewidmet. Nach eigener Wahl hatte ich einen Prospekt zusammengestellt, der kupertiert in 500 Exemplaren verschickt wurde. Bis zum 1. Dezember waren alle Briefe fix und fertig, sodas die ganze Post tagtäglich in einzelnen Etappen ihren Weg gehen konnte.

Eine gemeinsame Propaganda hatten wir Geschäftsinhaber unserer Straße in Szene gesetzt. In einer Auflage von 15 000 hatten wir ein großes Preisauschreiben veranstaltet. In Gedichtform war jede Firma ohne Namensnennung in ihrer Eigenschaft geschildert, der Name war also zu erraten. Ferner befand sich in dem Schaufenster ein Gegenstand, der sonst nicht hineingehört, also aus der Auslage herausgeraten werden mußte. Die Gegenstände galten sodann als Preise. Ferner hatten wir uns dazu aufgeschwungen, eine ganz bezente Weihnachtpropaganda zu entwickeln, und zwar in Form von Girlanden mit elektrischen Birnen. Die Unkosten werden von allen beteiligten Geschäftsleuten je nach der Größe des Geschäfts getragen. Die Anschaffung ist eine einmalige, und bei Wiederholung ist nur die Dekoration und Montage und etwas elektrischer Strom zu begleichen, was jedoch für den einzelnen ganz unbedeutend ist.

Komme ich noch zu der Zeitungsreklame. Ich hatte mich bewegen lassen, bei ganzseitiger Buchbesprechung jeweils ein Inserat für RM 6.— zwischen die Zeilen zu bringen. Hierzu einige Worte. Der Erfolg war gleich Null, und warum? Das Publikum gibt auf die verallgemeinerten Buchbesprechungen in den Tageszeitungen überhaupt nichts. Die allgemeinen Redensarten, wie sie in den Waschzetteln seitens der Verleger mit den Rezensionsexemplaren mitgeschickt und dann veröffentlicht werden, machen auf das Publikum nicht den geringsten Eindruck. Mein Plan geht nun dahin, im nächsten Jahre die Buchbesprechung selbst zu übernehmen, mit eigenem Namen zu zeichnen, die ganze Besprechung unter einem bestimmten Gesichtspunkt erscheinen zu lassen. Also heute »Jugendchriften«, morgen »Reisebeschreibungen«, übermorgen »Romane«, dann »Lebensbeschreibungen« usw. Freilich, ich weiß nicht, ob sich in jedem Orte entsprechende Sortimentere zu dieser Arbeit hergeben und wiederum die Arbeit ohne Mißbelligkeiten zwischen den einzelnen Sortimentern und Zeitungen zu regeln ist. Im Prinzip führe ich jedoch die Sache durch. Und bedenken Sie, um wieviel Sie sich beim Weihnachtsgeschäft die Arbeit erleichtern, wenn Sie schon vorher zu Tausenden durch die Presse gesprochen haben. Auch der Redakteur wird, wenn Sie sich einigermaßen mit ihm verstehen, froh sein, wenn Sie ihm Arbeit abnehmen.

Das ist nun die Grundlage meiner diesjährigen Weihnachtpropaganda gewesen. Jetzt fragen Sie mich, nun was wurde bei Ihnen gekauft? Fangen wir bei der Jugend an. Seit einigen Jahren will es mit dem Bilderbuchhandel nicht mehr recht gehen. Trotz großer Auslage in den Schaukästen und im Laden war hier kein Erfolg. Anders stand es mit den Jugendchriften. Hier wurde wie immer recht viel verkauft, und neuerdings auch wieder Mädchenchriften. Die

*) Nach einem Vorschlag von Herrn Professor Karl Schwalm, Wien, werden wir in jeder Textnummer des neuen Jahrgangs einen Spruch über das Buch bringen. Die Schriftl.

Jugendchriftenverleger haben sicherlich herausgefunden, daß der süßliche Inhalt der früheren Mädchenbücher nicht mehr zeitgemäß ist und haben sich rechtzeitig umgestellt. Es hängt hier viel von dem Ansehen und dem Vertrauen ab, das der ortsanfässige Buchhändler genießt. Wie sagt doch Herr Engelhorn: Fast 70 oder 90 Prozent der Leser seiner literarischen Hauszeitschrift hätten geantwortet, nur die Besprechung in der literarischen Zeitschrift führte sie zu dem zu erwählenden Buch. Ich möchte dem Herrn Schriftleiter empfehlen, bei meinem Geschäft einmal zu Weihnachten zuzusehen. Ich glaube, er würde anderer Meinung werden. Freilich, für meine Empfehlungen lege ich auch die Hand ins Feuer. Bei mir wird jeder Kunde auf Herz und Nieren geprüft, und ich nehme es in dieser Beziehung verdammt ernst. Kommt natürlich ein Literaturkundiger, nun so versuche ich sogar von dem noch Erfahrung zu gewinnen, genau, wie ich bei den fünfzig Lesern meiner Leserrunde mich jedesmal erkundige, ob und warum ihnen das Buch gefallen hat oder nicht. Das kostet allerdings jedesmal ein wenig Zeitaufwand. Aber die Mühe lohnt sich und macht sich vielfach bezahlt. Nun bin ich unversehens von den Kindern bei den Großen angelangt. Womit waren nun die Erwachsenen, die anspruchsvollen Leser, zufriedenzustellen? Ich glaube, wir Sortimentere in der Provinz blasen in dasselbe Horn wie die Herren Kollegen in der Großstadt. In der letzten Woche mußte ich feststellen, daß diejenigen, die das große Geld besaßen, bereits zwei bis drei Wochen vor Weihnachten ihren Bedarf gedeckt hatten. So kam es, daß in den letzten acht Tagen mehr die Bücher bis RM 5.— verlangt wurden. Es fehlte leider der große Schlager von 1931: »Volk ohne Raum«, der sich von selbst verkaufte.

Gottlob, daß es doch noch eine Zeit im Jahre gibt, die uns wieder aufrast zur Energie, und wir dem neuen Jahr ein trotziges »Dennoch« entgegensetzen können. Wie sagte doch Herr Meinede auf der Tagung in Gotha: Meister ist, wer seine Zeit richtig versteht und weiß, danach zu handeln.

Salzwedel.

Walter Beyhe.

Für die buchhändlerische Fachbibliothek.

Alle für diese Rubrik bestimmten Einsendungen sind an die Schriftleitung des Börsenblattes, Leipzig C 1, Gerichtsweg 26, Postfach 274/75 zu richten.

Vorhergehende Liste f. 1932, Nr. 303.

Bücher, Zeitschriften, Kataloge usw.

Biegel, Helmut: Das Plakat im Schaufenster. Ein Handbuch für Kaufleute, Gewerbetreibende, Angestellte, Dekorateur, Handelslehranstalten und Berufsschulen. Mit 575 praktischen Plakattexten für alle Branchen und 6 Plakattafeln. Hamm (Westf.) 1932: Reimann & Co. 90 S. 4^o 4.50.

Das Buch bringt über die Plakattexte hinaus sehr wertvolle werbliche Anregungen auch für den Buchhändler.

Brinkman's Cumulative Catalogus. Juli—Nov. 1932. Leiden: A. W. Sijthoff's Uitgeversmij N. V. 323 S.

Der Buchhandlungsreisende. 15. Jg., Nr. 4. Berlin R 58, Senefelderstr. 17 II. Aus dem Inhalt: Das Recht auf den Buchauszug. (1. Fortf.)

Le Droit d'Auteur. 45e année, No. 12. Berne. Aus dem Inhalt: La statistique internationale de la production intellectuelle en 1931 (premier article). — Inhaltsverzeichnis zum 45. Jahrg. 15 S. 4^o

Der Druckschriftenhandel. 9. Jg., Nr. 24. Berlin. Aus dem Inhalt: Sollen Zeitungen und Zeitschriften an das Publikum gratis abgegeben werden?

Hain, Dr. Franz, Wien: Verzeichnis: Das Bücherjahr 1932/33. 16 S. »Eine sorgfältig getroffene Auswahl der besten Bücher.«

Jugendchriften-Warte. 37. Jg., Nr. 12. Hamburg 1: W. Senger. Aus dem Inhalt: A. Herr: Zum gegenwärtigen Stand der literarisch-psychologischen Jugendforschung.

Klingspor, Gebr., Offenbach: Sonderdrucke: Goethe über Buch und Schrift. 12 S. 12×16 cm.

— Gedanken über das Buch. Zusammengestellt von Dr. Hans Bodwisch u. Dr. Julius Zeitler. 28 S.

Ersterer Sonderdruck entstand aus Anlaß der Leipziger Goethe-Ausstellung. Die Auswahl der Sprüche besorgte Dr. H. Bodwisch. Der zweite Sonderdruck wurde den Mitgliedern der Frankfurter und Weimarer Bibliophilen-Gesellschaften zum 11. September 1932, gelegentlich ihrer gemeinsamen Tagung in Frankfurt a. Main, von Gebr. Klingspor gewidmet. Gedruckt wurde das Büchlein mit der von Prof. Rudolf Koch gezeichneten, für solche Aufgaben besonders schönen und geeigneten Wallaufschrift.

Kohlhammer, W., Stuttgart: Halbmonatsabreißskalender. 26 Bl. 33×17 cm

Der Kalender vereinigt das Schöne mit dem Praktischen. Auf der Rückseite des Kalendariums brachte die Firma geschickt ihre Reklame für ihre Verlagszeugnisse und die Druckerei an, während der obere Teil der Blätter Stiche nach M. Merian, das Schwabenland um 1652 darstellend, aufweist, die als Postkarten verwandt werden können.