

Bücher regieren die Welt, die Tinte ist das fünfte Element und die Presse die Artillerie der Gedanken.

Karl Julius Weber, Demokritos. (1832—1940). Über Bücher.

Der Absatz an Jugendschriften war im allgemeinen zufriedenstellend, wobei öfters betont wird, daß »die älteren Sachen mehr Anklang als die ganz modernen finden.« »Es wurden nicht nur immer Jugendschriften für 2 Mark gekauft. . . . Wir Sortimentere sollten viel mehr Kinderbücher selbst lesen.« Es wird aber auch hervorgehoben, daß sich »in der Jugendschriftenabteilung der Verkauf auf billige Bücher im Preise von —80 bis 2.— RM beschränkte«. Eine süddeutsche Firma erklärt, daß »die überraschende Zunahme der Käufer damit zusammenhängt, daß sie das billige Jugendbuch an Schulen propagiert hat«. Der Absatz an Bilderbüchern scheint weniger befriedigend gewesen zu sein. Eine Firma schreibt, »daß Jugendschriften und Bilderbücher für 6—8jährige in Antiqua, wie sie sich leider in den Bibeln als Anfangsschrift findet, fehlen. Auch für das Ausland wurden mehrfach Jugendschriften in Antiqua verlangt; die vorhandenen mit den dicken Blättern wurden zurückgewiesen«.

Das Mitführen von Nebenartikeln hat auf das Geschäft belebend eingewirkt. Zwei Zuschriften lauten: »In einem kleinen Ort muß der Buchhändler natürlich viel vielseitiger sein; ich führe schon immer MK-Papiere, Rätke-Kruse-Puppen, Steiff-Tiere, Radierungen, Keramiken usw. Mit dem Verkaufsergebnis des von dem Kollegen Gulitz empfohlenen Lauenburger Spielzeugs bin ich sehr zufrieden.« »... Wir führten in diesem Jahre auch Gesellschaftsspiele, kunstgewerblichen Christbaumschmuck usw., die wir gut verkauften.«

»Das Publikum legt wieder Wert auf die Empfehlung des Buchhändlers, da es durch die je nach Partei gefärbten Kritiken der Zeitungen stuhig gemacht ist.« Ähnlich heißt es in einem anderen Bericht: »Es kam des öfteren vor, daß die Käufer, die auf Grund irgendwelcher Empfehlungen in Tages- oder anderen Zeitungen Bücher bestellten, von diesen sehr enttäuscht waren, und sie äußerten, nun nicht mehr auf Grund von Besprechungen Bücher bestellen, sondern sich lieber auf die Empfehlung und Beratung des Buchhändlers verlassen zu wollen.« Hierher gehört auch die Stellungnahme zu der Rundfrage des Engelhorn-Verlages, von der gesagt wird, daß die Antworten nicht den täglichen Erfahrungen im Sortiment entsprechen. »Das Ergebnis würde durchaus anders lauten, wenn der Verlag im allgemeinen nicht jeden mit offenen Armen als 'Kollegen' aufnehmen würde, der sich bereit erklärt, irgendwo und irgendwie Bücher zu verkaufen.«

Ausführlich äußert sich ein Bericht aus Thüringen zu dieser Frage: »Die meisten Leute, die in den Läden hereinkommen, ja, auch die hochgebildeten, feinsten Menschen, oder eben diese besonders, möchten vom Buchhändler beraten sein. Sie möchten von dem Manne, der da hinter dem Ladentische steht, ein persönliches Wort, eine eigene Meinung über dieses und jenes Buch hören. Sie möchten wissen, was man für eine Stellung in wirtschaftlichen, religiösen, künstlerischen Fragen einnimmt. Sie hören sehr genau auf jedes Wort, das man sagt, und merken selbstverständlich sofort, wenn man Waschzettel nachplappert oder seine Überzeugung verleugnet. Man muß sagen was man denkt. Nur nicht ängstlich sein mit dem Aussprechen seiner Meinung, auch wenn sie feyerlich sein sollte! Persönlichste Fühlungnahme mit seinem Gegenüber ist im Buchladen die wichtigste Voraussetzung erfolgreichen Handelns.«

Die andere Seite zu den beiden obigen Äußerungen über Besprechungen gibt die nachfolgende Stimme: »Auch diesmal darf man wohl sagen, daß die große Tagespresse fördernd auf den Buchabsatz eingewirkt hat. Die großen Zeitungen haben reichhaltige und interessante Literaturbeilagen gebracht, die sicherlich im Publikum Widerhall gefunden haben. Die große Presse hat nun auch diesen wichtigen Teil ihrer Aufgabe erkannt, und sie unterrichtet ihre Leserschichten laufend über das literarische Leben. Das Interesse des Publikums wird lebendig gehalten, und somit wird ja auch der Kontakt mit dem Buch erhalten. Ob die Presse hierbei nun einseitig politisch oder aktuell orientiert,

kommt nicht so sehr in Betracht, wichtig bleibt immer, daß das Buch und die Literatur überhaupt außerhalb des Inseratenteils ausgiebigen Raum zugesprochen erhält. Wenn der Buchhändler seinerseits möglichst viel solcher Literaturbeilagen liest oder an seine Kunden verschiebt, so hat er dadurch immer Anknüpfungspunkte für einen dauerhaften Verkehr mit der Kundschaft.«

Einige Firmen berichten von dem guten Erfolg, den sie mit den selbst zusammengestellten Katalogen oder Verzeichnissen hatten. Zum Beispiel: »Ein selbst zusammengestellter Prospekt von vier Seiten erwies sich als äußerst wirkungsvoll; nur sechs der darin genannten Bücher schlugen nicht nach Wunsch ein.« — »Für jeden Kunden den richtigen Katalog, das ist eine Aufgabe des Sortimenters vor Weihnachten«, schreibt eine andere Firma. Die Kostenfrage wird in einer weiteren Äußerung berührt: »Die individuelle, briefliche Werbung, kleine Ausstellungen, besonders von Jugendschriften bei Elternabenden, geschmackvolle Schaufenster, die auch abends bis mindestens 9 Uhr beleuchtet sein müssen, belasten den Unkostenetat nicht so wie eine Massenversendung von Weihnachtskatalogen.« — Der Bericht in Nr. 4 des Börsenblattes über besondere, zum Gelingen des Weihnachtsgeschäfts nötige Werbemaßnahmen wird durch die folgende Auslassung unterstützt: »Da das Weihnachtsgeschäft 1931 gegen das Vorjahr einen Rückschlag gebracht hatte, galt es, alle Kräfte einzusetzen, um den Ausfall wieder wettzumachen. Es wurde Propaganda für eine Anzahl Bücher durch persönlich gerichtetes Rundschreiben gemacht, auf Schaufenster und Auslage im Laden besonders geachtet und eine Woche lang im Lokalblatt eine in die Augen fallende Anzeige gebracht. Auf freundliche Bedienung durch geschultes Personal und schnelle Auskunfterteilung, gestützt auf umfassendes Katalogmaterial, sollte besonders Wert gelegt werden, damit die Überlegenheit des Buchhandels gegenüber den vielen sich mit Bücherverkauf befassenden anderen Geschäften erkannt wird.«

Über den Verlag kommen aus dem Provinzsortiment naturgemäß vielfach die üblichen Klagen; es heißt aber auch einmal: »Die wenigen größeren Verlage, die uns Kommissionsendungen ihrer Neuerscheinungen gemacht haben, können mit dem Erfolg zufrieden sein.« — Die Leipziger Kommissionsgeschäfte und das Barfortiment haben prompt gearbeitet — »Die Genossenschaft Hamburger Buchhändler ist gar nicht zu entbehren« — »Sehr dankbar waren wir wieder für die Ansichtsendungen von Koehler-Voldmar« — solche Urteile kehren in den Berichten öfters wieder. — Aber die Postpaketzustellung wird jedoch in zwei Fällen geklagt.

»Das Publikum hielt mit dem Eintauf lange zurück, erst nach dem 15. Dezember wurde das Geschäft lebhafter.« — Dieser Meinung stehen nur wenige andere Äußerungen entgegen, die von einem gleichmäßigen Verlauf des Weihnachtsgeschäftes ab Anfang Dezember berichten. Fast allgemein werden der 22. bis 24. Dezember als die Hauptverkaufstage angegeben. Die verspäteten Gehaltszahlungen bei den Beamten sind wohl mit daran schuld. Eine bayerische Firma schreibt: »Es mußte viel kreditiert werden, da die Gehaltszahlungen in Bayern ungünstig verteilt waren, eine Verordnung, die der Geschäftswelt viel Schaden gebracht hat.«

Als meistverkaufte Bücher wurden genannt:

- 16mal Runthe, Das Buch von San Michele,
- 11mal Zweig, Marie Antoinette,
- 10mal Dwinger, Wir rufen Deutschland,
- 9mal Wiechert, Die Magd des Jürgen Dostocil,
- 8mal Winnig, Der weite Weg,
- 7mal Hausmann, Abel mit der Mundharmonika,
- 7mal Naso, Seydlitz,
- 6mal Dahn, Kampf um Rom,
- 5mal Schröder, Mannesche,
- 4mal Seidel, Wunschkind,
- 4mal Wolff, Duvrard,
- je 3mal Ammers-Küller, Apfel und Eva — Weilstein, Rauch an der Ruhr — Brehm, Das war das Ende — Ernst, Das Glück von Lautental — Fallada, Kleiner Mann — Galsworthy, Blühende Wildnis — Hamann, Geschichte der