

Ausschneiden!

Dienst am deutschen Schrifttum

Aufheben!

Gutachtenanzeiger der Reichsstelle zur Förderung des deutschen Schrifttums, Folge III (II f. Nr. 236)

In Nr. 224 des Börsenblattes veröffentlichten wir den ersten Gutachtenanzeiger der Reichsstelle zur Förderung des deutschen Schrifttums, die dem Beauftragten des Führers für die gesamte geistige und weltanschauliche Erziehung der NSDAP untersteht. Unterdessen erschien nun auch in Nr. 236 die zweite Folge. Heute veröffentlichen wir die dritte Folge. Wir möchten dem gesamten Buchhandel empfehlen, sich diese Listen auszuschneiden und aufzubewahren, da sie im Laufe der Monate einen Grundkatalog des besten deutschen Schrifttums aller Gebiete ergeben. Wir versuchen, in den nächsten Folgen noch eine Trennung nach den verschiedenen Sachgebieten durchzuführen.

In der vergangenen Woche wurden seitens der Reichsstelle geprüft und empfohlen:

Beer, Alfred Brändström, Elsa Bülow, Hilmer, Frhr. v. Darré, Richard Waltherr Eichenauer, Richard Gilbert, Hubert E. Hase, Georg von Lezius, Martin Malina, Josef Bonifazius Müller-Brandenburg Pochhammer, Hans Reuter, Ludwig v. Ruff und Fehler Simoneit, Max Spieß, Theodor Schauweder, Franz Schlichting, Erich Schmitthenner — Treig, Rudolf Weidner-Steinhaus Wichterich Ziese, W., u. S. Ziese-Beringer Zillich, Heinrich	Der Flieger im Osten Unter Kriegsgefangenen in Rußland u. Sibirien 1914—1920 Geschichte der Luftwaffe Das Bauerntum als Lebensquell der nordischen Rasse Die Rasse als Lebensgesetz in Geschichte und Gesittung Drei Krieger Der Sieg der Hochseeflotte am 31. Mai 1916 Vergessene deutsche Waffentaten Der germanische Norden und wir Das Diktat von Versailles Graf Spees letzte Fahrt Scapa Flow, das Grab der deutschen Flotte Gaschutz. Gashilfe gegen Giftgase Wehrpsychologie Minenwerfer im Großkampf So war der Krieg Gesetz zur Neuordnung der nationalen Arbeit Das Freie Soldnertum im Abendländischen Imperium des Mittelalters Wehrhaft und frei Die Vergessenen Jan und Gretje Dr. Carl Peters Generäle, Händler und Soldaten Der Urlaub	Herder, Freiburg Koehler & Amelang, Leipzig Diestelweg, Frankfurt/W. Lehmann, München Teubner, Leipzig Stalling, Oldenburg Koehler, Leipzig Etthofen, Berlin Paul Franke, Berlin Der nationale Aufbau, Leipzig Koehler, Leipzig Koehler, Leipzig Fröhlich, Leipzig Bernard & Graefe, Berlin Lehmann, München Frundsberg, Berlin Hochmuth, Berlin Beck, München Belz, Langensalza Knorr & Hirth, München Kleinagel, Ruhrort Keil, Berlin Frundsberg, Berlin Langen/Müller, München
--	---	--

Wie kann der Buchhandel gesunden?

In Nr. 228 vom 29. September d. J. ist ein recht beachtlicher Aufsatz obigen Titels veröffentlicht; er sollte jedem, dem der Buchhandel ans Herz gewachsen ist, zumindest zum Nachdenken Anlaß geben.

Die Zeiten von vor dem Kriege und von heute kann man aus vielerlei Gründen nicht vergleichen, der ganze Geschäftsgang, die Abrechnungen mit den Lieferanten und entsprechend mit den Kunden des Verlages (den Sortimentern) waren ganz anders geregelt, als dies heute der Fall ist. Der Zwang, heute ganz anders zu wirtschaften als damals hängt in erster Linie schon davon ab, daß die Kapitaldecke überall durch die Inflation allein wesentlich kleiner geworden ist, dann aber, daß die steuerlichen Lasten im Vergleich zu damals ein vielfaches von dem darstellen, was früher zu zahlen war. U. a. m.

Durch die tatkräftig und machtvoll in Gang gebrachten bedeutenden Arbeitsprogramme unseres Führers Adolf Hitler, dann durch die ständige Werbung für das Buch ist der schweren Absatzkrise im Buchhandel wohl im allgemeinen Einhalt geboten, auch dürften hier und da leichte Anfänge zur Belebung des Absatzes festzustellen sein. Diese Absatzbelebung wird stetig um sich greifen, je länger all die vielen, die solange arbeitslos waren, in guter Beschäftigung sind, und nachdem nach und nach das Notwendigste erst einmal beschafft worden ist, dann wird auch ein gutes benötigtes Buch gekauft.

Hier erwachsen nun einem rührigen Sortimenter verschiedenerlei Aufgaben, die zur Gesundung und Stärkung seines Geschäftes beitragen.

Als da ist: Genaue Kartei anlegen, wofür der Kunde ein Interesse hat, um ihn durch geeignete Prospekte oder sonstige Werbemittel auf die Neuigkeiten, die gerade ihn angehen, von Fall zu Fall aufmerksam zu machen; ferner durch Gewinnung zum Abonnieren dieser oder jener Zeitschrift wird der Kunde auch zum Besuch des Sortiments genötigt, bei welchem Anlaß ein geschickter Verkäufer stets sein Interesse für diese oder jene Neuigkeit oder ein gutes auch älteres Standardwerk — oft mit Erfolg — wecken kann.

Eine weitere wichtige und wertvolle Aufgabe ist: Sorgfältige Anlage von Fortsetzungslisten und deren ständige Bearbeitung. Hierfür kommt u. a. in Betracht Anlage von Fortsetzungslisten von Kalendern, von Sammlungen, von in Lieferungen oder in Bänden erscheinenden Werken, ganz gleich ob die Abnahme jedes Bandes des betreffenden Werkes Zwang ist oder nicht. In den meisten Fällen wird ein »zur Fortsetzung« geliefertes Werk vom

Kunden behalten, denn er will das Werk — wenn es nicht aus einer endlosen Zahl von Bänden besteht — doch vollständig besitzen.

Gut geführte Fortsetzungslisten sind daher für jeden Sortimenter ein gutes Geschäft; durch stetige pünktliche Auswertung dieser kann er einen sicheren Umsatz ohne jegliches Risiko erzielen, denn nach der Verkehrsordnung § 12 ist der Verleger verpflichtet, fest zur Fortsetzung geliefertes innerhalb dreier Monate zurückzunehmen.

Leider aber muß gerade auf dem Gebiete der Fortsetzungsbelieferung der wissenschaftliche Verleger ständig feststellen, daß die wenigsten Sortimenter sich überhaupt der Mühe unterziehen, einwandfreie Fortsetzungslisten anzulegen. Wie oft muß ein Verleger Bestellnummer und -daten dem betreffenden Sortimenter vergeblich mitteilen. Der Verlag erhält, wenn überhaupt, die lakonische Antwort — ich kann nichts finden, ich brauche keine Fortsetzung. Der Sortimenter aber übersieht, daß er nicht nur sich selbst schwer schadet, sondern auch dem Verleger. Der Verleger weiß auf Grund seiner Statistik, daß er so und so viele Exemplare von einem Kalender oder einer Lieferung oder eines Bandes abgesetzt hat, baut u. a. hierauf die Auflagenhöhen seiner Erscheinungen, vor allem den Preis usw. auf — sieht sich nun bei Erscheinen der Fortsetzungen durch das Sortiment schwer getäuscht.

Je schlechter der Absatz ist, desto mehr besteht gerade für Sortiment und Verlag größte Veranlassung, die laufenden Beziehungen zu den Fortsetzungskunden sorgsam zu pflegen.

Vor über dreißig Jahren, als der Schreiber dieser Zeilen selber in der Lehre war, wurde ihm von seinem Lehrherrn immer wieder zur Vorschrift gemacht, Fortsetzungslisten sofort und genau anzulegen und den Kunden ständig zu beliefern, auch wenn er einmal einen Band oder einen Jahrgang (Kalender) zurückgibt, das nächste Mal wird er es behalten. Zahlreiche Kunden erkennen diese sorgsame Bedienung durch Aufgabe von besonderen Buchbestellungen an. Selbstverständlich gibt es auch Kunden, denen es nicht recht zu machen ist. Dieser Kreis wird aber immer kleiner, je mehr auch diese mit nutzbringender Arbeit beschäftigt sind.

Gut geführte Fortsetzungslisten machen ein Sortiment, wie man es immer und immer wieder im Börsenblatt in den Verkaufs-Anträgen lesen kann, viel wertvoller als ein Sortiment, das diese nicht besitzt.

