

fähig und nützlich ist. Und wie ich weiter oben schon erwähnte, kann auch der kleine Sortimentler, der über nur geringe Mittel für Werbung verfügt, derartige Kataloge von den betreffenden Kollegen beziehen. Da er die Möglichkeit hat, sich den Alleinvertrieb in seiner Stadt zu sichern, wirkt der Katalog mit eingedruckter Firma durchaus als ein eigener Weihnachtskatalog, der seiner Firma, die ihn verschickt, Erfolg bringt.

Von besonderer Wichtigkeit scheint mir noch die Frage, an wen die Kataloge gesandt werden sollen. Unentbehrlich ist dazu eine Kundenkartei, die ständig und peinlich auf dem laufenden gehalten werden muß. Es macht keine zu großen Schwierigkeiten, mit der Zeit alle die Käufer namentlich zu erfassen, die in der Buchhandlung aus- und eingehen. Wenn diese Kunden den Katalog erhalten, dann kann auch mit einem Erfolg gerechnet werden. Viele Sortimentler lehnen den Versand eines Weihnachtskataloges ab, weil er doch nichts einbringt. Forscht man aber nach dem näheren Grund der Ablehnung, dann erfährt man zunächst die Tatsache, daß kaum ein nennenswertes Verzeichnis der Geschäftskunden vorhanden ist. Man ließ sich einmal eine Anzahl Kataloge kommen, nahm das Adreßbuch und schrieb die Anschriften prominenter Persönlichkeiten ab, von denen man annahm, daß sie auch als Büchertäuser in Betracht kommen können. Daß es sich dabei in vielen Fällen um Menschen handelte, denen der Name der auf dem Katalog stehenden Firma ein völlig unbekannter Begriff war, wurde außer acht gelassen. Am Ende wunderte sich dann der betreffende Sortimentler über das völlige Versagen seiner »Werbekartei« und er schwor sich, nie wieder einen Weihnachtskatalog zu versenden.

Um also den Gedanken einer allgemeinen Propagierung des Verkaufes von Weihnachtskatalogen durch das Sortiment durchzuführen, ist es von allergrößter Wichtigkeit, daß die Sortimentler ihre tatsächlichen Kunden auch namentlich irgendwie aufzeichnen. Wenn dann auch in manchen Fällen sicher weniger Weihnachtskataloge verschickt werden, so ist doch anzunehmen, daß der betreffende Sortimentler mehr Freude an seiner Werbung erleben wird, als vorgehend geschildert. Es heißt nicht umsonst »Planmäßigkeit in der Werbung tut not«. — (Und wenn ich mir zum Schluß noch einen kleinen Hinweis erlauben darf, der zwar nicht ganz zur Sache gehört, aber für manchen Kollegen von Nutzen ist, dann möchte ich die Lektüre der »Verkaufspraxis« empfehlen. Diese Hefte enthalten eine Fülle von Anregungen und Erfahrungen, aus denen, und nicht zuletzt, gerade der kleine Buchhändler viel lernen kann. Auch wenn es sich um Fälle handelt, die mit dem Buchhandel nicht das Geringste zu tun haben.)

Königsberg i. Pr.

Dito Dikreiter.

## 2.

Grund der Herausgabe eines eigenen Kataloges.

Die in früheren Jahren an meine Kundschaft versandten Weihnachtskataloge, große und weniger umfangreiche, gefielen mir nicht. Sie brachten zwar eine Fülle von Titeln, aber die beigegebenen Besprechungen waren meist nichtssagende Anpreisungen, oft unerträgliches Waschzettellatein, im besten Fall leere unpersönliche Redensarten. Mein Ziel war, einen Katalog herauszubringen mit an sich lesbaren Besprechungen, die im Leser den Wunsch erwecken, das Buch zu besitzen. Dabei schien mir eine Beschränkung auf eine Auswahl guter Bücher nötig. Ein Sammelsurium von Titeln läßt nicht zur Sammlung kommen. Gerade der wirkliche Bücherliebhaber und damit der beste Bücherkäufer lehnt instinktiv Quantität ab, wo er Qualität sucht. Meine Kundschaft teilte diese Ansicht.

Grundsätze der Titelauswahl.

Hierzu möchte ich den ersten Teil des Vorwortes zu meinem Weihnachtskatalog wiederholen:

»Wir teilen eine kleine Liste besonders guter Bücher mit. Nur um zu bitten: kommt und seht selbst. Denn es gibt noch hundert ebenso gute.

Unsere Auswahl kann und will nicht vollständig, sie will und soll nicht einmal objektiv sein. Sie ist sehr persönlich. Denn nur das Persönliche, meinen wir, kann persönlich und lebendig weiterwirken.

Wir sprechen von Büchern, die uns ganz besonders froh gemacht haben. Bei keinem hat uns etwas Äußeres veranlaßt, es aufzunehmen. Auch »Geschäftsinteresse« nicht. Wir haben tiefe Freude an diesen Büchern erlebt und wollen von dieser Bücher-Freude andere etwas spüren lassen. Das ist alles.»

Beschaffung der Besprechung.

Ein Katalog, wie er mir vorschwebte, kann nicht von mehreren Bearbeitern gemeinsam geschrieben werden. Dabei geht jede Einheitlichkeit verloren. Zur Verwirklichung meiner Pläne gehörte eine Persönlichkeit, die es verstand, Besprechungen im genannten Sinne zu schreiben. Ich hatte das Glück, sie zu finden.

94

Unkostenfrage.

Die Besprechungen mußten honoriert werden. Auf Ausstattung, Druck, Papier und Umschlag wurde besondere Sorgfalt verwandt. Auch fürs Auge muß ein Katalog, der für gute Bücher wirbt, erfreulich und verlockend sein. Ebenso wurden dem Büchlein grundsätzlich keine Inserate beigegeben. So waren die Kosten hoch. Doch gelang es mir bei der Qualität des Kataloges leicht, befreundete Sortimentler in anderen Städten für den Vertrieb zu gewinnen. Dadurch wurden die Unkosten auf das normale Maß zurückgeführt.

Aufnahme bei den Kunden.

Die Aufnahme bei den Kunden zeigte, daß ich auf dem richtigen Wege war. Man war neugierig geworden, verließ sich auf die Besprechungen und kaufte mit dem Katalog in der Hand oder durch Übersendung der beigegebenen weihnachtlichen Bestellkarte. Darüber hinaus äußerte man sich mündlich und schriftlich begeistert. Viele bedankten sich ausdrücklich für die Übersendung des Kataloges. »... unaufrichtig und warm und aus kultiviertester Kennerschaft heraus werden wir hier beraten ...« — »... wenn man den Katalog zuflappt, weiß man auf einmal dreißig Bücher, die man sich wünschen möchte ...« — »... das Ganze ist so begeisternd, daß ich Ihnen dankbar bin ...« Diese Beispiele aus der Fülle der Urteile.

Jena.

Walter Biedermann.

## 3.

Dem Wunsche der Schriftleitung des Börseblattes, einiges über meinen »Literaturbericht für Auslandsdeutsche« zu berichten, komme ich gerne nach. Ich soll mich kurz fassen. Also nur das Wesentliche.

Um seine vornehmste Aufgabe erfüllen zu können, die in aller Welt verstreut lebenden Deutschen mit unserem Schrifttum auf dem laufenden zu halten, braucht das Exportsortiment einen Eigenkatalog, der auf die besonderen Interessen des Auslandsdeutstums Rücksicht nimmt. Schwere wissenschaftliche Literatur kommt also nicht in Frage. Schon eher politische Broschüren, Bücher über die einzelnen Heimatauge, Beschreibungen fremder Länder, Handel und Handwerk, Kalender und Zeitschriften nicht zu vergessen. Auch kann ich im Eigenkatalog die Hauptrichtung meiner Buchhandlung, Tropenliteratur, pflegen, Mitteilungen über Versand und Zahlungsbedingungen machen u. dgl. Kurz der Katalog muß so eingerichtet sein, daß er draußen gerne und freudig erwartet wird.

Ein Hauptgrund für die Herausgabe ist das Gewicht. Beim Versand in größerer Auflage darf die 50 Gramm-Grenze, mit Rücksicht auf das erhöhte Auslandsporto, nicht überschritten werden. Drittens: Alle Weihnachtskataloge erscheinen erst im Spätherbst, kommen also für die Überseepropaganda nicht in Betracht, da sie erst nach drei bis vier Wochen drüben eintreffen können, also gerade zum Fest.

Was nun die Kosten betrifft, so sind diese recht erheblich, da ja die Hauptmenge der Kataloge einzeln mit Auslandsporto versandt werden muß. Peinlich bei der Sache ist, die Unkosten werden durch die einlaufenden Bestellungen nicht mehr gedeckt, da bei den schlechten Wirtschafts- und Währungsverhältnissen in den wichtigsten Absatzländern die Aufträge immer mehr eingeschränkt werden. Aber die alten Beziehungen in aller Welt müssen aufrechterhalten werden, es kommen ja auch mal wieder bessere Zeiten.

Ein Ausgleich der Valutaunterschiede durch Scrips oder Erleichterung des Zahlungsverkehrs erscheint zunächst als dringend notwendig, um dem deutschen Schrifttum den Weg ins Ausland offen zu halten. In wie vielen Fällen muß heute der Auslandsdeutsche auf sein Buch verzichten, weil der geringe Wert der fremden Währung den Preis um ein Mehrfaches überhöht, oder aber die Devisengesetze des Auslands Zahlungen für Bücher besondere Schwierigkeiten bereiten. »Die Leute können ja die (fremdsprachigen) Landeszeitungen lesen.« Dabei hat der Betreffende vielleicht eigenes Geld, Zinseneinkommen o. ä. in Deutschland, das er nicht zur Bezahlung verwenden darf. Eine Freigabe von Sperrmark zur Bezahlung von deutscher Literatur wäre aus diesem Grunde ernstlich in Erwägung zu ziehen, zumal es sich dabei um einen verhältnismäßig recht geringen Betrag handelt. Er könnte ja auf 100 bis 150 RM jährlich beschränkt werden.

Was nun längere Bücherbesprechungen, und die sonst höchst erwünschten Probeseiten betrifft, so sind diese bei dem beschränkten Raum des Katalogs leider nicht möglich. In der Regel muß eine kurze Charakteristik des Buches genügen und auch dann reicht, wie fast überall, der Raum nicht.

Mit einem gemeinschaftlichen Katalog kann ich mich, nach obigem, für Exportzwecke nicht befreunden, fürs Inland würde ich ihn, wenn nicht zu umfangreich, begrüßen.

Hamburg.

Fr. W. Thaden.