

Und nun: an die Arbeit

Arbeiten und Aufgaben des einzelnen Buchhändlers während der Fachbuchwerbung

Wir haben im Börsenblatt über alle wichtigen Schritte der jetzt beginnenden Fachbuchwerbung berichtet, die Leser haben durch Aufsätze Grundsätzliches erfahren, Ankündigungen über die Versendung der Fachbuchlisten, der Formblätter, der Plakate sind erfolgt, nicht zu vergessen die Veröffentlichung des großen Arbeitsplanes als Grundlage für die Durchführung, den Abdruck der Aufrufe zur Werbung. Durch die Fülle derartiger Veröffentlichungen ist es möglich, daß der eine oder andere wichtige Punkt vergessen wird. Wir haben deshalb die Gelegenheit benutzt, um mit dem Geschäftsführer der Reichsarbeitsgemeinschaft für Deutsche Buchwerbung zu sprechen über die besonderen Aufgaben und Möglichkeiten des einzelnen Buchhändlers während der Zeit der Fachbuchwerbung und -schenkung. Nachstehend der Bericht unseres Mitarbeiters:

»Wir sind sicher, daß unsere intensive Pressearbeit durch Aufrufe, Aufsätze u. ä. nicht ohne Wiederhall geblieben ist und daß viele Tausende jetzt schon sehr genau über die Fachbuchwerbung und über ihre Ziele unterrichtet sind«, betont der Geschäftsführer der Reichsarbeitsgemeinschaft, »trotzdem wird der Erfolg nicht zuletzt von der Arbeit des Buchhändlers abhängen, jedes einzelnen Buchhändlers, sei er nun in einer Großstadt oder in ländlichen Gegenden. Deshalb ist es gut, in diesem Zusammenhang noch einmal kurz alle sich bietenden Möglichkeiten für den einzelnen zu umreißen, damit er selbst sich das herausuchen kann, was für ihn zu tun wichtig ist.«

Zuerst die Visitenkarte: das Schaufenster. Um den Gedanken der Wettbewerbe nicht zu oft für ähnliche Werbungen einzusehen, ist darauf verzichtet worden, einen Schaufenster-Wettbewerb zu veranstalten. Trotzdem wird jeder Buchhändler seinen Ehrgeiz dareinsetzen, sein Fenster so wirkungsvoll wie möglich in den Dienst der Fachbuchwerbung zu stellen. Es ergeben sich da viele Möglichkeiten: allgemein bleibt der Gedanke der Fachbuchwerbung, dann: Leistungssteigerung, Umschulung, Berufsschule, Lehrling, Meister, Geselle und das Fachbuch, Sonderausstellungen in besonders ausgeprägten Industriezentren, die Berücksichtigung der am Orte vertretenen Industrie, das landwirtschaftliche Fachbuch in der Erzeugungsschlacht, Jugend im Reichsberufswettkampf u. v. a. m. Nicht zu vergessen wären in diesen Fenstern das Plakat des Börsenvereins, Muster des Formblattes, Muster des Exlibris, das für die Schenkung hergestellt wurde. Wichtig ist wohl auch immer wieder der Hinweis, daß die Listen der Fachbücher und das Formblatt jederzeit beim Buchhändler zu erhalten sind.

Ausführung der Bestellungen: Es ist anzunehmen, daß größere Betriebe die Abschnitte der Formblätter geschlossen abgeben. Der Buchhändler hat die Möglichkeit, solche geschlossenen Sendungen anzuregen. Hier wird die Bestellung keine Schwierigkeiten machen. Anders ist es bei den eingehenden Einzelabschnitten. Man wird vom Buchhändler nicht verlangen, daß er in jedem Falle gerade das gewünschte Buch vorrätig hat, zumal es sich doch bei der Fachbuchwerbung um sehr spezielle und begrenzte Werke handelt. Man hat daran gedacht und wird denjenigen, die die Bücher empfangen, das immer wieder zum Ausdruck bringen. So ist anzunehmen, daß jeder gerne auf die Ausführung seines Auftrages wartet, sodaß der Buchhändler

nicht gezwungen ist, große Kommissionssendungen anzufordern, die dann doch nicht immer den Bedarf befriedigen können. Wir glauben auch, daß manch ein Junge, der vielleicht mit seinem Formblatt zum erstenmal in eine Buchhandlung kommt, gerne darin verweilt, um auch andere Bücher zu sehen, er wird gerne wiederkommen, um nach etlichen Tagen sein Buch abzuholen. Hier sei eine Bitte ausgesprochen: Nehmt euch der Leute, die zum erstenmal zu euch kommen, an, sie werden dankbar dafür sein und wiederkommen und — Kunden werden. Auch die Reichsarbeitsgemeinschaft glaubt, daß die Fachbuchwerbung bzw. ihr Erfolg nicht mit dem Abschluß der Schenkung abgeschlossen ist, sondern daß die dadurch erreichte indirekte Werbung für andere Bücher nicht ohne Bedeutung sein wird. Hier gilt es, die Namen der Beschenkten bzw. Schenker larteimäßig festzuhalten. Denn der Buchhändler kennt ja ihre besonderen Wünsche und hat bei Neuerscheinungen die Möglichkeit, darauf aufmerksam zu machen, aber nicht allein an die Unterrichtung über Fachbuchneuerscheinungen ist hierbei gedacht, man hat auch die Möglichkeit, den Empfängern der Fachbücher jede andere Nachricht über Bücher zukommen zu lassen. Auf alle Fälle ist bei der Fachbuchwerbung die Tatsache, daß Menschen zum erstenmal in eine Buchhandlung kommen, nicht zu unterschätzen.

Fruchtbar für den Buchhandel wird auch die enge Zusammenarbeit zwischen ihm und den Berufs- und Fachschulen werden. Gerade diesen gibt die Fachbuchschenkung die Möglichkeit, ihren Schülern Fachbücher, die seither nicht beschafft werden konnten, zu empfehlen. Deshalb wird es ratsam sein, daß sich der örtliche Buchhandel mit den Lehrern an den Berufsschulen bespricht; es zeigen sich bestimmt Gelegenheiten, die Werbung mit Erfolg durchzuführen. Ebenso gehört zu dieser »persönlichen Führung« auch die Verbindung mit den Betrieben am Ort, die für die Schenkung in Frage kommen. Hier ist vielleicht die Durchführung größerer gemeinsamer Veranstaltungen: Übergabe der Bücher in festlichem Rahmen möglich. Solche Veranstaltungen haben immer propagandistischen Wert. Sie geben auch der gesamten Aktion den besonderen Charakter, den sie wirklich verdient. In vielen Betrieben wird Gelegenheit sein, eine gemeinsame Fachbuchausstellung in den Räumen, die die Arbeiter täglich benutzen, durchzuführen. Derartige Ausstellungen während der Buchwoche blieben nicht ohne Erfolg. Natürlich werden dabei die besonderen Bedürfnisse der Bevölkerung zu berücksichtigen sein. In kleineren Städten, in denen eine Arbeitsgemeinschaft nicht besteht, wird der einzelne auch die Presse über den Stand der Werbung zu unterrichten haben. Die Erfahrung hat gelehrt, daß ein persönlicher Besuch, bei dem man brauchbares Material zur Verfügung stellen kann, mehr nützt als noch so viele gutgemeinte Briefe. Es ist selbstverständlich,

Anderung des Auslieferungstermins der Fachbuchlisten!

Infolge technischer Schwierigkeiten verzögert sich leider die Fertigstellung der Fachbuchlisten um einige Tage.

Die bestellten Gesamtlisten sowie die Einzellisten werden vom Mittwoch, dem 11. März an, vom Verlag des Börsenvereins ausgeliefert.