

keinen Umständen darf auf Ihren Briefbogen, Drucksachen, Rechnungen usw. ein Hinweis auf Landkarten und Reiseführer fehlen. Lassen Sie sich gleich einen Stempel machen, das ist billig und wirkt doch sehr gut.

Dann haben Sie noch ein zweites, hervorragendes Werbemittel...: Ihr Schaufenster. Machen Sie Sonderfenster in der Reisezeit. Im Frühjahr und Sommer mit Auto- und Wanderkarten, im Winter mit Skikarten. Weihnachten und Ostern sind sehr geeignet für Globen und Atlanten. Der Beginn des neuen Jahres für Büro- und Organisationskarten. Passen Sie sich dem Tages- und Weltgeschehen an. Haben Sie z. Bt. eine Karte von Abyssinien in Ihrem Fenster? Ja, ja, lieber Kollege, tausend Möglichkeiten sind vorhanden, aber die meisten werden leider nicht ausgenützt. Vor allem eines nicht vergessen: Es muß immer mindestens eine Karte offen im Schaufenster hängen. Es gibt kaum einen besseren Blickfang, als eine offene Landkarte. Wenn Sie im Fenster selbst keinen Platz haben, so hängen Sie sie etwas höher, direkt an die Fensterscheibe. Wenn nämlich ein Kunde durch eine offen in Ihrem Schaufenster ausgehängte Landkarte aufmerksam gemacht wird, ist für ihn der logische Schluß nicht schwer, daß Sie außer dieser Karte auch noch andere Karten haben, die ihn interessieren. Das Ausstellen von Titeln oder Umschlägen allein sagt dem Interessenten von Landkarten nicht viel — darin liegt nun einmal das Geheimnis des großen Landkartenumsatzes. Machen Sie einmal den Versuch — Sie werden freudig überrascht sein.

Wie verkaufe ich Landkarten?

Es ist eigentlich kinderleicht und für den, der Freude an Karten hat, ein Vergnügen, welches sich entsprechend auf den Käufer überträgt. Die unerläßliche Voraussetzung, um einen Kunden gut und zufriedenstellend bedienen zu können, ist natürlich eine Sachkenntnis, die derjenigen Ihres Kunden unbedingt überlegen sein muß. Sie sollen dem Kunden nicht »irgend etwas« verkaufen, sondern Sie müssen ihm die Werke anbieten, die für ihn auch wirklich von praktischem Wert sind. Einmal einen Kunden richtig beraten und er kommt immer wieder zu Ihnen mit seinen Wünschen — nicht nur in Karten und Führern, sondern auch mit Wünschen über alle sonstige Literatur.

Ihren Kunden wirklich zufriedenzustellen ist aber nur möglich, wenn Sie eine viel beobachtete Kleinigkeit nicht vergessen: Verkäufe oder Empfehlungen nach dem Gesichtspunkt des Verdienstes rächen sich fast immer, denn der Kunde ist sehr feinsüßig und schließlich auch etwas kaufmännisch geschult. Da Landkarten und Reiseführer durchweg viel besser als die sonstigen Artikel des Buchhandels rabattiert sind, fahren Sie in jedem Fall besser, die Sonderwünsche des Kunden zu berücksichtigen, als auf momentanen höheren Verdienst zu schauen. Dazu ist natürlich eine gute und auswahlreiche Lagerhaltung notwendig, welche ja gerade bei

Landkarten und Reiseführern viel risikoloser ist als bei sonstiger Literatur. In diesem Zusammenhang noch einmal den bereits erwähnten Hinweis: Überlassen Sie ruhig Ihren jungen Mitarbeitern den Verkauf von Landkarten und Reiseführern, sie kennen sich meist besser in dieser Materie aus und können infolgedessen auf die Wünsche der Kunden besser eingehen. Der Kunde spürt das, denn er möchte ja beraten werden. Dadurch ist es auch oft und leicht möglich, nicht nur einen treuen Bücherkunden zu gewinnen, sondern auch statt einer gewöhnlichen Übersichtskarte oder eines kleinen Führers mehrere Spezialkarten oder einen teureren Atlas oder einen größeren Führer zu verkaufen. Geben Sie der Jugend den Weg frei — Sie selbst haben bestimmt den größten Vorteil davon.

Und schließlich noch etwas Wichtiges!

Zugegeben, die Produktion in Landkarten und Reiseführern ist durch den zunehmenden Bedarf groß geworden — Sie also bei der Beratung in Sonderwünschen oft nicht mehr weiter wissen. Aber wissen Sie über die gesamte Bücherproduktion Bescheid? Das ist auch unmöglich. Sie greifen dann auf des Buchhändlers Reserve-Gehirn zurück: auf die Kataloge. Da gibt es nun seit einiger Zeit auf Grund eines vom Herausgeber geschaffenen »Zentralarchivs für Landkarten und Reiseführer« ausgezeichnete Spezialkataloge, die einzigen, welche nach praktischen Gesichtspunkten für die umfassende und sachgemäße Beratung und den Verkauf bearbeitet sind*). Und wenn dann wirklich noch ein ganz ausgefallener Wunsch des Kunden Ihrerseits nicht beantwortet werden kann, fragen Sie ruhig beim Herausgeber der Kataloge an.

Sie sehen, lieber Kollege, der Ihnen bisher vielleicht ab und zu umständlich erscheinende Verkauf von Landkarten und Reiseführern wird Ihnen leicht gemacht. Sie sollen und werden Freude daran haben und Ihre Umsätze werden steigen. Die sommerliche, im Buchhandel als »saure Gurkenzeit« bekannte Periode wird verschwinden, sie wird zu einer Zeit regen Umsatzes werden, an welcher Sie außer Ihrem wohlverdienten Urlaub ebenso große Freude haben werden als an Ihrem Weihnachtsgeschäft. Machen Sie also von den in der vorliegenden Sondernummer »Reisen und Wandern« gemachten Angeboten reichlich Gebrauch. Sehen Sie auf die vorstehend gemachten Ratschläge ein, so wird eines nicht ausbleiben — ein guter Erfolg!

*) Katalog über Autokarten und Autoführer sämtlicher Länder der Welt 1935/36, RM 3.80; Katalog über Faltbootkarten und Flußführer sämtlicher Flüsse und Seen 1936, RM —.30; Katalog über Skikarten und Skiführer aller Wintersportgebiete. 3. Ausg. 1935/36, RM —.25; Katalog über Auto-, Wanderkarten und Reiseführer von Süddeutschland 1936, kostenlos. — Sämtlich herausgegeben vom Reise- und Verkehrsverlag (Das Landkartenhaus), Stuttgart.

Ortsgruppe Essen im Bund Reichsdeutscher Buchhändler

Wir nehmen nunmehr die regelmäßigen Ortsgruppenabende auf. Der erste Abend findet statt am 28. April 1936, um 20 Uhr im Weißen Saal des Städt. Saalbauers, Gnyssenallee. Der Landesleiter der Reichsschrifttumskammer Pg. Veielstein hat das erste Referat übernommen. Die Ortsgruppenabende sind für alle Mitglieder des Bundes Reichsdeutscher Buchhändler Pflicht.
Gottfried Kocholl, Ortsobmann.

Fachschaft der Angestellten im Bund Reichsdeutscher Buchhändler Ortsgruppe Leipzig

Der Arbeitskreis Antiquariat setzt am Montag, dem 27. April die Arbeitsgemeinschaft »Die Tätigkeit des Verlegers« fort. Es spricht Berufs kamerad Griebach über »Papier«. Beginn 20.15 Uhr im Haus der Berufserziehung, Dittrichring 17.

Diebstahl

In der Nacht vom 19. zum 20. April wurden aus unserem Schaukasten gestohlen: »Erlebnisse und Gespräche mit Hindenburg« von Vogel, »Die Weltmacht Großbritannien« von Golowin, und

»Kleine Deutsche Geschichte« von Schilling. Wir bitten, bei Verkaufsangeboten darauf zu achten. Verlag Karl Sieglismund, Berlin SW 11, Dessauer Straße 15.

Personalnachrichten

Auf eine 40jährige Berufstätigkeit im Hause F. W. Gadow & Sohn G. m. b. H. in Dildburghausen konnte in diesen Tagen der Geschäftsleiter der genannten Firma, Verlagsdirektor E. Maulsch zurückblicken. Direktor F. Maulsch hat 1905 als Nachfolger seines Vaters die Leitung der Hofbuchdruckerei und Verlagsbuchhandlung Gadow & Sohn übernommen. Neben Ehrungen, die ihm Firma und Gefolgschaft zuteil werden ließen, verlieh ihm die Südhüringer Industrie- und Handelskammer ein Ehrendiplom und die Silberne Denkmünze für Treue in der Arbeit.

Am 1. April war Fräulein Weidert fünfundzwanzig Jahre in der Firma Gustav Hoberg in Kolberg tätig. Durch Fleiß und Tüchtigkeit hat sie sich in ihrer Stellung bewährt und sich das Vertrauen ihres Chefs erworben.

Hauptchriftleiter: Dr. Hellmuth Langenbacher. — Stellvertreter des Hauptchriftleiters: Franz Wagner. — verantw. Anzeigenleiter: Walter Dersfurth, Leipzig. Verlag: Der Börsenverein der Deutschen Buchhändler zu Leipzig. — Anschrift der Schriftleitung u. Expedition: Leipzig C 1, Gerichtsweg 26, Postfach 274/75. — Druck: Ernst Hedrich Nachf., Leipzig C 1, Hospitalstraße 11a—13. — T. 8090/111. Davon 6700 d. mit Angebotene und Gesuchte Bücher.
*) Zur Zeit ist Preisliste Nr. 8 gültig!