

Sortiment und Zeitschriftenvertrieb

Die Ausführungen des Herrn W. Rothe auf Seite 446/47 des Börsenblattes Nr. 114 las ich mit großem Interesse. Was hier endlich einmal ganz klar und überzeugend ausgesprochen wurde, kann nicht stark genug unterstrichen werden. Deshalb möchte ich, als ein Verleger, der seit Jahrzehnten sich bemüht, für seine Produktion steigenden Absatz durch das Sortiment zu finden, ein paar Worte dazu sagen, und zwar auf Grund allerfrischester Erfahrungen.

Am 20. Februar 1937 ließ ich das erste Heft einer neuen, tadellos ausgestatteten Zeitschrift für Motorisierung und Kraftfahrt erscheinen. Sie heißt »Motorchau« und entstand auf Anregung unseres Führers und Reichskanzlers, wie ganz klar aus einem einleitenden Beitrage hervorging, den der Sachberater des Führers in Motorisierungsfragen, Herr Direktor Berlin, geschrieben hatte. Überdies wurde dies durch den Rundfunk und durch die Presse laut und vernehmlich verkündet. Das vorbildlich durch das Deutsche Propaganda-Atelier gestaltete Heft 1 im Umfang von 120 Seiten, im Format von 25,6×35,4 cm, mit zwei Kunstbeilagen in Kupfertiefdruck, in vierfarbigem, von Künstlerhand entworfenem Umschlage, gelangte mit einem Ladenpreis von RM 1.— zum Verkauf, wie angekündigt. Für eine der Kunstbeilagen hatte der Führer ein neues Bild mit eigener Unterschrift und Datum 5. Februar 1937 zur Verfügung gestellt. Das Heft war durchweg auf bestem Kunstdruckpapier im Gewicht von 100 Gramm gedruckt und enthielt im Textteil über 100 teilweise ganzseitige Abbildungen. Die Drucklegung erfolgte in 1, 2, 3 und 4 Farben. Der Erfolg des so bestrickend und verschwenderisch ausgestatteten Heftes war entsprechend groß. Allein auf der Automobil-Ausstellung wurden in wenigen Tagen rund 8000 Stück im Einzelhandel abgesetzt, und die ganze Auflage von rund 20 000 Stück war nach kurzer Zeit vergriffen bis auf 1000 Stück, die ich für Nachlieferungen und eisernen Bestand zurückhalten mußte. Ich kann sagen, daß jeder, der das Heft in seinem packenden Umschlage sah, es auch gern besitzen wollte und gern den betont niedrig gehaltenen Preis von RM 1.— auf den Tisch des Hauses legte.

Inzwischen ist das 2. und 3. Heft erschienen. Inhaltlich wesentlich ausgebaut mit Aufsätzen aus der Feder führender Fachleute. Ganz besonders muß noch erwähnt werden, daß zur Veröffentlichung in Heft 2 der Herr Ministerpräsident Generaloberst Göring sein eigenhändig unterschriebenes Bild »mit besten Wünschen für die Motorchau 1937« widmete und Herr Reichsverkehrsminister Generaldirektor Dorpmüller sein Bild und den Leitartikel »Die Motorisierung auf der Schiene« für Heft 3 zur Verfügung stellte.

Im Hinblick auf die große Nachfrage aus dem Ausland wird die Zeitschrift ab Nr. 2 in deutsch, englisch, französisch und spanisch beschriftet.

Das Auslandsortiment bezieht heute schon, also nach Verlauf von drei Monaten, genau ausgezählt 1786 Stück zur Fortsetzung (Einblick in meine Bücher ist zum Beweise für diese Behauptung gern gestattet) und laufend gehen aus den Kreisen des Auslandsortiments neue Nachbestellungen ein.

Und das deutsche Sortiment? Es ließ meine zweiseitige eindrucksvolle Börsenblatt-Anzeige völlig unbeachtet, was mich aber nach früheren Erfahrungen nicht entmutigen konnte. Rasch entschlossen und in der Überzeugung, so handeln zu müssen, sandte ich an ausgewählte 2551 deutsche Sortimentler je ein Kommissionsstück, denen ich die persönliche Bemerkung beischloß, es geschähe das in der Annahme, daß ich damit dem Wunsche meiner Herren Kollegen zuvorkäme und in der Überzeugung, daß das Heft alsbald nach Eintreffen verkauft sein werde. Die Herren Kollegen möchten sich eine Kontinuation sichern und ihren Mehrbedarf direkt — möglichst telegraphisch — aufgeben, da die starke Nachfrage den raschen Ausverkauf der Auflage erwarten lasse. Ein vierseitiges Aushang-Plakat wurde jeder Sendung beigelegt.

Was sagten darauf die Herren Kollegen vom Sortiment? Teilweise fragten sie mich sehr ungehalten, manchmal ganz grob, ob ich denn nicht wüßte, daß unverlangte Zusendungen verboten seien; andere verlangten ganz sachlich die Einsendung von 40 Pfg. oder mehr für die Rücksendung, und wieder andere ließen die Sendungen uneröffnet, also ohne von dem Inhalt überhaupt Kenntnis zu nehmen, weder pro noch contra notiert, über Leipzig zurückgehen! Wohl 200 aber bezahlten sofort, woraus zu schließen war, daß der Verkauf innerhalb der von mir gedachten Zeit möglich gewesen ist; teilweise ersuchten sie aber, von weiteren Zusendungen Abstand zu nehmen, da sie sich nicht mit Zeitschriftenverkäufen beschäftigen, — und sie hätten doch mit kleiner Mühe 6, 12 oder mehr Käufer und Bezieher werben können, die ihnen für den Hinweis auf die Zeitschrift »Motorchau« dankbar gewesen wären. Denn wer interessiert sich heute nicht für Motorisierung und Kraftfahrt, noch dazu wenn die vom Führer so stark geförderten Gebiete in einer so vorbildlichen Form behandelt werden. Solche Zeitschriftenkunden sind ja doch, wie Herr Rothe sehr richtig sagt, Dauerkunden, und als solche sind sie auch Käufer manchen Buches.

Soll ich nach diesen Erfahrungen sagen: Wie können Sie, meine Herren Kollegen vom Sortiment, erwarten, daß der Verleger Ihnen die Bestellungen überweist, die er allein mit der ihm allein auferlegten Werbung zu gewinnen vermochte?

Womit wollen Sie diesen Anspruch begründen, wenn Sie in mehr oder weniger unfreundlicher Weise jedes Interesse und jede Mitarbeit ablehnen?

Solche Frage wäre natürlich nur solchen Herren Kollegen gegenüber berechtigt, die sich auf den von mir angedeuteten Standpunkt gestellt haben. Ich stelle diese Frage aber überhaupt nicht. Ich bitte nur die Herren Kollegen vom Sortiment, die durch die Ausführungen des Herrn Rothe nachdenklich geworden sind und die heute bereit sind, einen Versuch mit der Zeitschrift »Motorchau« zu machen, neues Werbematerial vom Verlag der »Motorchau« Dr. Georg Eisner & Co., Berlin S 42, zu verlangen. Bestellzettel im Bogen. (Z)

Berlin, 27. Mai 1937.

Dr. phil. h. c. Georg Eisner.