

Eine Anregung zur besseren Zusammenarbeit zwischen Verlag und Vertreter

Die großen und sogar die kleinen Verlage sind in den letzten Jahren immer mehr dazu übergegangen, ihre Bücher auch durch Vertreter abzusetzen. Der Vertriebsabteilung des Verlages sind dadurch neue Aufgaben erwachsen. Es soll an dieser Stelle nicht darüber gesprochen werden, wie die Vertreter über die Neuerscheinungen unterrichtet werden, wie die Reifemuster beschaffen sein müssen und in welcher Form die Vertreter beim Sortiment angekündigt werden, das sind Dinge, die einmal ausführlich behandelt werden müssen. Mit meinen Zeilen möchte ich lediglich eine Anregung geben, die sowohl für den Vertreter als auch für den Verleger sehr nützlich sein kann.

Man hat irgendwo einmal das Wort geprägt, daß ein Vertriebsleiter jedes Jahr mindestens ein halbes Duzend neue Kartotheken einführen müsse, das wäre er seinem Titel als Vertriebsleiter schuldig. Ich gebe gerne zu, daß viele Kartotheken eine große Gefahr sind, denn sobald man sie nicht gründlich führt, sind sie vollkommen zwecklos und schaden mehr, als sie einem helfen können. Trotz dieser Bedenken ist der Zweck dieser Zeilen, für eine neue Kartothekarte zu werben, die vom Vertreter wie auch vom Verleger auszufüllen ist und beiden zum Nutzen dienen soll.

Es ist für die Vertriebsabteilung eines Verlages sehr wichtig zu wissen, welchen Absatz seine Bücher im einzelnen Sortiment haben. Wenn z. B. ein Sortiment sich für eine Biographie einsetzt und dieses Buch mit Erfolg verkauft hat, so ist das für den Vertriebsleiter des betreffenden Verlages ein Anhalt, den er, sobald der Verlag etwas ähnliches herausbringt, wieder bewerten kann, denn er wird sich zunächst einmal an die Sortimenter wenden, die mit dem ersten Buch gute Verkaufserfolge erzielt haben.

Ferner muß man feststellen können, wann die letzte persönliche Fühlungnahme gewesen ist, also wann der Vertreter zum letzten Male das betreffende Sortiment besucht hat, wieviel Bücher ihm dort abgekauft wurden, wer der Einkäufer war, vor allem auch, welche Verbindungen das Sortiment hat, ob es z. B. Organisationen wie die HJ., die SA. oder SS. beliefert, und letztlich muß der Vertreter, der das Sortiment besucht, wissen, ob die Firma gesund ist und man ihr Kredit geben kann. Alle diese Dinge kann man auf einer Kartothekarte übersichtlich vereinen und zwar so, daß sowohl der Vertriebsleiter wie auch der Vertreter Nutzen aus der sorgfältig geführten Kartothek ziehen können.

Im folgenden ist eine solche Karte abgebildet. Alles ist darauf eingestellt, daß der Vertreter seine Schreibarbeit auf ein Minimum reduzieren kann, und daß trotzdem für die Vertriebsabteilung alle Angaben klar sind und keine Rückfragen erfordern. In eines der oberen sechs Felder soll der Vertreter einen Blei-

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bestellung kommt noch	Einkäufer nicht getroffen	Angebot brieflich	kein Bedarf	Bezieht nach Bedarf	Bezieht d. Barfort.
Konto-Nr.	Straße:		Ort:		
	Firma:		RSK:		
Einkäufer:	Verbindungen:				
Rabatt: Verkürzt — Normal — Sonderabkommen:					
Konto:					
Stand:					
Besondere Bemerkungen:					

Eintragungen in die Spalten „Stand“ und „Bes. Bemerkungen“ dürfen nur mit genauer Datumsangabe und guter Abgrenzung gegen die nächste Eintragung gemacht werden

stiftstrich machen, die Vertriebsabteilung weiß dann z. B., ob der Einkäufer nicht angetroffen wurde, oder ob kein Bedarf vorliegt, oder ob die Buchhandlung durch das Barsortiment bezieht usw. Die weiteren Zeilen geben Auskunft über die Firma, den Namen des Einkäufers und vor allem über die Verbindungen. Der folgende Abschnitt unterrichtet über Rabatt, Konto und Stand des Buchhändlers und schließlich kommt eine Spalte, worin der Vertreter, wenn es unbedingt notwendig ist, noch persönliche Bemerkungen notieren kann. Ich habe aber die Erfahrung gemacht, daß es durchaus genügt, wenn der obere Teil der Karte sorgfältig ausgefüllt ist, dadurch entsteht schon ein klares Bild, das die Vertriebsabteilung für ihre Werbung auswerten kann. Die Rückseite der Karte dient hauptsächlich dem Vertreter zur Erleichterung seiner Arbeit. Hier wird vermerkt, wann der letzte

Fest-Bezüge in Stück. Stichtag 1. Juli

Jahr		Biogr.	Koch	Schöne Lit.	Milit.	Sonst.	Jahr		Biogr.	Koch	Schöne Lit.	Milit.	Sonst.
	SB am							SB am					
	SB am							SB am					
	SB am							SB am					
	Insges. lt. Konto							Insges. lt. Konto					
	SB am							SB am					
	SB am							SB am					
	SB am							SB am					
	Insges. lt. Konto							Insges. lt. Konto					

Besuch erfolgte. Die oberen Felder tragen je nach Bedarf Bezeichnungen für bestimmte Verlagsgruppen oder sogar für einzelne Bücher. Sie können auch durch Buchstaben ersetzt werden. So kann man z. B. für Architekturbücher oben die Buchstaben AB einsetzen, oder für Romane RD, oder z. B. für Biographien BJ. Diese Zeichen richten sich jeweils nach der Produktion des Verlages und kommen hauptsächlich in Frage, wenn in einem Verlag verschiedene Gebiete gepflegt werden. Die darunterstehenden Felder bekommen dann die Eintragungen des Vertreters. Hat z. B. der Vertreter bei seinem vorjährigen Besuch eine Partie eines Architekturwertes verkauft, so trägt er diese Zahl in das Feld ein. Er weiß dann sofort bei seinem diesjährigen Besuch, daß das Sortiment sich für das Architekturbuch eingesetzt hat. Er kann sein Verkaufsgespräch damit beginnen und anschließend auf die neue Produktion zu sprechen kommen. Wenn diese Karte zwei Jahre hindurch sorgfältig geführt wird, entsteht für den Vertreter wie für den Verlag ein sehr übersichtliches Bild. Der Verlag kann feststellen, ob das Sortiment auch in letzter Zeit sich für seine Produktion eingesetzt hat. Er kann bei Versendung seiner Neugkeitenliste anknüpfen an die Bezüge der letzten Zeit. Direkte Bestellungen an den Verlag können, wenn sie besonders groß waren, auch vermerkt werden, damit der Vertreter orientiert ist. Man kann sich bei der Versendung von Leseexemplaren an die Angaben des Vertreters halten und man kann an die Verbindungen anknüpfen, die das Sortiment zu Behörden, zur Partei, zu Organisationen usw. hat. Ich habe immer wieder die Erfahrung gemacht, daß die persönliche Ansprache bei einem Buchhändler und das Hinweisen auf die besonderen Verhältnisse seines Geschäftes immer mit großem Verständnis aufgenommen wurden.

Die Arbeit mit den Kartothekarten beginnt, indem sie einige Zeit vor der Reise des Vertreters zusammengestellt und darauf eventuell für den Vertreter bestimmte Notizen gemacht werden. Dann erhält der Vertreter die Karten vom Verlag jeweils für das Gebiet zugesandt, in dem er sich aufhält. Er macht seine Eintragungen und sendet die Karten mit den Aufträgen zurück. Es ist wichtig, daß die Übersendung der Karten mit den Aufträgen geschieht, weil aus der Karte ja die Er-