

aufbau ins Ganze zurück. Über Bilanz und Stand der Gesellschaft werden die Teilhaber regelmäßig auf dem laufenden gehalten.

Wie schon zuvor erwähnt, dient als Nachschlagewerk für den Büchernachweis zunächst der Cumulative Book Index sowie der Book Review Digest und die verschiedenen Werke der Standard Catalog Serie; der erstere dient als Buchnachweis im allgemeinen, die beiden letzteren werden speziell von Bibliotheken und Lesehallen als Einkaufsberater herangezogen. Außer dem Wilson Bulletin for Librarians, das von etwa 15 000 Bibliothekaren bezogen wird, erscheinen im Rahmen dieses Arbeitsfeldes noch eine Reihe weiterer Bibliographien, Biographien, Gesamtkataloge für Zeitschriften, Zeitungen und Veröffentlichungen von Behörden und offiziellen Körperschaften und andere Nachschlagewerke für den Bibliothekar. Einige der bekanntesten seien hier noch aufgeführt:

Als »Schlüssel« der Zeitschriftenliteratur dient der International Index to Periodicals für etwa 250 englische wie auch fremdsprachige Wochen- und Monatschriften der reinen Wissenschaften, Sprachen, Literatur, Mathematik, Religion, Ethik und Philosophie, Psychologie, Weltwirtschaft und Politik usw., der Industrial arts Index für angewandte und technische Wissenschaften, Chemie, Finanzen, Verkehr und Handel, der Agricultural Index für Land- und Forstwirtschaft, Gartenbau, Viehzucht und verwandte Gebiete, der Art Index für alte und moderne Kunst, der Education Index für Unterricht- und Erziehungsweisen, der Index to Legal Periodicals für Gesetz- und Rechtswissenschaft, der Catholic Index für katholische Zeitschriften-Literatur und Kirchenwesen, Library Literature ausschließlich für Bibliothekswesen. Außer einer großen Menge von Jahrbüchern, Berichten, Protokollen usw. werden etwa 1500 Zeitschriften eingehend bearbeitet und katalogisiert.

Dem Betrieb angeschlossen ist noch ein Austauschbureau alter Zeitschriftennummern und -bände, wohl das größte seiner Art mit einem Lager von mehreren Millionen Nummern, dessen Kundenkreis sich über die ganze Welt erstreckt.

Bemerkenswert und bezeichnend für das Wesen der Firma sind besonders zwei Systeme: das Spezialverfahren für die Herausgabe der Ein-Alphabet-Sammelbände und die Berechnungs-

methode für die Bezieher, die als »service basis« bekannt und auch anerkannt ist.

Das erstere besteht in der gleichen Behandlung der Linotyp-Gußzeilen und der Katalogzettel bzw. -karten. Beide werden von der ersten Aufnahme an bis zum Druck der großen Sammelausgaben immer wieder benützt.

Auch die als »service basis« bezeichnete Berechnungsmethode steht einzigartig da. Sie besteht in einer stoffelartigen Festsetzung der Abonnementspreise entsprechend dem Bücherumsatz der beziehenden Buchhandlung bzw. dem der Bibliothek zur Verfügung stehende Etat, — mit anderen Worten, eine kleine Buchhandlung, die wenig Bücher bezieht, benützt den Katalog weniger und zahlt auch entsprechend weniger als ein großer Betrieb mit großem Umsatz. Das gleiche trifft auch für Büchereien zu. Das bezieht sich auch nicht nur auf den Bücherkatalog, sondern auch auf die Zeitschriften-Bibliographien. Die Bibliothek bezahlt für sie nur soweit, als die darin katalogisierten Zeitschriften auch von ihr bezogen und ausgelegt werden. Abonniert sie nur wenige Zeitschriften, so ist der Preis für den Index für sie entsprechend geringer als für eine Bibliothek, die sämtliche im Index enthaltenen Zeitschriften bezieht und demzufolge den Index auch viel mehr benützt. Der Bezugspreis lehnt sich also den Mitteln und Verhältnissen der Bezieher direkt an. Dieses System hat sich als wirklich gerecht und auch praktisch durchführbar erwiesen. Es macht den Kauf dieser so wichtigen Handwerkszeuge des Faches viel mehr Interessenten möglich, als dies ein Einkaufspreis tun würde, der für groß und klein der gleiche wäre. Naturgemäß ermöglicht dieses Verfahren auch die Höhe der heutigen Auflagen, was bei der genossenschaftlichen Grundlage rückwirkend allen Beteiligten zugute kommt.

Aufrichtige Anerkennung verdient das Entgegenkommen der vielen Verleger und Herausgeber von Büchern und Zeitschriften, die in voller Würdigung der Sachlage und der gegenseitigen Interessen Besprechungsexemplare und Zeitschriften für bibliographische Zwecke zur Verfügung stellen. Ohne diese Zusammenarbeit würde manche der Bibliographien in Frage gestellt oder die Kosten für die Herausgabe derselben würden so hoch sein, daß der Preis für die meisten Institute unerschwinglich sein würde.

J o h a n n a K r a m m - New York.

„Verkaufskunde für den Sortiments-Buchhandel“

Es muß einmal ausgesprochen werden, daß unser Börsenverein heute an unseren Nachwuchs »Fachbücher« in einem Ausmaß und in einer Güte heranträgt, wie es früher nicht der Fall gewesen ist. Damals beherrschte der »Pasche-Rath« den Markt! Den gab es zu Weihnachten! In der ersten Begeisterung über den Besitz dieses zweibändigen Lehrbuches wurde auch darin gelesen, um bald festzustellen, daß dieses bestimmt recht gute Lehrbuch doch wohl besser als »Nachschlagewerk« zu gebrauchen sei. Dazu wurde es dann abgestempelt und es fand seinen Platz im Regal, wo es ein verhältnismäßig ruhiges Dasein führte. So war es denn ein vernünftiger Gedanke, »Leitfäden«, oder, wie es so schön ausgedrückt worden ist, »Einsparungen« für den Jungbuchhändler über seinen Beruf herauszugeben. Zuerst kam der »Sortiments-Lehrling von Dr. Uhlig«, der jetzt bereits in 6., verbesserter Auflage vorliegt. Dann erschien der »Verlags-Lehrling«, der in seiner 2. Auflage angekündigt wird. Auch der »Antiquariats-Lehrling« ist da. Also wirklich ein feines Trio! Wer sich eingehend mit dem Inhalt dieser Leitfäden befaßt, bekommt zu seiner praktischen Ausbildung gewiß manche wertvolle theoretische Aufklärung und Förderung. — Nun ist vor kurzem noch eine »Verkaufskunde für den Sortiments-Buchhandel« aus der Feder von Kurt Krehshmar*) hinzugekommen, und damit ist aus dem Trio ein Quartett geworden, denn dieser Leitfaden hat auch dem Verleger und dem Antiquariatsbuchhändler allerlei zu sagen. Er bildet gleichsam die Grundmelodie für den ganzen Verkehr mit dem Publikum innerhalb des Gesamtbuchhandels.

Der junge Sortimentler darf sich insbesondere beglückwünschen, ein neues und ganz vorzügliches Hilfsmittel für seinen Tätigkeits-

bereich aus berufener Feder empfangen zu haben. Es ist dabei zu bedenken, daß darin wohl mit das schwierigste und sprödeste Kapitel unserer Sortimentertätigkeit behandelt worden ist, und zwar in einer Form, wie sie kaum glücklicher gefunden werden konnte. — Bei allem Eingehen auf die Einzelheiten und Kleinigkeiten im Ladenverkehr zeigt Krehshmar — und das kann nicht genug betont werden —, daß der Schlüssel zum Erfolg darin liegt, ob der junge Mensch das wahre Wesen seines Berufes erkannt hat! Nicht die »Beherrschung der Technik des Verkaufens, der Lagerhaltung, der Dekoration der Schaufenster und der Auslagemöglichkeiten im Laden« bildet den Buchhändler, sondern das echte Wissen vom Buch in allererster Linie. Ist das vorhanden, dann wird sich fast von selbst beim Verkaufen je nach Lage der Vorgänge eine richtige »Dienstbereitschaft« herausbilden, sei es in einer starken Beeinflussung des Kunden oder sei es in einer Zurückhaltung in echter Bescheidenheit. Werden von dieser Grundeinstellung her die wirklich oft schwierigen Probleme des Verkaufens und des Bedienens angepaßt, dann werden mit ziemlicher Gewißheit stets die richtigen Lösungen gefunden werden, sei es in einer heiklen Umtauschfrage oder sei es bei den »Fehl Wünschen« der Kunden, die zurechtzubiegen bestimmt nicht immer leicht sein dürfte.

Es muß hervorgehoben werden, daß der »Leitfaden« so gut wie alle Fragen, die zum Thema »Verkaufskunde« gehören, anschnidet, wenn man über diesen oder jenen Vorgang auch gern noch etwas mehr hören möchte. So z. B. sollte der Abschnitt »die Sonderstellung des wissenschaftlichen und Fachbuches« auch im Interesse des allgemeinen Buchhändlers ruhig etwas erweitert werden, weil beim Verkauf gerade des wissenschaftlichen Buches der junge Buchhändler viel lernen und sich entwickeln kann. Auch sollte — wenigstens kurz — in einem Abschnitt das Verhalten beim Verkehr mit ausländischen Kunden geschildert werden. Diese Fragen sind wichtig für den jungen Buchhändler in den Großstädten und in Zentren des Fremden- und Überseeverkehrs.

*) Kurt Krehshmar: Verkaufskunde für den Sortimentsbuchhandel. Leitfaden für den Verkauf und den Verkäufer im Buchhandel. Leipzig: Verlag des Börsenvereins. 128 S. RM 3.—.