

Das Buch im Dienste der Liebhabereien

Eine beachtliche Umsatzquelle

Neben den Büchern, die der Unterhaltung, der Belehrung und der beruflichen Fortbildung dienen, gibt es ein umfangreiches Schrifttum, das sich mit den Liebhabereien — also den »Stedenpferden« — der verschiedenen Leser beschäftigt. Im Grunde genommen ist für derartige Werke eine stärkere Werbung vielleicht nicht erforderlich, weil erstens die meisten Menschen von selbst den Wunsch hegen, sich immer mehr Wissen über sie besonders interessierende Gebiete durch Bücher zu verschaffen, zweitens aber ist es eine bekannte Tatsache, daß wir für unsere »Stedenpferde« immer Geld übrig haben; ein altes Sprichwort sagt deshalb nicht mit Unrecht, daß ein »Stedenpferd« mehr Unterhaltungskosten erfordert als zwei Reitpferde.

Von diesem Gesichtspunkte aus betrachtet ist es aber wiederum gerade nutzbringend, auch den Büchern, die den Liebhabereien dienen, in der Werbung größere Beachtung zu schenken. Wir müssen uns dabei vor Augen halten, daß die eigentlichen Fachbücher, also die rein wissenschaftlichen Werke über bestimmte Gebiete vorerst für den Liebhaber unverständlich sind. Wir können z. B. dem Liebhaberastronomen kein mathematisches Werk über Deklination und Rektaszension der Gestirne verkaufen, wenn er zunächst überhaupt erst einmal einen Einblick in die Welt des Sternhimmels gewinnen will. Oder nehmen wir als Beispiel einen Briefmarkensammler, der von Abarten, Fehl- und verschiedenen Wasserzeichen und anderen Dingen noch nichts weiß; es wäre natürlich verfehlt, einem solchen Anfänger gleich einen großen Katalog in die Hand zu drücken, dessen zahllose Angaben ihn nur verwirren würden. Die Technik des Verkaufs für Liebhaberbücher besteht also in der Steigerung je nach dem Wissensumfang des Interessenten. Die meisten Kunden, die solche Bücher kaufen wollen, werden sich aus den vorgelegten Werken wohl selbst die in Betracht kommenden heraussuchen, während man in Zweifelsfällen sich zunächst informieren muß, ob der Kunde Anfänger oder Fortgeschrittener auf seinem Liebhabereigebiet ist.

Das bisher Gesagte kann aber nur Anwendung finden, wenn Kunden mit bestimmten Wünschen zu uns ins Geschäft kommen. Um neue Kunden für das erwähnte Gebiet zu gewinnen, wird uns ein Sonderfenster für Liebhabereien wertvolle Dienste leisten. Natürlich ist es unmöglich, für jede Liebhaberei ein Sonderfenster zu bauen; das ist aber nicht nur nicht notwendig, sondern es wäre sogar unpraktisch. Wir bringen also ein Sonderfenster etwa unter dem Motto: »Welches Stedenpferd reiten Sie?« Als Blickfang dient uns ein Plakat mit dieser Frage, das womöglich die Zeichnung eines Stedenpferdes trägt. Den Aufbau der einschlägigen Werke nehmen wir etwa nach folgendem Plan vor: Bücher für den Sammler — Bücher für den Bastler — Bücher für den Künstler — Bücher für den Naturliebhaber — Bücher für Sport und Spiel.

Unter der Sparte »Sammler« bringen wir folgende Liebhabereien unter: Briefmarken — Käfer und Schmetterlinge — Pflanzen — Steine — usw.

Zu den Bastlerbüchern gehören: Elektrotechnik (Rundfunk) — Laubsägearbeiten und Vorlagen — Modellbauten (Flugzeuge, Schiffe usw.) — Tischlerarbeiten im Hause (Handhabung der Hobelbank, der verschiedenen Werkzeuge usw.).

Die Liebhaberkünste sind vielseitig: Holzschnitt — Aquarell, Öl- und Wasserfarbenmalerei — Radierung — Zeichnen — Musik und Gesang — Schauspiel (Laienspiel, Puppenspiel, Schattenpiel, Volksbühnenspiel) — Porzellanmalerei — Schnitzerei und Plastik — Zauberkunststücke — usw.

Unter den Naturliebhabern fassen wir jene Kreise zusammen, die sich als Kleingärtner betätigen, die Zimmer- und Balkonpflanzen pflegen und sich Haustiere (Hunde, Katzen, Stubenvögel, Aquarien, Terrarien usw.) halten. Ferner gehören im weiteren Sinne auch jene Liebhaber hierher, die die Zusammenhänge der Naturgesetze studieren, also Astronomie, Biologie, Botanik, Chemie, Gesteinskunde, Mikroskopie, Physik, Wetterkunde, Zoologie usw.

Endlich haben wir noch die Sparte »Sport und Spiel«. Die verschiedenen Sportarten aufzuzählen, ist wohl kaum erforderlich, zumal viele Buchhändler ja ohnehin alljährlich ein Sportsonderfenster bringen. Wir würden in unser Sonderfenster aber jene Sportarten aufzunehmen haben, die mehr als geistiger Sport in Erscheinung treten, wie z. B. die Photographie, das Schachspiel, Stat, Bridge, Patience, Gesellschaftsspiele u. dergl.

Verschiedene Liebhabereien, die sich nicht in eine der vorgenannten Sparten eingliedern lassen, wie z. B. das Studium der Menschenkenntnis, der Handschriftendeutung, der Gedächtnis-, Willens- und Erfolgsschulung, der Hypnose, Suggestion und ähnlicher Gebiete können den Abschluß unseres Fensters bilden.

Es hängt nun ganz von den räumlichen Verhältnissen der einzelnen Buchhandlungen ab, ob das Liebhabereien-Sonderfenster mehr oder weniger von den aufgeführten Gebieten bringt. Ferner besteht die Möglichkeit, diese Sonderfenster zeitlich verschieden aufzubauen, d. h. im Frühling und Sommer wird man vor allem alles das berücksichtigen, was irgendwie mit der freien Natur zusammenhängt. Im Herbst und Winter werden jene Gebiete bevorzugt, die Unterhaltung, Belehrung und Beschäftigung für die immer länger werdenden Abende bieten. Besonders einige Zeit vor Weihnachten wird ein Bastelfenster gute Erfolge bringen, denn in dieser Zeit werden immer Spielsachen und Gebrauchsgegenstände von geschickten Händen selbst gefertigt.

Die Kenntnis der bevorzugten Liebhabereien unserer Kunden ist für uns ein ganz bedeutender Faktor für die künftige Geschäftsverbindung; auch wenn wir kein bestimmtes Werk hierüber anzubieten haben, wird sich der Kunde immer freuen, wenn man sich hin und wieder einmal nach dem Fortschritt seiner Lieblingsbeschäftigung erkundigt. Vielleicht bietet sich auch einmal Gelegenheit, dem Kunden ein paar Briefmarken für seine Sammlung zu überreichen oder ihm überhaupt im Zusammenhang mit dem ihn besonders interessierenden Gebiete eine Gefälligkeit zu erweisen. Derartige kleine Aufmerksamkeiten erhalten die Freundschaft, weil sie eine persönliche Note tragen, die uns der Kunde immer hoch anrechnet. Somit kann sich die Werbung für das Buch im Dienste der Liebhaberei nachhaltig auswirken, da sie uns gleichzeitig einen Anhaltspunkt für den künftigen Verkehr mit unserer Kundschaft gibt.

Otto D e n n e w i z, Berlin.