

gegenseitigen Kenntnis unserer Arbeit Gewinn ziehen können und daß der Blick auf die Konkurrenz für uns ein Prüfstein sein soll, nicht aber ein gehässiges »nach dem Nachbarn schießen«.

6. Arbeitserleichternde Kenntnisse

Viele für den täglichen Geschäftsgang notwendigen Kenntnisse vermittelt uns wiederum nur das Börsenblatt, z. B. Wechsel des Kommissionärs, Umzug von Firmen, zurückverlangte Neuigkeiten, aufgehobene Ladenpreise, Verlagswechsel u. a., alles Dinge, die der Bestellbuch- und Kontenführer möglichst sofort festhalten soll, weil sie viel Ärger und Zeitverlust ersparen.

7. Durchsprechen des Börsenblattes

In manchen Sortimenten ist es Brauch, das Börsenblatt täglich durchzusprechen. Dabei wird zweifellos das meiste herausgeholt. Zugleich ist diese Übung für den Betriebsführer ein schöner Prüfstein für die richtige Mitarbeit seiner Angestellten.

8. Redaktioneller Teil

Die Bedeutung des redaktionellen Teils besteht einmal darin, daß alle Fachfragen des Buchhandels in ihm behandelt werden, wie Fachwirtschaftsfragen, Urheberrecht, Buchführung, Büroorganisation, Schaufenstergestaltung, Werbung, Steuerfragen, literarische Berichte usw. Dabei ist nicht zu unterschätzen, daß gerade dieser Teil viele Anregungen für die Praxis bringt, und daß ein aufmerksamer Leser hier sieht, daß irgendwelche Neuerungen mit Erfolg erprobt worden sind. Zum anderen hält das Börsenblatt mit diesem Teil die Verbindung zu verwandten Branchen aufrecht, z. B. zum graphischen Gewerbe, zum Einzelhandel usw., und ist dadurch ein Bindeglied zum gesamten Wirtschaftsleben. Auch spiegelt sich in diesem Teil deutlich die Wirtschaftsordnung und die Gesetzgebung des Dritten Reiches wider.

9. Der Ablauf des Jahres im Börsenblatt

Selbst wenn der Buchhändler überhaupt keine Zeitung läse, so könnte er doch aus dem Börsenblatt einen vollen Überblick des wirtschaftlichen, literarischen, künstlerischen, wissenschaftlichen und geschichtlichen Geschehens entnehmen. Es gibt ja fast kein Ereignis, das nicht im Inseratenteil des Börsenblattes wiederkehrt. Zur Eröffnung der grünen Woche, zum letzten Siege Francos, zum Besuch Chamberlains in Rom, zum Antikominternabkommen, zur Arbeitszeitordnung, kurz zu jedem Ereignis gibt es ein Buch, das Bezug darauf nimmt und dann regelmäßig im Inseratenteil des Börsenblattes erscheint. Selbst der Ablauf der Jahreszeiten mit der Anregung, Skiliteratur oder Gartenbücher zu verkaufen, Ostern in Rom zu verbringen oder die Jagdzeit auszunützen usw., drückt sich im Börsenblatt aus.

10. Tägliches Verzeichnis der Neuerscheinungen

Das dem Börsenblatt beiliegende »Tägliche Verzeichnis der Neuerscheinungen« ist der letzte Schritt zu seiner Vollständigkeit. Leider wird es von sehr vielen Sortimentern aus Mangel an Zeit nicht genügend beachtet; und doch enthält es viele wichtige und notwendige Buchanzeigen. Besonders Fachbuchhandlungen haben gute Erfahrungen damit gemacht, wenn sie diese Anzeigen ausschneiden und in Anzeigebriefen aufleben.

Gerade das Tägliche Verzeichnis der Neuigkeiten führt aber zu einem vom Sortimentler vielfach geäußerten Wunsch, der uns überleiten soll zu der Betrachtung:

B. Welche Wünsche hat der Sortimentler für die Änderung bzw. Verbesserung des Börsenblattes?

Dabei soll von vornherein vermerkt werden, daß der größte Teil der nachfolgenden Anregungen wohl kaum von der Schriftleitung des Börsenblattes durchgeführt werden kann, sondern viel eher von den anzeigenden Firmen.

1. Die Verpflichtung, jede Neuerscheinung anzugeben

Es ist ein dringender Wunsch vieler Sortimentler, daß jeder Verlag verpflichtet werde, eine Anzeige über jede

seiner Neuerscheinungen im Anzeigenteil des Börsenblattes aufzugeben, sei sie auch noch so klein. Fraglos wird der für den Schutz des Ladenpreises bestehenden Anzeigeverpflichtung manchmal absichtlich nur in der unauffälligsten Form der Bekanntgabe im Täglichen Verzeichnis der Neuerscheinungen Genüge geleistet, besonders in solchen Fällen, wo seitens des Verlages gar kein Wert auf die Mitarbeit des Sortimenters gelegt wird, sondern der Verlag lieber direkt liefern will. Vom Sortiment wird diese Tatsache als ein Mangel empfunden, und es sei daher dieser Änderungswunsch des Sortimenters an erster Stelle genannt, obwohl mir bekannt ist, daß eine rechtliche Handhabe zu seiner Erfüllung nicht besteht.

2. Rechtzeitiges Erscheinen der Anzeige

Ein weiterer Wunsch des Sortimenters ist, daß die Anzeige des Verlages immer zur rechten Zeit erscheinen möge, sodaß der Sortimentler auch wirklich die nötige Zeit zur Vorbereitung der Werbung hat. Leider ist das vielfach nicht der Fall, und oft werden vom Verlag die angekündigten Termine nicht eingehalten. Wenn auch der Sortimentler weiß, daß es oftmals recht schwierig ist, Termine vorher zu bestimmen, so muß es dem Verlag doch zweifellos möglich sein, die Anzeige nicht später als das Buch erscheinen zu lassen.

3. Richtige Abfassung der Anzeige

Wenn hier wiederholt wird, daß es wünschenswert ist, in den Inseraten das wirklich Wesentliche zu sagen, so ist das erst recht ein Wunsch, der sich direkt an den Verlag richtet. Im allgemeinen aber ist der Sortimentler schon zufrieden, wenn die Anzeige nicht gerade absichtlich unbedeutend aufgemacht ist.

4. Praktische Werbevorschläge

Den vom Sortimentler-Seite geäußerten Mängeln seien noch einige weitere Wünsche an den Verlag hier angefügt, und zwar: Unterstützt den vertreibenden Buchhandel mit praktischen Werbevorschlägen. Es ist noch immer häufig genug im Börsenblatt zu lesen, daß alle Garteninteressenten und Siedler das neue Buch von haben müssen, daß jeder Ingenieur das neue Buch über Straßenbau braucht usw. Viel wichtiger ist, dem Sortimentler nur die wirklichen Interessentengruppen anzugeben, also z. B. den Tiefbau-Ingenieur, insbesondere Straßenaufbauunternehmen. Noch wesentlicher ist, zu begründen, warum gerade diese oder jene Gruppe ein Buch braucht. Solche Anregungen sind für Werbebrieftage und bei Verkaufsgesprächen im Laden sehr willkommen. Wichtig ist auch, anzugeben, warum ein neues Buch gegenüber einem halben Duzend ähnlicher Bücher überhaupt geschrieben werden mußte, also z. B. die völlig neue Problemstellung, die technische Entwicklung auf bestimmten Gebieten usw.

5. Sondernummern

Ein schöner, vor einigen Jahren von der Schriftleitung des Börsenblattes eingeführter Brauch ist, zu bestimmten Zeiten Sondernummern herauszugeben, z. B. eine Sondernummer für Kalender, für Reisebücher, für Weihnachtsneuerscheinungen usw. Auch hier sei an den Verlag die Bitte gerichtet, in solchen Nummern mit einem Inserat vertreten zu sein, denn die Verwendung dieser Börsenblätter erleichtert die Bedienung im Laden ganz wesentlich. Auch wenn der Verlag nicht sofort Bestellungen auf mehrere Duzend Partien als Ergebnis auf seinem Schreibtisch sieht, so sollte er doch nicht vergessen, im Reiseführer-Börsenblatt seine Spezialführer anzuzeigen. Besonders für kleinere und für die kleinsten Sortimentler, die sich ausführliches Katalogmaterial nicht leisten können, bedeuten solche Börsenblattsondernummern eine große Erleichterung. Erwähnt sei hierbei allerdings, daß Weihnachtsneuerscheinungen nicht allein auf die Anzeige in der Weihnachtsnummer beschränkt bleiben sollten.

Somit haben wir mit den Augen des Sortimenters einmal das Börsenblatt betrachtet, und es soll nicht verschwiegen sein, daß natürlich auch der Verleger seine Wünsche an den Sorti-