

Der Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda hat aus Anlaß der Herbstveranstaltungen für das deutsche Schrifttum folgenden Aufruf erlassen:

Im Kampf unseres Volkes um sein Lebensrecht ist das Buch zu einer scharfen Waffe gegen die Mächte der Plutokratie und zu einem Werkzeug am Ausbau des Reiches geworden.

Möge das deutsche Volk aus den Büchern der Zeit immer von neuem Glauben und Kraft schöpfen zur Erfüllung seiner großen Aufgaben in Gegenwart und Zukunft.

Dr. Goebbels

Bekanntmachung des Börsenvereins

Lieferung von Schulbüchern an Schüler und Schülerinnen im Saargebiet

Unter Bezugnahme auf die Bekanntmachung vom 20. Oktober 1939 (Börsenblatt Nr. 271 vom 21. November 1939 und Nr. 11 vom 13. Januar 1940) über die Lieferung von Schulbüchern an Schüler und Schülerinnen aus freigemachten Gebieten verfüge ich, daß die gleiche Berechnung und das gleiche

Lieferungsverfahren auch bei den Doppelananschaffungen Anwendung findet, die im Herbst 1940 für die ins Saargebiet zurückgelehrten Schüler und Schülerinnen erforderlich werden.

Leipzig, den 24. Oktober 1940 Baur, Vorsteher

Mitteilung des Verlages des Börsenblattes

Die Weihnachtsnummer des Börsenblattes kann infolge ihres großen Umfangs nicht bis zum 28. Oktober fertiggestellt werden. Sie erscheint deshalb am 6. November.

fehlenden Bücher wirklich verkauft sind, macht die Abrechnungsarbeiten für das Sortiment so schwierig und zeitraubend. Gerade die besten Bücherkäufer halten sich oft am wenigsten an bestimmte Termine gebunden und geben zur Ansicht gesandte Bücher erst nach Monaten und nach mehrfach gesandter Rechnung freundlich lächelnd zurück.

Wenn die Abrechnungsarbeiten nur einmal jährlich geleistet werden müssen, dann drängt sich nicht etwa die Arbeit, die sich sonst auf zwei Termine verteilte, verdoppelt auf einen Termin zusammen, sondern sie ist tatsächlich geringer geworden. Denn zum mindesten sind die in den ersten Monaten des Jahres zur Ansicht verschickten Bücher von selbst zum Sortimenter zurückgeleert, das bedeutet, sie brauchen weder gesucht noch braucht über sie »blind« verfügt zu werden. Der Verleger möge sich ferner von seiner Auslieferung her erinnern, daß es fast die gleiche Arbeitsleistung erfordert, ob ein Exemplar oder 11/10 versandt werden.

Daß nur 21 Verleger (von insgesamt über 2000) die vorgesehene Ausnahmegestaltung in Anspruch genommen haben, zeugt von großem Verständnis für die Arbeitsweise des Sortiments bei der überwiegenden Mehrheit des Verlages. Diese Ausführungen wollen dazu beitragen, daß das Verständnis für die schwierige und mühevollen Tätigkeit des Sortiments beim Bedingungsbezug des wissenschaftlichen Buches noch verstärkt wird.

Meine Ausführungen beziehen sich vorwiegend auf das wissenschaftliche Buch. Doch werden sich immer wieder Parallelen auch zum schönggeistigen Buchhandel ergeben, vor allem was den Abschnitt II d und die »nachgehende« Werbung angeht.

II. Wie arbeitet das Sortiment mit dem Bedingut?

a) Der Ansichtsversand der Neuerscheinungen
Das Bedingut wird vom Sortiment zu fünf verschiedenen Aufgaben benutzt. Viele Verleger sehen bei ihrer Erfolgskontrolle nur die beiden ersten, nämlich den Ansichtsversand der Neuerscheinungen und die Bücherausstellungen bei Tagungen. Hier springt der Erfolg am meisten in die Augen.

Den Ansichtsversand von Neuerscheinungen nimmt vorwiegend das wissenschaftliche Spezialsortiment, das Universitätsortiment und das Sortiment mit einer besonderen wissenschaftlichen Abteilung vor. Das allgemeine Sortiment fällt für diese Aufgabe mehr und mehr aus, nicht etwa aus Trägheit, sondern aus der Natur der Sache heraus wegen der unübersehbaren Fülle wissenschaftlicher Einzelsächer und wissenschaftlicher Bücher. Bei den kleinen Auflagen wissenschaftlicher Werke wäre es dem Verlag auch technisch unmöglich, das gesamte Sortiment mit Bedingutsexemplaren zu versorgen.

Der Versand der Neuerscheinungen stellt an das Wissen und das Können des Sortimenters die größten Anforderungen. Er muß einerseits die einzelnen Bücher einordnen, und dazu bieten die Büchertitel und die notgedrungen schlagwortmäßigen An-

gaben auf der Verlagsankündigung nur eine notdürftige Hilfe. Andererseits muß er seine Kunden und ihr Arbeitsgebiet kennen und eine Querverbindung herstellen zwischen seinem Wissen um Bücher und wissenschaftliche Einzelsächer und seiner Bekanntschaft mit den Kunden. Mit anderen Worten: Er arbeitet sich fachlich ein in das Gefüge der von ihm gepflegten Wissenschaften und in die Richtung der von ihm vertretenen Verlage; er fühlt sich persönlich ein in das Wollen seiner einzelnen Kunden. Durch ein Beispiel ausgedrückt: Es ist einfach, ein eindeutig gynäkologisches Buch einem Gynäkologen, ein physiologisch-chemisches Buch einem physiologischen Chemiker vorzulegen. Aber daß Gynäkologen sich für physiologisch-chemische Bücher und physiologische Chemiker sich für gynäkologische Bücher interessieren können, muß man durch die Erfahrung lernen. Viele Bücher berühren zudem gleichzeitig Einzelsächer verschiedener Wissenschaften.

Es ist bedenklich, den viel beschäftigten Gelehrten durch abliegende Ansichtsversandungen zu belästigen. Andererseits wird es vom Kunden besonders dankbar empfunden, wenn der Buchhändler seine Arbeitsrichtung kennt und durch Übersendung auch scheinbar fernliegender Bücher darauf eingeht. Diese Aufgabe ist schlechterdings durch nichts anderes zu erfüllen als durch die Persönlichkeit des kenntnisreichen und wendigen Sortimenters. Hier versagt alle noch so durchdachte Organisation verlegerischer Werbeabteilungen.

Aber auch bei weniger schwierigen Fällen ist der Ansichtsversand wichtiger als der Prospekt. Der Kunde will das Buch sehen, bevor er es kauft, nicht nur Titel, Inhaltsangabe und allgemeine Empfehlungen lesen. Das Buch kann und soll für sich selber sprechen; es ist sein eigener bester Werber. Am Rande sei vermerkt: Einzelne Verleger haben in früheren Jahren versucht, besondere Fachwerke durch schematischen Ansichtsversand mit der Post nach Adressbüchern an den Mann zu bringen. Ein solcher Streuverband mag in einzelnen Fällen Erfolg gehabt haben. Vom Standpunkt des Gesamtbuchhandels ist er zu verurteilen und erscheint dilettantisch. Der Ansichtsversand ist und bleibt das Arbeitsgebiet des Sortimenters.

Die Neuerscheinungen werden vom Sortiment natürlich nicht nur an soviel Kunden zur Ansicht versandt, als bei Erscheinen Exemplare zur Verfügung stehen. Zu einer systematischen Arbeit gehört, daß die zurückkommenden Exemplare an andere Kunden weiter verschickt werden, bis kein Interessent für das einzelne Buch mehr da ist. Gerade durch diesen vielfachen Ansichtsversand wird die Kontrolle über die verkauften einzelnen Exemplare so schwierig. Bedingt bezogene Neuerscheinungen erscheinen selbstverständlich auch sofort im Schaufenster, und es kann in einem lebhaften Sortiment unmöglich über jeden einzelnen Vorgang im Ladenverkehr eine exakte Erfolgsstatistik ge-