

Vollstücker, Waisenmädchenhaus) seiner initiatorischen Mitwirkung ihr Erblühen und Fortbestehen. Herr Hermann Steiner ist auch seit der im Jahre 1863 erfolgten Gründung des Sabelsberger Stenographen-Vereines »Concordia« ununterbrochen Direktionsmitglied und Bibliothekar dieser um die Verbreitung der Stenographie in Preßburg hochverdienten Vereinigung; selbst tüchtiger praktischer Stenograph widmet er manche freie Stunde der Propaganda für diese edle Kunst. — Das Fest der fünfzigsten Jahreswende ihres Bestehens feierte die Firma im allerengsten

Kreise. Der Vorstand des Börsenvereins sandte zu dem wichtigen Geschäftsereignisse eine die Herren Sigmund und Hermann Steiner gleich ehrende Gratulationsadresse. Auch wir wünschen, daß die Firma Sigmund Steiner in Preßburg ferner gedeihen möge, und daß es ihrem jetzigen Chef gegönnt sei, in seinen Söhnen, von denen der älteste bereits dem Buchhandel angehört, derartige Stützen erwachsen zu sehen, daß das Geschäft noch weitere fünfzig Jahre und darüber dem ungarischen Buchhandel und unserem Stande zur Zierde gereichen möge.

Sprechsaal.

Offertenblätter und Zettelpaket.

(Vgl. Börsenblatt Nr. 103.)

II.

Dem »Sortimenter aus der alten Schule«, der in Nr. 103 d. Bl. über Offertenblätter und Zettelpaket schreibt, gebe auch ich vom Sortimenterstandpunkt vollständig recht. Schon seit Jahren wird von mir jede Offerte aus dem Zettelpaket, soweit dies durch geeignete Anordnung der Verleger möglich ist, durch Versenden an das Publikum verwertet. Die Versendung derartiger Prospekte hat mir bisher nicht wenig Bestellungen, sogar manchen neuen Kunden eingebracht, ja ich kann wohl sagen, mehr als alle Verteilung von Offertenblättern, obgleich auch diese von mir in entsprechender Anzahl verbreitet werden, da ich von jeher mit Versand von Prospekten und Katalogen (mit Ausnahme der teuren Weihnachtskataloge) nicht farge.

Aber keiner Art der Offerten kann ich den Erfolg im Verhältnis zur aufgewandten Mühe und Selbstaufgabe beimessen wie gerade den dem Zettelpakete entnommenen Blättern. Woher kommt das? Meine Ansicht ist, daß die betreffenden Kunden, denen ein so gut ausgestatteter Prospekt (wie solche das Zettelpaket ja so viele bringt) unter Couvert zugeht, gerade dieser Offerte Beachtung schenken, weil sie sich nicht alltäglich in Gestalt der übermäßig eingehenden Drucksachen oberflächlich präsentiert, zumal wenn solche Prospekte in anständigem, geschlossenen weißen Couvert ohne Firma, sozusagen incognito, vom Sortimenter übersandt werden.

Ich rate jedem Sortimenter, in der hier angegebenen Art und Weise einen Versuch mit Ausnutzung seines Zettelpaketes zu machen; er wird es künftig unterlassen, in die Klagen derjenigen Kollegen mit einzustimmen, denen das immer umfangreicher werdende Zettelpaket nur Beschwerden verursacht. Den Verlegern aber möchte ich empfehlen, ihre Circulare so einzurichten, daß sie, getrennt durch einen Strich, in zwei Teile geteilt werden, so daß der Sortimenter den oberen Teil für das Publikum verwerten kann, während der untere kleinere Teil Platz genug bieten dürfte, um den Sortimenter durch günstige und allergünstigste Bezugsbedingungen zur Bestellung anzureizen. Auch wäre es zu empfehlen, von so ausgestatteten Circularen einen größeren Ueberschuß zu drucken, da diejenigen Sortimenter, die auch nur einen Monat lang diese Circulare selbst an geeignete Adressen gesandt haben, sicher nachbestellen werden.

Derartige Novitätenzettel bietet jetzt z. B. Ph. Reclam jun. für seine neu erscheinenden Nummern der Universalbibliothek an, und ich bin fest überzeugt, bei geeignetem Versand so manchen Kunden zum Ankauf neuer und älterer Nummern zu bestimmen, der sonst aus Bequemlichkeit die Buchhandlung nicht besucht. Gerade an die Adressen solcher Leute, die sozusagen die Buchhandlung schwänzen, muß man sich mit derartigen Angeboten wenden, um neue Quellen für den Bücherabsatz zu erschließen. Gewöhnlich werden aber gerade diejenigen Kunden gedankenlos von dem Sortimenter und seinem Personal mit Anpreisungen bombardiert, die ohnedies schon zu den ständigen Besuchern des Buchhändler-Ladens zählen. Wenn ein Sortimenter so verfährt, dann darf er allerdings in seinem Kreise wohl kaum auf Erhöhung des Bücherabsatzes rechnen.

Ueber die rationelle Art und Weise des Betriebes im Sortiment ließe sich wohl so manches sagen. Ihre Anwendung würde vielleicht auch die Klagen so vieler Kollegen verstummen lassen, die heutzutage nur deshalb Buchhändler geworden zu sein scheinen, um über den Stand in allen Tonarten zu klagen und zu rasonnieren, ohne im eigenen Geschäft die Hände zur Erhöhung ihrer Einnahmen zu regen.

Lissa i/P.

Friedrich Ebbecke.

Neue Mittel zur Hebung des Bücherabsatzes.

(Vgl. Börsenblatt Nr. 51, 76, 81, 82, 88, 89, 91, 103, 106, auch 78 u. 95 S. 3115.)

Ueber diesen Gegenstand dürfte nun bald genug gesprochen sein, denn es giebt nur Worte und Ansichten, jedoch keine praktischen Vorschläge. 1000 Köpfe — 1000 Ansichten, nur das wahrhaft Praktische schwimmt oben. Wir wollen keinen Vergleich, keine Kritik der bestanden habenden, noch bestehenden und eben ins Leben gerufenen »Mittel« zc. hier versuchen, sondern einfach noch einmal die Ursachen betonen, die uns zu der Herausgabe des »Offertenblatts« gerade in der gegebenen Gestalt veranlassen:

- 1) was das »Börsenblatt« dem Buchhändler ist, das soll das »Offertenblatt« dem Publikum sein, nur mit dem Unterschiede, daß letzteres nicht nur Neuigkeiten ankündigt, sondern auch ältere Erscheinungen, die der Verleger neu beleben will und die dem Sortimenter denselben Gewinn bringen wie neue Bücher.
- 2) beschränken wir uns absichtlich nur auf hübsch arrangierte Anzeigen mit Erläuterungen des Verlegers, weil diese sich besser lesen als ganze Reihen bibliographischer Titelangaben oder langatmiger Kritiken. Schlagworte sollen in die Augen fallen und den Leser anziehen.
- 3) sind wir überzeugt, daß nur die Beteiligung der Sortimenter und Verleger zu gleichen Teilen ein derartiges »Offertenblatt« lebensfähig erhalten kann; kostspielige Litteraturblätter aber nur unter großen Opfern der Unternehmer zu halten sind.

Von diesem Standpunkte ausgehend, unternahmen wir den Versuch des »Offertenblatts« und wurden nicht nur durch überaus zahlreiche Zustimmungen, sondern auch durch rege Beteiligung der Herren Verleger und Sortimenter aufgemuntert.

Hält sich dies Interesse für die Zukunft rege, dann hat der Sortimentshandel sein »Mittel« zc.; erschläßt es mit der Zeit, dann ist unser Blatt überflüssig, und wir können uns Arbeit und Mühen ersparen.

Ist es zutreffend, daß auch Bücher zc. eine »Ware« sind, dann bedürfen sie, wie diese, fortwährender Ankündigungen; unser Blatt ist dazu das billigste »Mittel« und kann auch als Makulaturrest noch eine Wirkung herbeiführen, wie Erfahrung lehrt.

Das ist unsere praktische Ansicht über »Mittel« zc., wer den Erfolg hat, behält Recht.

Berlin.

R. v. Decker's Verlag
G. Schend.

Anzeigebblatt.

Gerichtliche Bekanntmachungen.

[21713] Konkursverfahren.

Ueber das Vermögen des Buchhändlers **R. von Gajdorowski** in Schrimm ist am 8. Mai 1897, nachmittags 12 $\frac{1}{2}$ Uhr, der Konkurs eröffnet. Verwalter: Gerichtsassistent a. D. **Bochinski** in Schrimm. Anmeldefrist bis 12. Juni 1897. Erste Gläubiger-Versammlung am 4. Juni 1897, mittags 12 Uhr. Allgemeiner Prüfungstermin am

25. Juni 1897, vormittags 11 Uhr. Offener Arrest mit Anzeigefrist bis 10. Juni 1897.

Schrimm, den 8. Mai 1897.

Königliches Amtsgericht.

Konkursverfahren.

Ueber das Vermögen des zur Zeit abwesenden Buchhändlers **L. Dohm** in Cutin wird heute am 5. Mai 1897, vormittags 9 $\frac{1}{2}$ Uhr, das Konkursverfahren eröffnet. Ver-

walter: Rechtsanwalt **Barelmann** in Cutin. Anmeldefrist bis zum 15. Juni 1897 einschließlich. Erste Gläubiger-Versammlung am 26. Mai 1897, vormittags 11 $\frac{1}{2}$ Uhr. Allgemeiner Prüfungstermin am 7. Juli 1897, vormittags 11 Uhr. Offener Arrest mit Anzeigefrist bis zum 1. Juni 1897.

Cutin, den 5. Mai 1897.

Großherzogliches Amtsgericht. Abtheilung II.

J. B.: (gez.) Demken.

Veröffentlicht: **Pardey**, Gerichtsschreiber.