

zur Einführung einer Antwort-Marke angenommen. Die Beschlussfassung erfolgte unter dem Vorbehalt, daß es dem freien Ermessen eines jeden Landes anheimgestellt sei, die Neuerung einzuführen oder nicht. Nun wird vom 1. Oktober ab diese internationale Antwort-Marke, die vielmehr einen Gutschein vorstellt, an allen deutschen Postämtern zum Preise von 27 Pfennig zu beziehen sein. Die Marke besteht aus einem dünnen Papierstreifen, der neben einer sinnbildlichen Vignette die Aufschrift »25 Ct. Union postale universelle« trägt und die folgende in verschiedenen Sprachen gehaltene Gebrauchsanweisung: »Dieser Schein kann in den an der Übereinkunft beteiligten Ländern gegen eine Postmarke im Werte von 25 s oder den dieser Summe entsprechenden Wert umgetauscht werden.« Dadurch wird dem Versender eines Briefes die Möglichkeit geboten, seinem in fremdem Lande wohnenden Korrespondenten die Tage für eine Rückantwort wie auch kleine sonstige Beträge zu vergüten. Bis jetzt werden nachstehend erwähnte Verwaltungen der Neuerung vom 1. Oktober n. J. in ihren Ländern Gültigkeit verschaffen: Deutschland mit Schutzgebieten, die Vereinigten Staaten von Amerika, Österreich-Ungarn mit Bosnien-Herzegowina, Belgien, Bulgarien, Chile, Costa-Rica, Kreta, Dänemark mit dänischen Antillen, Ägypten, Spanien, Frankreich und französische Kolonien, Großbritannien mit Einschluß der Kolonien und Kronländer, Griechenland, die Schweiz, Haiti, Italien, Japan und Korea, Luxemburg, Mexiko, Norwegen, Niederlande, Niederländisch-Indien, Rumänien, Siam und Schweden. Das Bureau des Weltpost-Vereins in Bern, das mit der Bestellung des Antwort-Gutscheins betraut wurde, ist im Begriff, den beteiligten Postverwaltungen vorläufig vier Millionen Stück der fraglichen Marke abzuliefern.

Der Weltpost-Verein setzt, um Spekulationen vorzubeugen, den Mindest-Verkaufspreis der Antwort-Marke auf 28 Ct. fest; es ist aber gestattet, den Preis beliebig zu erhöhen. In Frankreich z. B. wird die Marke 30 Ct. kosten.

Der Trick des Bilderhändlers. — Auf eine sehr schlaue ausgedachte Methode soll nach Berichten in Tageszeitungen ein Pariser Bilderhändler jüngst für ein Bild Reklame gemacht haben. Er hatte in Bordeaux bei einer angesehenen Familie ein sehr schönes Bild eines bekannten Malers entdeckt, dessen Authentizität außer Frage stand, und dafür 10 000 Frs. gezahlt. Sehr erstaunt waren aber die Verkäufer des Bildes, als sie nach einiger Zeit die gerichtliche Zustellung einer Klage erhielten. Der Kunsthändler hatte sie beschuldigt, ihm ein falsches Bild verkauft zu haben. Bei der Gerichtsverhandlung stellte es sich heraus, daß das Bild echt sei, und der Händler verlor seinen Prozeß. Aber das hatte er gerade gewollt, denn durch die Gerichtsverhandlung war das Bild bekannt geworden, hatte die Aufmerksamkeit der Kenner auf sich gezogen und konnte nun sofort für 30 000 Frs. verkauft werden.

Deutschtum in Australien. — Über das Deutschtum in Australien macht Johannes Zemmrich in dem soeben ausgegebenen Heft der »Deutschen Monatschrift« einige interessante Angaben. Von den über 100 000 Deutschen, die in Australien leben, befinden sich über ein Drittel in Queensland. Die Stärke des Deutschtums liegt hier ebenso wie in Süd-Australien im Bauernstande; der Kaufmannsstand tritt mehr zurück, wenn es auch immerhin 150 Großhandlungen gibt. Politisch tritt das Deutschtum in Australien völlig zurück, und die Gefahr des Aufgehens im Angelsächsentum ist nicht unbeträchtlich. Die evangelisch-lutherische Synode, die Queensland nicht mit umfaßt, unterhält 51 Schulen mit 49 Lehrern und hat 128 Gemeinden mit 12 000 Mitgliedern und 35 Geistlichen. Sie hat im vorigen Jahre sogar eine Hochschule begründet, die gegen 100 Schüler zählt und vorwiegend zur Ausbildung deutscher Geistlicher und Lehrer dienen soll.

Die japanische Weltausstellung 1912. — Die japanische Regierung hat, wie die »Nat.-Ztg.« meldet, beschlossen, die geplante Weltausstellung in Tokio im Jahre 1912 in dem gesündesten und höchstgelegenen, Atsaka genannten Teil der Landeshauptstadt zu errichten. Die Regierung wird das erforderliche Terrain ankaufen. Der Platz ist bemerkenswert, weil sich dort der frühere Kaiserpalast, der jetzt vom Kronprinzen bewohnt wird, befindet und er auch die Stätte des alljährlichen im

November abgehaltenen großen Chrysanthemum-Festes ist. Das Paradesfeld, auf dem der Mikado an seinem Geburtstag eine große Truppenparade abzuhalten pflegt, ist ebenfalls dort gelegen. Die Lage der Weltausstellung ist also eine sehr günstige. Im Juli oder August nächsten Jahres werden sich Abgesandte der Ausstellungskommission nach 37 oder 38 Provinzen begeben, um über die Beschickung der Ausstellung mit den dortigen Interessenten Rücksprache zu nehmen.

* Neue Bücher, Kataloge etc. für Buchhändler.

Planegg. Ein Dank aus dem Walde von Wilhelm Langewiesche. Mit Buchschmuck von Rudolf Schiefl. 6.—8. Tausend. 8°. 85 S. München 1907, C. F. Beck'sche Verlagsbuchhandlung Oskar Beck. Gebunden A 1.80.

... und wollen des Sommers warten ... Verse von Wilhelm Langewiesche. 4.—6. Tausend. 8°. 95 S. München 1907, ebenda. Gebunden A 1.80.

Achttausend Bände Lyrik (5000 von Planegg, 3000 von ... und wollen des Sommers warten ...) in etwa dreieinhalb Jahren abgesetzt! Das sollte man in unsrer profaischen Zeit kaum für möglich halten. Allerdings ist es echte Lyrik, sind es echte Reime und nicht jene von Gedankenstrichen und Punkten wimmelnden Verse, die sich lesen wie verhunzte Prosa. Mit ganz besondrer Freude stellen wir diesen Erfolg der obigen Gedichtsammlungen fest, und dies um so lieber, da der Verfasser der Verse ein Kollege: Herr Wilhelm Langewiesche in Firma W. Langewiesche-Brandt in Düsseldorf-Grafenberg ist. Nicht nur gute Verse und Reime sind in den Bänden enthalten, sondern auch echte deutsche, von christlichem Vertrauen getragene Gesinnung. Daß aber solch echtes Gefühl in unsrer Zeit so günstige Aufnahme findet, das ist ein Grund zu aufrichtiger Genugtuung, mit der das Erscheinen dieser neuen Auflagen hier verzeichnet wird. Die Ausstattung der Bändchen ist sauber und ansprechend; sie werden sich gut verkaufen bei Nachfrage nach guter Lyrik. Wenn sich aber ein Kollege einmal über den Staub des Alltagslebens erheben will, der widme diesen Bändchen eine Stunde weihvoller Lektüre. Red.

Werke aus verschiedenen Wissensgebieten. — Der Kieler Bücherfreund Nr. 12 von Lipsius & Tischer in Kiel. 8°. 16 S. 492 Nrn.

Buch- und Kunstdruck. Wegweiser für Drucksachen-Hersteller und -Verbraucher. Begründet als Deutsche Buchhandelsblätter. Redaktion: Walter Heichen, Dresden-Zschachwitz. Verlag: Ohlenroth'sche Buchdruckerei, Erfurt. 7. Jahrgang. 1907. Heft 11. 4°. S. 309—336. Mit zahlreichen Abbildungen und Druckproben. 3 Beilagen.

Inhalt: Wirksame Reklame-Kataloge. IV. — Aus der Geschäftswelt. — Moderne Buch-Illustratoren. III: Paul Thumann. Von Paul Westheim-Berlin. — Deutsche Alpenzeitung. — Die Schrift und ihre Entwicklung zur modernen Stenographie. Von Willberg. — Über Schreibmaschinen. IV. — »Minimax«-Reklame-Drucksachen. — Neues vom graphischen Tage. — Unser Beilagenmaterial. — Graphischer Universal-Anzeiger.

Sprechsaal.

(Ohne Verantwortung der Redaktion; jedoch unterliegen alle Einsendungen den Bestimmungen über die Verwaltung des Börsenblatts.)

Unverlangte Sendungen »auf Verlangen vom??«

(Vergl. Börsenblatt Nr. 196.)

Obwohl wir bei unsern Verlangzetteln fast stets unter dem Vordruck »Ort und Datum« den Vermerk hinzufügen »nicht vergessen!« oder ähnliches, so sind doch immer Bestellzettel ohne Datum dabei. So fehlt z. B. bei einem eben einkaufenden Stoß von 125 Zetteln, also nach Erscheinen der Klage des Herrn Vinzenz Fink im Börsenblatt, bei nicht weniger als 20 Zetteln das Datum wieder, trotzdem der Zettel deutlich den Vermerk »nicht vergessen!«, mit Ausrufungszeichen versehen, trägt. Was macht man mit diesen Zetteln? Wo soll der Leipziger Kommissionsärzt also herwissen, ob der Vermerk »auf Verlangen vom??« statt des Datums berechtigt ist oder nicht? Und welche Mittel wendet man an, um dieses mangelhafte Ausschreiben der Verlangzetteln in Zukunft abzustellen?

Breslau, 4. September 1907.

M. & S. Marcus, Verlagsbuchhandlung.