

Feier seines fünfundsiebenzigjährigen Jubiläums am 1. Oktober 1907 zeigte ihn in ungeschwächter Arbeitsfreudigkeit. Seit dem Tode von Hanns Sebald traten die jetzigen Inhaber der Firma, Frau Elise Sebald, Herr Dr. jur. Gustav Ulrich Sebald und Herr Karl Sebald jr., an die Spitze des umfangreichen, altherwürdigen Geschäfts. Ihnen seien zu dem seltenen Fest die herzlichsten Glückwünsche ausgesprochen.

**Postzeitungs-Verlag.** — Die neueste Verfügung des Reichspostamts ist geeignet, den Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften durch die Post in eine neue Bahn zu leiten. Bisher war nur dem Publikum gestattet, die Einziehung von Zeitungsgeldern bei der Postanstalt schriftlich zu beantragen durch kostenloses Einlegen eines Bestellzettels oder einer Karte in den Briefkasten, demzufolge der Briefträger umgehend die Bestellung auf die Zeitung gegen Entrichtung des Zeitungsbezugsbetrags einschließlich etwaiger Bestell- und Nachlieferungsgebühr entgegennahm. In richtiger Erkenntnis, daß diese Bestimmung im Publikum wenig bekannt ist, hat das Reichspostamt von jetzt ab gestattet, daß künftig auch die Verleger auf diese Art Zeitungsgelder durch das Postbestellpersonal einziehen lassen dürfen.

Die Unkenntnis dieser Postbestimmung seitens des Publikums hat manchem Verleger schon einige Abonnenten gekostet, denn aus der Praxis ist genügend bekannt, daß Verleger zum Verlagspostamt kamen mit Postkarten, deren Text Postabonnements auf Zeitungen oder Zeitschriften bildeten. Unter Kreuzband die Zeitungen zu senden und den Bezugspreis mittels Postnachnahme zu erheben, wurde zu teuer, weil meist die Besteller den Bezugspreis der Zeitung mitangaben. Deshalb konnte die Auskunft nur lauten: »Schreiben Sie dem Bezieger eine Postkarte, daß er bei seinem Postamt oder seinem Briefträger die Bestellung aufgeben soll, oder überweisen Sie das Exemplar an den gewonnenen Bezieger und schreiben Sie ihm, daß er den Bezugspreisbetrag Ihnen übersenden soll.« Interessenthaler sind manche solche Fälle postseitig im Auge behalten worden, meist aber mit negativem Erfolge; von der in Frage kommenden Postanstalt, in deren Bestellbezirk der künftige Bezieger wohnte, ging keine Bestellung auf diese Zeitung bei der Verlagspostanstalt ein. Ein Zeichen, daß der nervöse Bezieger lieber auf die Zeitung verzichtete, als die kleine Mühe auf sich zu nehmen.

Die großen Vorteile dieser recht zeitgemäßen Verfügung des Reichspostamts werden von den Verlegern erst in der Praxis empfunden werden. Heute kann nur Aufgabe sein, das wichtigste herauszunehmen. Praktisch wird sein: der Verleger fertigt sich Formulare an, vielleicht des Inhalts: »Ort, Datum . . . Anlagen. Der unterzeichnete Verleger übersendet anbei . . . Bestellung . . . von de . . . in de . . . Anlage . . . bezeichnete . . . künftige . . . Bezieger . . . auf die in seinem Verlage erscheinende Zeitung — Zeitschrift —, welche in die Postzeitungspreislifte eingetragen ist. Es wird gebeten, den Bezugsbetrag von de . . . Bezieger . . . durch das dortige Bestellpersonal erheben zu lassen. Hochachtungsvoll Der Verlag der x Zeitung. zc.« Diese Karte und die von dem Bezieger oder mehreren bei ihm eingegangenen Bestellungen aus einem Postorte legt der Verlag in einen Briefumschlag und adressiert den Brief an das Kaiserliche Postamt des Ortes im Deutschen Reiche, in dem der oder die künftigen Abonnenten wohnen.

Das Weitere nehmen dann diese Postanstalten wahr. Der Briefträger geht zu dem Besteller, läßt sich gegen Quittung den Bezugsbetrag zahlen, klärt ihn auch auf Befragen über den Postzeitungsbezug auf, und die Postanstalt bestellt beim Verlagspostamt der Zeitung oder Zeitschrift dieses Exemplar. Ein großer Vorteil für den Verleger, wohl der größte, liegt darin, daß nun der Abonnent in das Zeitungsbuch der Postanstalt eingetragen ist. Bis zum 15. des letzten Monats der laufenden Bezugszeit der Zeitung oder Zeitschrift bekommt der Briefträger des Reviers, in dem der Bezieger wohnt oder seine Zeitung erhält, von seinem Postamt einen ausgefertigten Bestellzettel mit Quittung versehen auf die neue Bezugszeit ausgehändigt. Der Briefträger begibt sich alsdann zum Bezieger, dem er bisher die Zeitung gebracht hat, und fragt ihn, ob er die Zeitung weiter lesen will. Bejahenden Falls läßt er sich den im mitgebrachten Bestellzettel angegebenen Betrag zahlen und quittiert auf dem abzutrennenden Abschnitt. Wird der Bezieger nicht angetroffen oder kann der Briefträger

den Betrag bei der ersten Befragung oder Vorzeigung des Bestellzettels nicht bekommen, so wird die Vorzeigung wiederholt, es sei denn, daß bei der ersten Vorzeigung die Erneuerung der Zeitungsbestellung endgültig abgelehnt worden ist. Wird die Zeitung oder Zeitschrift während der Bezugszeit derselben auf diese Weise bestellt, so befragt auch der Briefträger den Bezieger, ob er die in derselben Bezugszeit bereits erschienenen Zeitungsnummern nachgeliefert haben will und erhebt bejahendenfalls dafür eine Gebühr von 10 J.

Bequemer kann dem Bezieger das Neuabonnement postseitig gar nicht gemacht werden, er braucht keinen Schritt darnach zu laufen und hat keine Unkosten, und der Verleger hat den Nutzen, daß gewissermaßen durch Befragen oder Vorzeigung des Bestellzettels für seine Zeitung animiert wird; natürlich hat sich der Briefträger dabei nur rein dienstlich zu verhalten, was irgend welche Empfehlung oder Aufforderung von vornherein ausschließt.

Wohl zu merken ist, daß Abonnenten einer Zeitung oder Zeitschrift, für die vom Verleger ein Exemplar für die laufende Bezugszeit als Exemplar für einen gewonnenen Bezieger durch die Post überwiesen worden ist, wegen der Neubestellung für die kommende Bezugszeit postseitig nicht befragt werden. Dies geschieht nur an direkte Postabonnenten, zu denen nunmehr auch solche Bezieger gehören, die, statt gleich bei der Post zu bestellen, beim Verlag zum Postbezug bestellt haben. Daß der Verleger in solchem Falle den Namen des Bezigers erfährt, soll ja eigentlich nach dem Postgesetz nicht sein; der Verleger wird sich aber auch kaum den künftigen Bezieger notieren. Ein Mißbrauch dieser neuen Einrichtung wird, soweit jetzt zu übersehen ist, kaum möglich sein, denn sollte tatsächlich ein Verleger Bestellungen fingieren, so würde dieser Betrug schon im ersten Falle an den Tag kommen, weil der angebliche künftige Bezieger sofort erklären würde, daß er die Zeitung nicht beim Verlag bestellt hat, diese Karte zc. auch nicht von ihm herrührt. Jedenfalls ist aber die Reichspostverwaltung mit dieser neuesten Einrichtung der Ausbreitung der deutschen Zeitungen und Zeitschriften in besonderem Grade förderlich gewesen. Ober-Postassistent Sanger.

**Kapitalerhöhung.** — Die Firma Süddeutsche Monatshefte G. m. b. H. in München hat nach Beschluß der Generalversammlung vom 10. April 1908 das Stammkapital weiterhin um 15000 M auf 112500 M erhöht. (Dtschr. Reichsanzeiger.)

**Handelsregister-Eintragung.** — In das Handelsregister B des Königl. Amtsgerichts Berlin-Mitte, Abteilung 122, wurde am 23. April 1908 unter Nr. 5245 eingetragen die Firma:

Musikverlag Sang und Klang Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Sitz Berlin.

Gegenstand des Unternehmens ist: Verlag von Musikalien, insbesondere des Musikalbums »Sang und Klang im neunzehnten und zwanzigsten Jahrhundert«. Das Stammkapital beträgt 20000 M. Zu Geschäftsführern sind bestellt:

Julius Genius, Verlagsbuchhändler, Berlin, und Dr. jur. Max Genius, Verlagsbuchhändler, Berlin.

Die Gesellschaft ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Der Gesellschaftsvertrag ist am 14. April 1908 festgestellt. Sind mehrere Geschäftsführer bestellt, so wird die Gesellschaft durch jeden Geschäftsführer selbständig vertreten. Außerdem wird hierbei bekannt gemacht: Bekanntmachungen der Gesellschaft erfolgen im Deutschen Reichsanzeiger.

**\* Chemigraphie.** — Im vergangenen Jahre haben die vereinigten Chemigraphischen Kunstanstalten Mejo & Springer in Leipzig-R. und Mejo & Markert in Dresden-N. ein Plakat »Rasterproben« zum Versand gebracht (vergl. Börsenblatt 1907, Nr. 209) das bei allen Firmen, die Autotypien nötig haben, als belehrender Kontor-Wandschmuck gern aufgenommen wurde. Zu noch besserer Erläuterung dieses Hilfsmittels ist soeben von genannten Firmen ein Heftchen auf den Markt gebracht, das lehrt, in welcher Weise und wann ein feiner oder gröberes Auto angewendet werden muß. Dieses geschmackvoll ausgestattete Heftchen, »Anwendungsblätter zu unseren Rasterproben« betitelt,