

würde es liegen, daß der Verleger bereits während des Druckes die Aushängebogen eines neuen Buches an die Geschäftsstelle der Buchanzeigen einschickte, die diese Bogen nach ihren Listen an die in Betracht kommende Sortimentfirma weitergeben würde.

Aufgabe des Sortimenters würde es insbesondere sein, seinem Gewährsmann die so rechtzeitige Fertigstellung seines Urteils zur Pflicht zu machen, daß die Buchanzeige schon kurze Zeit vor Erscheinen des Buches vorliegen kann. Entspricht das Urteil des Gewährsmannes dem, was der Verleger in seiner Voranzeige gesagt hat, so wird der Sortimenter nach beiden den Text der Buchanzeige, die im Druck den Umfang einer Postkartenseite nicht überschreiten darf, leicht festsetzen können. Im anderen Falle wird der Sortimenter der Geschäftsstelle und diese dem Verleger entsprechende Mitteilung zugehen lassen.

Bücher, deren Bezugsbedingungen einen angemessenen Nutzen dem Sortimenter nicht bieten, müssen von der Aufnahme in die Buchanzeigen ausgeschlossen bleiben.

Um den Plan der Buchanzeigen lebensfähig zu machen, wird es Pflicht jeden Buchhändlers sein, der als Sortimenter gelten will, zunächst je ein Stück aller Buchanzeigen für sein Katalogmaterial zu beziehen, um sie geordnet aufzubewahren und als Auskunftsmittel seinen Kunden gegenüber benutzen zu können. Sie müßten ihm, ohne daß er jede Buchanzeige einzeln zu verlangen braucht, im Abonnement gegen eine geringe Gebühr zugehen. Es dürfte genügen, den Preis im Abonnement auf einen Pfennig, also für 100 verschiedene Buchanzeigen auf 1 M festzusetzen. So würde sich, wenn 1000 Sortimenter auf je 1 Exemplar für ihre Geschäftsbibliothek abonnieren, für eine Nummer eine Einnahme von 10 M für die Zentralstelle, die Geschäftsstelle der Buchanzeigen, ergeben, ein Betrag, der die Druck- und Papierkosten decken dürfte.\*)

Dazu kommen die Einnahmen aus den Exemplaren, die der Sortimenter zur Verbreitung in seinem Kundenkreise beziehen wird. Ihre Zahl wird je nach dem Inhalte des angekündigten Buches und je nach dem Wirkungskreise der einzelnen Sortimenter sehr verschieden sein. Rechnet man bei Einzelbezug von Buchanzeigen für jedes Stück derselben Nummer einen Pfennig, für 10 und mehr je  $\frac{3}{4}$  Pfennig, für 30 und mehr je  $\frac{1}{2}$  Pfennig, so werden auch die Spesen der nicht geringen Kleinarbeit, die die Zentralstelle bei der Herstellung und Versendung der Buchanzeigen zu leisten haben wird, ohne nennenswerte Opfer der Sortimenter gedeckt werden.

Die Zentralstelle muß ihren Sitz in Leipzig haben, damit die Buchanzeigen sofort nach Erscheinen den Kommissionären zur Weiterbeförderung mit dem nächsten Postpaket oder dem nächsten Eilballen an ihre Kommittenten zugestellt werden können. Wo erwünscht, müßten die Buchanzeigen gegen Erstattung der Spesen von der Zentralstelle auch direkt per Post an die Sortimenter geschickt werden.

Erblicken die Sortimenter in den Buchanzeigen dasjenige Mittel,

das ihnen Gebiete zurückerobert, die ihnen in letzter Zeit mehr und mehr verloren gegangen sind,

das ihnen zugleich, mindestens teilweise, Ansehens-

\*) Da die Zahl derjenigen Sortimenter, die Nova von den Verlegern in Kommission zu beziehen pflegen, obschon sie mehr und mehr zurückgegangen ist, nach den Verlegervereinslisten noch immer über 1000 beträgt, so dürfte die Zahl der Sortimenter, die ein von Fracht- und Emballagenspesen fast ganz freies Vertriebsmittel gern beziehen werden, mindestens gleich hoch zu schätzen sein.

sendungen und die damit verbundenen nicht geringen Spesen erspart,

das ihnen ermöglicht, die Aufmerksamkeit aller Interessenten in ihrem Kundenkreise zugleich auf ein neues Buch zu lenken,

so werden sie auch gern die minimalen pekuniären Opfer bringen, die die Schaffung der Buchanzeigen von den einzelnen bedingt. Aber alle müssen sich bewußt sein, daß nur

**Einigkeit stark macht,**

und wenn jeder, soweit es sein Geschäft und seine Kräfte gestatten, an der Herstellung, Verbreitung und Nutzbarmachung der Buchanzeigen mithilft, so werden sich die Sortimenter mit Pfennigbeträgen ein Vertriebsmittel schaffen, in das der Verlagsbuchhandel seine neu erscheinenden Bücher um so lieber aufnehmen lassen und daß er zu diesem Zwecke um so bereitwilliger auskömmlich rabattieren wird, je mehr er sieht, daß es die Sortimenter gern und mit Sorgfalt verbreiten.

In dieser Weise, glaube ich, ist recht wohl ein Zusammengehen der Sortimenter möglich, ohne daß darin eine Spitze gegen den Verlag liegt. Wir wollen nicht gegen die Verleger arbeiten, sondern für diejenigen Verleger, die Rücksicht auf unsere berechtigten Interessen nehmen, eine besondere Vertriebstätigkeit entfalten, wie sie den jetzigen Verkehrsverhältnissen angemessen erscheint.

Aber es ist notwendig, daß alle Sortimenter einmütig zusammenhalten und zur Verwirklichung des Planes jeder sofort tut, was in seinen Kräften steht. Wer zögernd erst abwarten will, hemmt die Ausführung des Planes, der der Allgemeinheit des Buchhandels, insbesondere aber dem Sortimentsbuchhandel zu dienen und zu nützen bestimmt ist.

Ich füge diesen Ausführungen zwei Beispiele von Buchanzeigen bei, wie sie ausgegeben werden sollten, in Postkartenformat auf festes weißes Papier gedruckt.

**Beispiele von Buchanzeigen:**

1.

Anders, Fritz, Der Parnassus von Neujedel. Roman. Leipzig. 1909. Preis M 2.50, gebunden M 3.—.

Fesselnd, voll heiteren Humors wird hier die Gründung eines Theaters in einer kleinen Stadt erzählt. Fritz Anders, der Meister der feinen Satire, gibt in diesem neuen Roman eine glänzende Schilderung der Schäden des modernen Gesellschaftslebens. Das Buch wird wie die anderen Arbeiten des Verfassers — es seien nur genannt: »Skizzen aus unserem heutigen Volksleben«, 3 Bände geb. (je M 4.—), »Doktor Duttmüller und sein Freund«, geb. M 7.—, »Das Duett in Asdur«, geb. M 5.— — in weiten Kreisen Beifall finden.

2.

Gentile's, J. G., Lehrbuch der Farbenfabrikation. Anweisung zur Darstellung, Untersuchung und Verwendung der im Handel vorkommenden Malerfarben. Dritte Auflage, herausgegeben von A. Buntrod.

Zweiter Band: Die Mineralfarben, mit 58 in den Text eingedruckten Abbildungen. Braunschweig 1909. M 17.—.

Gegenüber der zweiten Auflage ist in der jetzigen besonders die Darstellung der Ultramarinfabrikation gemäß den heutigen Kenntnissen umgestaltet; aber auch für die übrigen Farben sind alle neuen Methoden der Herstellung wie der Untersuchung genau beschrieben.

Dritter Band: Die Lackfarben. Ebd. M 6.—.

Trotz der Güte der aus natürlichen Farbmateriale hergestellten Lackfarben sind in letzter Zeit solche aus künstlichen Teerfarbstoffen stark in Aufnahme gekommen, und es wird daher über sie alles Wissenswerte in der neuen Auflage mitgeteilt.