

zu schaffen, vorhanden ist, daß es aber äußerst schwierig ist, die Konkurrenzzeitschriften unter »einen Hut« zu bekommen und sie zur Einhaltung des Insertionsstarifs zu verpflichten. Kollege Otto Fernbach (Verleger des »Holzmarktes«) schlägt vor, daß der Verband dahin streben müsse, die vielen Konkurrenzgruppen in eine Interessengemeinschaft zusammenzubringen. Da innerhalb der einzelnen Interessentengruppen ziemlich gleiche Bestrebungen vorhanden sind, hält er es nicht für ausgeschlossen folgende Vereinbarungen zwischen den Konkurrenten herbeizuführen:

1. Bekanntgabe der eigenen Inseratenpreise (Zeilenpreis, Rabattsätze).
2. Verpflichtung, an diesen ohne Zwang selbst festgesetzten Inseratenpreisen unter allen Umständen festzuhalten.
3. Verpflichtung, jegliche Extravergrütung wie Gratisgewährung von halben und ganzen Seiten, Extrabatt usw., abzulehnen.
4. Verpflichtung, für Annoncen-Vermittlung unter keinen Umständen einen höheren Rabatt oder Provision als . . . . (jeder mag die Höhe selbst bestimmen nach seinen Bedürfnissen) (?) zu gewähren.
5. Verpflichtung, etwa heute noch geringere Preise zahlende Kunden innerhalb einer Frist von ein, zwei oder drei Jahren zur Zahlung des ordnungsgemäßen Preises anzuhalten.

Interessant ist die Stellungnahme des Hofbuchhändlers Frih Gersbach (i./Fa. Kameradschaft) zu dieser Frage. Er selbst erklärt sich für einen Freund des festen Insertionsstarifs, hält es aber für ausgeschlossen, daß allein durch die Festlegung der Insertionsstarife das Fachzeitschriftenwesen gesunden und sich aufwärts bewegen könne. Er schlägt vielmehr vor, von Grund auf zu reformieren, da im Zeitungswesen eine Verworrenheit der Verhältnisse herrsche, wie man sie sonst so leicht in einem andern Gewerbe nicht beobachten könne. Mit Recht sei die Handelswelt dem Insertionswesen gegenüber mißtrauisch: die eine Zeitung rechne nach Petitzellen, die andere nach Millimetern, wieder eine andere nach Kolonen; jene habe einen Insertionspreis von einer Mark und gewähre bei einem Jahresauftrag 70 Prozent Rabatt, während die Konkurrentin den Zeilenpreis auf 30 s festgelegt habe und bei Jahresauftrag nur 10 Prozent Rabatt gewähre. Gersbach fordert, daß hier der Verband der Fachpresse Deutschlands Richtlinien schaffe, wie jeder einzelne Zeitschriftenverleger den Insertionspreis bestimmen und wie er am praktischsten unter Berücksichtigung der Wünsche und der Bedürfnisse der Inserenten den Rabatttarif aufstellen soll. Er verlangt ferner, daß alle Zeitschriftenverleger, die dem Verbands der Fachpresse Deutschlands angehören, den Annoncen-Expeditionen für die Vermittlung von Inseraten eine gleiche Provision gewähren, indem er sich auf die Äußerung des Dr. Mataja in seinem Werk »Die Reklame« stützt, daß es »zur Verworrenheit der Verhältnisse beigetragen hat, daß die Annoncen-Expeditionen gar nicht von ihrem unmittelbaren Auftraggeber, sondern von demjenigen entlohnt werden, an den sie sich zur Vollführung ihrer Bestellung wenden. Hieraus ergibt sich nur zu leicht, daß die Annoncen-Expeditionen für die Bevorzugung solcher Zeitschriften wirken, welche ihnen die höchsten Rabatte, also die größten Verdienstgelegenheiten bieten. Ein solcher Gegensatz zu den eigenen und ihres Auftraggebers Interessen kann um so leichter eintreten, als gerade die schwächeren, weniger gesuchten Zeitungen am ehesten sich zu außergewöhnlichen Zugeständnissen verstehen«. Es gäbe, hatte Herr Gersbach ausgeführt, keinen Verleger, der an die Unparteilichkeit der Annoncen-Expeditionen glaube, die selbst Pachtblätter besitzen. Dem gegenüber weist Herr Dr. Martin Cohn i./Fa. Rudolf Mosse darauf hin, daß »er sich keinen verantwortlichen geschäftskundigen Leiter einer Annoncen-Expedition denken könne, der in ungerechter Weise und in einem dem Bedürfnis der Inserenten nicht entsprechenden Maße seine Pachtblätter bevorzugen würde. Er würde bald wohl den größten Teil seiner Inseraten-Kundschaft verlieren, wenn er die Auswahl unter den zu benutzenden Zeitungen anders vornehmen würde, als es den Interessen seines Auftraggebers entspricht«. Gersbach hält jedoch seine Behauptung aufrecht und stützt sich wieder auf die Ausführungen von Mataja, daß der Inserent im Verkehr mit den Anzeigen-Expeditionen mit Unsicherheit kämpfe, weil er selten wisse, was die Annoncen-

Expeditionen von dem ihm berechneten Preise für sich heraus schlagen. »Er muß die Augen offen halten, damit er nicht durch Blendrabatte bei einigen guten Zeitungen über die höheren Preise bei minderbekannteren in der Liste aufgenommenen getäuscht wird. Ferner kann die Unparteilichkeit einer Annoncen-Expedition in all dem auf dem Anzeigenmarkt herrschenden Dunkel oder günstigenfalls Halbdunkel weitere Sprünge erfahren durch die Verbindung eines Pachtverhältnisses zwischen Annoncen-Expeditionen und einzelnen Zeitungsunternehmungen hinsichtlich des Inseratenteils. Deshalb empfehlen auch viele Reklame-Fachleute, derartige Annoncen-Expeditionen zu umgehen.«

Die Verleger von Tageszeitungen hatten sich bei Festlegung der Tarife jeder Annoncen-Expedition gegenüber verpflichtet, diese zu halten und auch der Verband der Fachpresse Deutschlands hat auf Veranlassung des Herrn Dr. Martin Cohn seinen Mitgliedern dahingehende Vorschläge gemacht. Gersbach bekämpft diese Form, um die Macht der Annoncen-Expeditionen nicht zu stärken. Er will, daß sich die Verleger dem Verbands der Fachpresse gegenüber verpflichten. Dieses Verfahren sei auch einfacher, da es nur eines einzigen Vertrages bedürfe. Er weist auf Frankreich hin: »Hier haben es die Annoncen-Expeditionen u. a. dahin gebracht, daß der Kunde, der einmal einen Annoncenauftrag auf dem Wege einer Expedition erteilt hat, an diese geradezu gebunden ist. Man verweigert einem neuen Vermittler gegenüber Rabatte oder die Annahme des Anzeigenauftrages überhaupt oder führt ihn nur aus gegen Bezahlung des Rabatts an den erst verabschiedeten Vermittler.« Durch Festlegung der Rabatte können die großen Annoncen-Expeditionen infolge ihrer Organisation anders arbeiten, sie können ihre kleine Konkurrenz ganz anders bekämpfen und mit der Zeit für ihre Pachtblätter besondere Bedingungen vorschreiben. Gersbach glaubt, daß eine Annoncen-Expedition einmal sagen könnte: »Ihr könnt in meinen Zeitschriften oder Tageszeitungen nur inserieren, wenn ihr durch meine Vermittlung euren Anzeigenauftrag auch den anderen Zeitschriften erteilt.«

Im Interesse des Ansehens der deutschen Fachpresse wäre der Rabattfrage jedenfalls eine glückliche Lösung zu wünschen.

\* \* \*

»Robinson«, Verein jüngerer Buchhändler zu Braunschweig. 40. Stiftungsfest am 17. und 18. Juni 1911. — »Es war einmal . . .«, mit diesem altbekannten, einem jeden vertrauten Märchenanfang haben sich auch sechs Kollegen begrüßt, die vor 40 Jahren den Robinson gründeten und am 17. und 18. Juni das 40. Stiftungsfest im Kreise von älteren und jüngeren Kollegen feierten. Ja, sechs Herren von den derzeitigen Gründern haben sich noch zusammengefunden und gern die Gelegenheit benützt, sich persönlich von dem Gedeihen ihres Geburtstagskinds zu überzeugen: Selbst eine dreitägige Reise von Goldingen in Rußland war Herrn Jakob Siedenburg (i. Fa. Besthorn's Buchhandlung) nicht zu weit und umständlich, um einmal wieder vergnügte Stunden in einem Verein zu verleben, den er vor 40 Jahren mitgründete, und deutsche Gemütlichkeit und deutsche Gastlichkeit in seinem alten lieben Vaterlande wieder kennen zu lernen.

Die stattliche Anzahl von siebzig Personen hatte sich am Abend des 17. Juni im Restaurant Felten zu einer gemütlichen und doch feierlichen Kneipe zusammengefunden. Manche früheren Mitglieder, die von des Lebens wechselvollen Schicksalen schon lange in andere Städte verschlagen waren, hatten weite Bahnfahrten nicht gescheut, um mit alten Freunden alte Erinnerungen aus der Zeit der frischen, frohen Jugend austauschen zu können. Die angeregte Unterhaltung zwischen den einzelnen gemeinsamen Liedern und den in steter Folge wechselnden Trinksprüchen zeugte davon, daß jeder sich an diesem Abend im Verein heimisch fühlte, und manchem ist es wohl nicht einmal zum Bewußtsein gekommen, daß er lange Zeit den regelmäßigen Vereinsabenden fern gewesen ist. Der vom Kollegen Pfanck verfaßten und von den Darstellern in flotter Weise gespielten Burleske »Der schlaflose Gehilfe oder Wie Silvius Lämmchengelber um sein ganzes Personal kam« wurde mit wirklichem Interesse Gehör geschenkt, und herzhaftes Gelächter zeugte des öfteren von der Anerkennung, die das Stück verdiente. Allgemeiner Beifall belohnte die Darsteller und den Dichter für die Mühe, die sie