

zudem, für Papier und Satz gemeinsamen Bezug zu finden, so dürften sich die Unkosten sogar noch wesentlich verringern lassen.

Ganz andere Schwierigkeiten stellen sich bei der gemeinsamen Herstellung und dem Versand von Katalogen in den Weg. Hier spielt die Individualität des Publikums die ausschlaggebende Rolle, und das hat infolgedessen dem Sortimenten bisher ganz besondere Kosten verursacht. Der von mir empfohlene durchaus gangbare Weg hier wäre folgender:

Bei genauer Beurteilung des Publikums, so verschieden es auch geartet sein mag, kommen wir trotzdem zu einer bestimmten Gruppierung:

1. Religiöse und ernste allgemein wissenschaftliche Geschenkliteratur ohne modernen Einschlag. Hierunter verstehe ich sogenannte gediegene Memoiren, Briefwechsel, Reisebeschreibungen und ähnliches. Als Verleger kommen in Frage: F. A. Berthes, Brockhaus, Bahn, Bibliographisches Institut, Beck, Luz und ähnliche. Also eine ganz bunte Gesellschaft, die doch bei der Zusammenstellung eines Katalogs sehr leicht eine Tendenz vertreten kann.

Als 2. Gruppe stelle ich mir Verleger wie: Diederichs, Insel-Verlag, S. Fischer, Georg Müller vor.

Als 3. wären Jugendschriften und Bilderbücher verwandter Verleger zu nennen. Diese Gesichtspunkte lassen sich natürlich noch erweitern.

Daß, um für beide Teile außerordentlich viel Geld zu sparen, vor allen Dingen die Verleger nicht mehr veranlaßt werden, in allen möglichen Katalogen zu inserieren und die oft zweifelhaften Chantagegeschäfte zu machen, brauche ich wohl nicht besonders auszuführen.

Nun zum Inserat. Im vorigen Jahre haben dankenswerter Weise ein paar größere Verleger einzelne Stadtinserate in den gelesesten Tageszeitungen aufgegeben, um die von ihnen beziehenden Sortimentfirmen dem Publikum als Bezugsquelle zu empfehlen. Das Zeitungsinserat spielt im wirtschaftlichen Leben bei der Gewinnung von Interessenten eine große Rolle. Leider aber muß hier den größeren Tageszeitungen mit wenigen Ausnahmen der Vorwurf gemacht werden, daß sie für eine sachgemäße Placierung der Inserate, das heißt eine Zusammenstellung der zusammengehörenden Interessentengruppen keine Sorge tragen. Ich nehme hier das für mich nahe liegende Beispiel der Münchener Neuesten Nachrichten.

Würde das genannte Blatt die ihm sehr oft zufallenden Bücherinserate an bestimmter Stelle und zusammen mit ähnlichen Inseraten dem Publikum vor Augen führen, so wäre die Wirkung sicher eine andere, als wir sie heute im Münchener Buchhandel beobachten können. Ein Zusammengehen der Inseratinteressenten unter den Verlegern würde ich auch aus einem anderen Grunde empfehlen. Ich möchte fast sagen, daß $\frac{2}{3}$ der vom deutschen Verlagsbuchhandel aufgegebenen Inserate hinausgeworfenes Geld sind. Über die Wirkung von Zeitungsinseraten ist wohl am besten der Sortimenter der betreffenden Stadt unterrichtet. Würden hier Verlag und Sortiment zusammengehen, sich gegenseitig beraten, so könnte mancher Rabattschmerz gelindert werden und das im Sterben begriffene Solidaritätsgefühl neue Lebenskraft erhalten. Die von den Verlegern über die Wirkung der Inserate gemachten Erfahrungen sind durchaus nicht ermutigend. Inserate sind Imponderabilien, Wellen, die man sieht, von denen man aber nicht weiß, ob sie aus Ufer schlagen.

Es gäbe noch andere Mittel und Wege zu einer gemeinsamen erfolgreichen Propaganda zwischen Verlag und Sortiment. Raum und Zeit verbieten es leider, hier noch weiter zu gehen. Vor allem aber wäre es wünschenswert, die Stellungnahme des Verlagsortiments zu erfahren, ob dieses vielleicht in der Lage wäre, seinerseits den gemachten Vorschlägen über Gruppierung im obigen Sinne nachzutreten.

Bücherblatt für den Deutschen Buchhandel. 79. Jahrgang.

Wünschenswert wäre es ferner, wenn in diesem Jahre zur Kantate-Hauptversammlung alle sich für den Gegenstand interessierenden Herren — und das sollten das gesamte deutsche kaufmännisch denkende Sortiment und Verlag sein — sich zusammensänden und weiter berieten und . . . handelten. Denn für eine bloße Überweisung an einen neu zu bildenden Ausschuß wäre die Sache doch zu eilig und wichtig.

Kleine Mitteilungen.

8. Internationaler Esperanto-Kongreß 1912. — Der 8. Weltkongreß der Esperantisten findet diesmal in Krakau statt, wo gleichzeitig das 25jährige Jubiläum des Esperanto gefeiert werden wird. Zu diesem Fest, wie auch zu der Aufführung des polnischen Dramas »Mazepa« in Esperanto, werden hervorragende polnische Schauspieler herangezogen werden.

Eingetragene Warenzeichen. — Nebenstehendes Warenzeichen ist auf Grund des Gesetzes zum Schutz der Warenbezeichnung vom 12. Mai 1894 am 2. Februar 1912 unter Nr. 154 404, Klasse 28, Markenzeichen T 7037, für die Firma Trowitsch & Sohn in Berlin in die Zeichenrolle eingetragen worden.



Eingetragen unter derselben Klasse wurde ferner für Kameradschaft. Wohlfahrts-gesellschaft m. b. H., Berlin W. 35, zufolge Anmeldung vom 25. November 1911 am 15. Januar 1912 das hier beistehende Warenzeichen für Verlag und Buchhandlung. Waren: Verlagserzeugnisse, insbesondere Bücher, Prospekte, Karten, Tabellen.



Vom musikalischen Urheber- und Verlagsrecht. — In der letzten Sitzung der Berliner Ortsgruppe der Internationalen Musikgesellschaft sprach Rechtsanwalt Dr. Alexander Leander über »Musikalisches Urheber- und Verlagsrecht«.

Dr. Leander holte weit aus . . . Die sogenannten Privilegien sind die Anfänge des Urheberrechts. In Deutschland empfing der Nürnberger Drucker Johannes Otto schon 1533 ein kaiserliches Privileg für Tonwerke. Otto verlegte, durch diesen Rechtsschutz ermutigt, das »Novum et insigne opus musicum sex, quinque et quatuor vocum, cuius in Germania nihil simile usquam est editum«, jenes berühmte Sammelwerk, an dem u. a. Senfl, Isaak, Willart beteiligt waren. Auch der Nürnberger Formschneider und der Augsburger Salblinger erhielten diese Privilegien, die Verlagsprivilegien waren, unbekümmert darum, ob der Verleger die zu schöpfende Arbeit vom Urheber erworben hatte oder nicht. Ansätze zu einem Urheberrecht birgt ein Statut des Nürnberger Rats von 1550, das die kaufmännische Ausbeutung des geistigen Eigentums über den Kopf des Erzeugers hinweg mit »zehn Gulden Rheinisch« und Verlust der »geschnittenen oder getruckten formen, exemplar und bücher« bedroht. Auch vom »gedicht« (dem carmen musicum) ist in diesem geschichtlich merkwürdigen Erlaß die Rede.

Während des Dreißigjährigen Krieges geriet der Notendruck in Verfall. Der kostspielige Kupferstich konnte den Handel nicht neu beleben. So wurde das Material in Abschriften verbreitet. Auch die politische Zerrissenheit Deutschlands hemmte die Entwicklung. Ein preussisches Privileg galt beispielsweise nicht für Sachsen. Auch war die Rechtsverfolgung zeitraubend, schwierig und teuer. Die Tonsetzer verhielten sich gegen diese Mißstände recht gleichgültig; sie komponierten entweder in Erfüllung einer amtlichen Pflicht oder auf Bestellung oder Subskription. Noch bei Mozart zählten unbestellte Arbeiten wie die sechs Haydn gewidmeten Quartette durchaus zu den Seltenheiten.

Einen Umschwung brachte die Wende des 18. und 19. Jahrhunderts. Es ist eine der Folgen der französischen Revolution, daß die Komponisten aufhörten, ihre Persönlichkeit Fürsten und Gönnern zu verkaufen; sie boten fortan unter Eingehung von Verlagsverträgen der Allgemeinheit ihre Werke an. (Man ver-