



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint werktäglich. Für Mitglieder des Börsenvereins ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag eingeschlossen. Weitere Exemplare zum eigenen Gebrauch kosten je 30 Mark jährlich frei Geschäftsstelle oder 36 Mark bei Postüberweisung innerhalb des Deutschen Reiches. Nichtmitglieder im Deutschen Reich zahlen für jedes Exemplar 30 Mark bez. 36 Mark jährlich. Nach dem Ausland erfolgt Lieferung über Leipzig oder durch Kreuzband, an Nichtmitglieder in diesem Falle gegen 5 Mark Zuschlag für jedes Exemplar.

Die ganze Seite umfaßt 360 viergespalt. Petitzeilen, die Zeile oder deren Raum kostet 30 Pf. Bei eigenen Anzeigen zahlen Mitglieder für die Zeile 10 Pf., für $\frac{1}{2}$ S. 32 M. statt 36 M., für $\frac{1}{4}$ S. 17 M. statt 18 M. Stellengefuche werden mit 10 Pf. pro Zeile berechnet. — In dem illustrierten Teil: für Mitglieder des Börsenvereins die viergespaltene Petitzeile oder deren Raum 15 Pf., $\frac{1}{4}$ S. 13.50 M., $\frac{1}{2}$ S. 26 M., $\frac{1}{3}$ S. 50 M.; für Nichtmitglieder 40 Pf., 32 M., 60 M., 100 M. — Beilagen werden nicht angenommen. — Beiderseitiger Erfüllungsort ist Leipzig

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 65.

Leipzig, Sonnabend den 20. März 1915.

82. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Buchhändler-Verband Hannover-Braunschweig.

Kurzer Bericht

über den 33. Verbandstag in Braunschweig.

Am Sonntag, den 7. März, fand in Braunschweig in dem Vereinszimmer der Handelskammer der 33. Verbandstag des Buchhändler-Verbandes Hannover-Braunschweig unter Beteiligung von 33 Mitgliedern und 3 Gästen statt. Der Vorsitzende, Herr Zwißler, eröffnete nach 11 Uhr die Verhandlung, gedachte der im Felde stehenden Kollegen und Angestellten und auch des Verlustes mehrerer von ihnen, zu deren Andenken sich die Versammlung von ihren Plätzen erhob. Nach Besprechung des im Druck vorliegenden Jahresberichts, der Rechnungsablage und Prüfung des Voranschlags wurde beschlossen, einen Teil des Vermögens der Unterstützungskasse zum Ankauf von Kriegsanleihe zu verwenden. Der Vorstand wurde ermächtigt, Unterstützungen an die Hinterbliebenen der auf dem Felde der Ehre gefallenen Mitglieder nach Bedarf in weiterem Umfange zu gewähren, als es die Satzungen unter normalen Verhältnissen zulassen. Der bisherige Verbandsbeitrag wurde mit 12 M pro Mitglied beibehalten. Als Versammlungsort für die nächste Tagung wurde Hannover gewählt. Daran schloß sich eine Berichterstattung über die Geschäftslage in Kriegszeiten, bei welcher Gelegenheit die aus den verschiedenen Städten eingelaufenen Berichte zur Verlesung kamen. Es ging aus ihnen allen hervor, daß der Krieg im Buchhandel einen großen Rückgang des Absatzes zur Folge hatte, wie er sich schwerwiegender kaum in einem anderen Berufe unseres Vaterlandes geltend gemacht hat; besonders der Absatz wissenschaftlicher Bücher und Fachzeitschriften ist infolge Leerung der Hörsäle in den Universitäten und den obersten Klassen höherer Schulen bedeutend zurückgegangen. Eine Besserung der Verhältnisse ist jedoch von Monat zu Monat eingetreten, und man ist sich darüber klar, daß der Buchhandel trotz schwerer Opfer durchhalten wird, bis unser Kaiser mit seinen tüchtigen Feldherren und unserem unübertrefflichen Heer unter Gottes Beistand in hoffentlich nicht mehr ferner Zeit uns zum Siege führen wird.

Nachdem noch anstelle der aus dem Vorstande ausscheidenden und nicht wieder wählbaren Mitglieder, der Herren Zwißler, Rud. Hargens und Max Schaper, die Herren Danehl-Goslar, Neumeier-Braunschweig und Schmorl-Hannover gewählt worden waren, schloß der Vorsitzende gegen 2 Uhr die Versammlung. Herr Knothe sprach den ausscheidenden Vorstandsmitgliedern noch den wärmsten Dank der Versammlung aus. Der neue Vorstand verteilte dann unter sich die Ämter. Herr Neumeier wurde als Vorsitzender, Herr Schmidt als Schriftführer, Herr Trotschütz als Schatzmeister, Herr Schmorl als stellvert. Vorsitzender, Herr Graff als stellvert. Schriftführer gewählt.

Ein einfaches Mahl in Dannes Hotel hielt dann die Mitglieder noch in froher Gemeinschaft zusammen, bis schließlich die Abendzüge die auswärtigen Mitglieder in die Heimat entführten, wobei die lebenswürdige, stets bewährte Gastfreundschaft der Braunschweiger Kollegen allen die Trennung erschwerte.

Reklame in Kriegszeiten.

Von Fritz Würz, Berlin-Steglitz.

(Schluß zu Nr. 59-64.)

Ob ein reiner Buchverleger mit eigenen Niederlassungen leicht auf seine Rechnung kommen kann, wollen wir zunächst unerörtert lassen. Dagegen kann mit Bestimmtheit behauptet werden, und die Praxis bestätigt es in zahlreichen Fällen, daß sich Niederlassungen für Verleger von Büchern, Kalendern und Zeitschriften, die vielleicht auch noch eigene graphische Betriebe haben, unbedingt lohnen. Die Hauptsache ist einzig und allein, daß große Verdienstmöglichkeit vorhanden ist, und das ist bei eigenen Verlagswerken und der Gewinnung von Inseraten, sowie Abonnements für sie entschieden zutreffend.

Zu den Aufgaben solcher Vertreter würde gehören:

Die Pflege des Verkehrs mit dem Sortiment und mit den Zeitschriftenhändlern am Orte und in der Umgebung, also der regelmäßige Besuch der Wiederverkäufer, die je mehr von einem bestimmten Verleger beziehen werden, je mehr sie von ihm unterstützt werden und je rühriger er in seiner Aufklärungsarbeit überhaupt ist.

Die Propaganda in seinem Bezirk auszuüben, also gute Verbindungen mit der Presse herzustellen und zu erhalten, damit nicht nur viele und gute Besprechungen gebracht, sondern damit auch die aufzugebenden Inserate vorteilhaft placiert werden, — mit dem Reklameauschuß des ortsansässigen Sortiments gute Beziehungen zu unterhalten, dafür zu sorgen, daß die Leihbibliotheken die neuesten Bücher, die Lesezirkel die Zeitschriften seines Verlages aufnehmen, regelmäßig bei den Behörden und Schulen Besuche machen, um die Verwendung der einschlägigen Werke zu erreichen, die angeregten Rezitationsabende usw. veranstalten helfen usw. Hierher gehört auch mein Vorschlag, in der gleichen Weise wie Maggi, Kaffee Hag, Urbin, Pebeco, Odol u. a. m. zu verfahren und einerseits die Ausschmückung einzelner Schaufenster eines Buchladens mit Erzeugnissen eines Verlages zu übernehmen, um andererseits dadurch, sowie durch eine gleichzeitige Inserat-, Prospekt- und Plakat-Propaganda einen besseren Verkauf bei den Sortimentern zu erzielen. Es würde z. B. nicht genügen, nur eine Menge Bücher in das Fenster hineinzustecken, sondern durch mehrere, an bestimmten Stellen aufgeschlagene Exemplare eines Werkes, sowie durch geschmackvolle Ausschmückung mit entsprechenden Plakaten und Prospekten zu zeigen, was und zu welchem Preise von diesem oder jenem Verlag geboten wird. Was für wirkungsvolle und zugkräftige Fenster ließen sich mit den Werken von Reclam, Fischer, Georg Müller, Insel-Verlag, Seemann u. a. herstellen!

Die Unterhaltung eines Lagers an größeren Plätzen, zur leichteren Beschaffung für den Händler, sowie zur Verringerung der Unkosten für die Beförderung, verbunden mit einer guten Ausstellung und — möglichst — der Gelegenheit für den Besucher, die Werke ansehen, auch lesen zu können (wie bei Teubner-Berlin).

Die Erwerbung von Abonnements und von Inseraten, ersteres durch eigene Tätigkeit oder solche von besonderen Reisenden, entweder mit direkter Erledigung oder mit Überweisung der Bestellungen an das Sortiment. Alle Anfragen