



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Er scheint 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. Petitzellen, die Zeile oder deren Raum kostet 30 Pf. Bei eigenen Anzeigen zahlen Mitglieder für die Zeile 10 Pf., für 1/2 S. 32 M. statt 36 M., für 1/3 S. 17 M. statt 18 M. Stellengesuche werden mit 10 Pf. pro Zeile berechnet. — In dem illustrierten Teil: für Mitglieder des Börsenvereins die viergespaltene Petitzelle oder deren Raum 15 Pf., 1/2 S. 13.50 M., 1/3 S. 26 M., 1/4 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. 104.

Leipzig, Freitag den 7. Mai 1915.

82. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Unterstützungs-Verein Deutscher Buchhändler und Buchhandlungs-Gehülfen.

Bank-Konto: Dresdner Bank, Depositenkasse K, Berlin.

An Kriegsbeiträgen gingen uns ferner zur Unterstützung der durch den Krieg Geschädigten auf unseren Aufruf hin ein:

XIII. Liste.

Übertrag von Liste XII (vgl. Bbl. Nr. 53)		A 30622.38	
Vom Personal der Firma Ascher & Co., Berlin:			
Emil Kupfer	(Beitrag für März)	A	1.—
Philipp Rath	" " "	A	2.50
Adolf Geipel	" " "	A	1.—
Emil Grimm	" " "	A	—50
Arthur Grundt	" " "	A	—50
Oswald Messer	" " "	A	—50
Grete Jacobson	" " "	A	2.—
Max Köhler	" " "	A	1.—
Grete Brenzel	" " "	A	1.—
Helene Kostujak	" " "	A	—50
Rudolf Eisenschmidt, Berlin	" " "	A	10.—
Frida Rüdiger i/S. S. Karger, Berlin	" " "	A	1.50
Marg. Wieloch i/S. S. Karger, Berlin	" " "	A	—50
Ernst Bohsen i/Fa. Dietrich Reimer, Berlin	" " "	A	50.—
R. Gotthardt, Prokurist i/S. Dietrich Reimer, Berlin	(Beitrag für März)	A	5.—
Oskar Hellmann, Glogau	"	A	7.50
G. G. in Görlitz (VI. Rate)	"	A	10.—
Oswald Mehnert, Prof. der Fa. Georg Thieme, Leipzig	(V. Rate)	A	5.—
Otto Schramm, Prokurist der Fa. Robert Lutz, Stuttgart	"	A	20.—
Ad. Strathmann, Grevelsberg i/W.	"	A	10.—
Reinhold Borstell i/Fa. Nicolaische Buchhandlg., Berlin	(Beitrag für April)	A	25.—
Ungenannt, Kriegshilfe für April	"	A	50.—
		Sa.	A 30827.38

Allen Spendern herzlichen Dank!

Berlin, den 30. April 1915.

W. 35, Potsdamerstr. 41 a.

Max Schotte,
Schatzmeister.

Unterstützungs-Verein Deutscher Buchhändler und Buchhandlungs-Gehülfen.

Bekanntmachung.

1. Neu beigetreten sind mit:

- A 5.— Herr Paul Babendererde i/Fa. G. B. Leopold's Univ.-Bh., Rostock.
- A 3.— " Bernh. Steinmeyer i/S. Geschäftsstelle des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler, Leipzig.
- A 10.— " Otto Richter i/Fa. Grosso- & Kommissionshaus Deutscher Buch- und Zeitschriftenhändler, Leipzig.
- A 3.— " Karl Wehrle, Neustadt/Schw.
- A 5.— " W. Zahn, Geschäftsführer i/Fa. Alwin Puhle, Verlagsbh., Dresden.
- A 3.— " Hermann Lange i/S. F. Boldmar, Leipzig.
- A 5.— Frau Elise Krüger i/Fa. Chr. Teich's Buchh. (F. Krüger), Lobenstein.

II. An Geschenken gingen ein:

- A 10.— Von Herrn Alfred Voerster, Leipzig, als Beihilfe zu einer Unterstützung.
- A 5.— Vom Berliner Sortimenterverein als Buße der Firma A. B. in Sch. wegen Übertretung der Verkaufsbestimmungen.
- A 20.— Vom Berliner Sortimenterverein als Buße der B.-Buchhandlung i. B. wegen Übertretung der Verkaufsbestimmungen.

Die Herren Gehilfenmitglieder werden höflichst ersucht, etwaige Veränderungen ihrer Stellungen dem Unterzeichneten rechtzeitig anzuzeigen. Die Führung der Mitgliederliste wird dadurch wesentlich erleichtert.

Berlin, den 30. April 1915.

W. 35, Potsdamerstr. 41 a.

Max Schotte,
Schatzmeister.

Marken als Kriegshilfe.

Als vor einigen Jahren die Reklamemarke einen fast hemmungslosen Eroberungslauf antrat, wurde ihr mit Spott, Mitleidslächeln und Nichtbeachtung begegnet. Sie flöhte stellenweise gelinden Schreden, anderwärts Begeisterung ein. Der Krieg schien sie von der Bildfläche fortgesetzt zu haben. Sie wird im Frieden gewiß wieder fröhliche Urständ feiern und eine Industrie schaffen mit entsprechenden Nebenberufen, wie einst die Ansichtskarte, die ungezählten Existenzen Brot gibt. Wer aber mit offenen Augen und mit offener Hand heute durch die Straßen schlendert, hat sicher die Erfahrung gemacht, daß die verlästerte Reklamemarke weiterlebt. Sie ist nur ernster geworden und nennt sich Rotekreuz- oder Kreuzpfennig- oder Kriegsmarke. Als solche macht sie, um beim Wort zu bleiben, nicht für eine Ausstellung oder für eine Ware Reklame, sondern eben für das Rote Kreuz oder einen anderen vaterländischen Zweck. Sie wirbt um Hilfe. Daß viele Wenig viel machen, ist ihr Grundgedanke. Daher sollte auch der Verbrauch dieser anspruchslosen Erzeugnisse graphischer Kleinkunst viel, viel ausgiebiger sein. Wir, die wir zu Hause sicher sitzen, leisten damit ein Stückchen Kriegshilfe.

Also auch der Staat, beziehungsweise die von ihm besonders ermächtigten Vereine erkannten die Werbekraft dieser unscheinbaren Blättchen an. Das ist nicht nur bei uns der Fall; das gilt ebenso für verbündete, neutrale und feindliche Reiche. In Österreich wetteifern die deutschböhmischen Schutzverbände schon längst in der Ausgabe der Wehrschazmarken; die Sokolvereine machten, um ihre Rassen zu stärken, es nach. Weniger bekannt dürfte es sein, daß auf Veranlassung des gemeinsamen Kriegsministeriums offizielle österreichisch-ungarische Regimentsmarken erschienen sind, wahrscheinlich nach dem Vorbild Italiens, dessen wirklich schöne Militärmarken schon selten und teuer zu werden beginnen.

Die Kriegshilfsmarken sind Zeitdokumente. Sie zum Gegenstand einer kulturgeschichtlichen Betrachtung zu machen, mag auf den ersten Blick gewagt und verwunderlich erscheinen. Wer die kleinen Blättchen, die die Hilfsbereitschaft der Daheimgebliebenen wachrufen sollen, vergleichend studiert, wird bald wahrnehmen, daß aus den unscheinbaren Papierstückchen etwas wie der Genius des betreffenden Landes