

kann sich der Verleger, unterstützt von seinen geschäftlichen Erfahrungen, ein genaues Bild davon machen, wie weit sich das betreffende Journal hinsichtlich redaktioneller Propaganda für ihn eignet und wie er bei möglichster Sparsamkeit den größten Erfolg erzielen kann. Er kann mit einem Blick sehen, wohin er Illustrationsmaterial anbieten oder woher er solches beziehen kann. Nach der rein geschäftlichen Seite hin findet er ohne weiteres alles, was er in bezug auf Beilagen und Anzeigen wissen muß. Der Verleger eigener Zeitschriften kann an der Hand des »Sperling« die Tarife der Konkurrenz verfolgen und daraus Schlüsse für die Ausgestaltung seiner eigenen Blätter ziehen.

Für den Sortimentler bedeutet der »Sperling« ein zeiterparendes bibliographisches Hilfsmittel, dessen Wert er immer mehr schätzen wird, je mehr er es benützt. Durch Empfehlung an den Teil seiner Kundschaft, der mit der Presse zu tun hat, wird er sich deren Dank erwerben.

Auch für die Presse bietet der »Sperling« reichhaltiges Adressen-Material: politische und Fach-Korrespondenzen, Feuilleton-Korrespondenzen, Unterhaltungs- und populärwissenschaftliche Beilagen, kopflose Zeitungen usw.

Daß von der großen Zahl politischer Tagesblätter nur eine Auswahl gebracht wird, ist ein besonderer Vorzug. Die Auswahl ist immer noch groß genug, um auch für die ausgebreitetste Kellame als Grundlage zu dienen. Andererseits verringert sie dadurch, daß sie nur Blätter bringt, die in politischer und literarischer Beziehung oder ihrer Auflage und ihrem Einfluß nach an den betreffenden Orten und darüber hinaus von besonderer Bedeutung sind, die Qual der Wahl, die in diesem Falle besonders schwierig ist.

Der neue Jahrgang des »Sperling« lag, wie der Herausgeber im Vorwort bemerkt, vor Ausbruch des Krieges nahezu abgeschlossen vor. Nach diesem Ereignis stellten gegen 1000 Zeitschriften ihr Erscheinen dauernd oder vorübergehend ein. Jetzt haben sich die Verhältnisse beständiger gestaltet, und so erschien es dem Herausgeber angezeigt, den neuen Jahrgang jetzt herauszubringen. »Denn mehr als je ist gerade jetzt ein Führer nötig, der den gegenwärtigen Stand der Dinge zeigt und in dem auch die seit dem Erscheinen der letzten Ausgabe eingetretenen, nach Tausenden zählenden Veränderungen im Besitzwechsel oder in den Namen der Schriftleiter berücksichtigt und alle neu entstandenen Zeitschriften bis in die jüngste Zeit aufgeführt sind.« Den Schluß des Buches macht die Statistik der Zeitschriften-Literatur, beginnend mit 1892 (3536 Zeitschriften). Während seitdem jeder Jahrgang einen Zuwachs verzeichnete — mit alleiniger Ausnahme von 1906, der eine Abnahme von zwei Blättern aufwies —, zeigt 1915 gegen 1914 mit 6421 Zeitschriften einen Rückgang von 475 Zeitschriften. Der vorstehend erwähnte Rückgang von 1000 ist also bereits wieder um mehr als die Hälfte ausgeglichen.

Ein Bild gewaltiger deutscher Geistesarbeit zeigt dieses Zeitschriften-Handbuch. Nicht zum mindesten auch deutscher Verlegerarbeit. Ist auch zuweilen Spreu unter dem Weizen, wissen wir auch, daß diese oder jene Zeitschrift nur aus Spekulationsgeist entstanden ist, der auf leichten Gewinn aus den Erträgen der Inseratenjagd hofft, so wissen wir doch auf der anderen Seite, wieviel ehrliche Verlegerarbeit im deutschen Zeitschriftenwesen steckt, welche Dienste der Buchhandel dem wissenschaftlichen Leben, dem Verkehr, dem Handel, der Technik und allen nur irgend denkbaren Zweigen des öffentlichen Lebens durch seine Zeitschriften leistet, häufig unter Aufwendung beträchtlicher Geldopfer. Unsere deutschen Zeitschriften haben auch wirksame Kriegshilfe geleistet, sie haben die Fortschritte in der Technik und im Verkehrswesen verbreitet und an ihrem Teil wacker am Ausbau des Vaterlandes mitgearbeitet.

A. S.

Kleine Mitteilungen.

Der Berliner Sortimenterverein hat seinen Mitgliedern nachstehend abgedrucktes Merkblatt in größerer Anzahl zur Verfügung gestellt, das dem Publikum gegenüber bei allen angeführten Vorfällen zur Aufklärung dienen soll und auch jeder Bestellung, Fortsetzung usw. mit Nutzen beigelegt werden dürfte:

6 Bitten an unsere Bücherkäufer.

1. Die Post- und Bahnverbindungen sind nicht so regelmäßig wie im Frieden, auch können die Verlagsbuchhandlungen wegen Personalmangels vielfach nicht sofort ausliefern. Gedulden Sie sich deshalb, wenn Bestelltes nicht ganz pünktlich eintrifft.
2. Unser Personal steht größtenteils im Felde, Ersatz ist nicht zu beschaffen. Nehmen Sie die gekauften Bücher deshalb selbst mit und verlangen Sie die Zusendung nur in Ausnahmefällen.
3. Unsere Austräger und Laufburschen sind jetzt in der Kriegsindustrie beschäftigt, soweit sie nicht Heeresdienst leisten. Uben Sie deshalb Nachsicht, wenn Ihre Zeitschriften einmal

verspätet zugestellt werden, oder besser, holen Sie sie persönlich ab; der Besuch einer Buchhandlung ist immer interessant.

4. Viele Buchhändler müssen wegen Personalmangels um die Mittagszeit 1½—2 Stunden schließen. Entziehen Sie diesen die Kundschaft nicht und verschieben Sie Ihren Einkauf bis zur Wiederöffnung des Geschäfts.
5. Wer brauchte heute nicht sein veranlagtes Geld, um seinen Verpflichtungen gerecht zu werden? Bezahlen Sie deshalb Ihren Büchereinkauf bar oder gleichen Sie Ihr Vierteljahrskonto sofort nach Empfang der Rechnung aus.
6. Unsere Männer, Söhne und Brüder draußen in den Schützengräben und Lazaretten verlangen nichts sehnlicher als gute Bücher zur Entspannung der gereizten Nerven. Fügen Sie jeder Liebesgabensendung ein Buch bei, und sei es ein Bändchen in niedriger Preislage.

Mit deutschem Grusse

Der Vorstand des Berliner Sortimentervereins.

Das graphische Gewerbe im Jahre 1914. — Wie sehr das graphische Gewerbe durch den Krieg in Mitleidenschaft gezogen ist, lassen die folgenden Zahlen erkennen: Am Jahreschlusse 1913 hatten die graphischen Verbände zusammen 142 796 Mitglieder, am Jahreschlusse 1914 nur noch 98 762. Letztere Zahl ist noch ganz bedeutend gesunken, da seitdem noch Tausende von Mitgliedern zum Heere eingezogen worden sind und täglich noch weitere Mitglieder zum Kriegsdienste eingezogen werden. Trotz der Mitgliederabnahme von 44 034 zeigte sich ein gewaltiges Anschwellen der Arbeitslosenziffern. Während 1913 insgesamt 69 795 Fälle von Arbeitslosigkeit gezählt wurden, belief sich die Zahl 1914 beinahe auf das Doppelte, nämlich auf 139 146 Fälle. Arbeitslosentage wurden 1913: 1 900 343, 1914: 4 286 560 gezählt. Bei 44 000 weniger Mitgliedern also 2 386 217 Arbeitslosentage mehr. 1913 wurden an 65 721 Arbeitslose 2 357 715 M., 1914 an 115 521 Arbeitslose 4 552 226 M. Unterstützung ausgezahlt, also 2 194 511 M. mehr! Der Deutsche Buchdruckerverband hatte Ende 1914 48 000 (1913: 69 387) Mitglieder und zahlte 1914 an 62 563 (40 345) Arbeitslose 3 349 014 (1 822 533) M., der Buchbinderverband mit 24 227 (33 489) Mitgliedern an 27 073 (11 559) Arbeitslose 564 338 (209 774) M., der Verband der Lithographen, Steindrucker u. verw. Berufe bei 11 958 (16 882) Mitgliedern an 15 709 (8819) Arbeitslose 355 276 (200 185) M., der Verband der Buch- und Steindruckerei-Hilfsarbeiter bei 9939 (15 997) Mitgliedern an 6506 (3367) Arbeitslose 152 696 (94 048) M., der Gutenbergbund mit 2397 (3440) Mitgliedern an 2250 (858) Arbeitslose 97 915 (20 367) M., der Typographenverband bei 326 (423) Mitgliedern an 242 (113) Arbeitslose 16 380 (3870) M., der Zentralverband der christlichen Arbeiter und Arbeiterinnen bei 1577 (2737) Mitgliedern an 726 (459) Arbeitslose 11 108 (6929) M., und der Notenstecherverband mit 338 (441) Mitgliedern an 452 Arbeitslose 5499 M. Unterstützung aus.

Mobilmachung des französischen Musikverlags. — Der »Lemps« hat (vgl. Börsenbl. 1915, Nr. 28) die französischen Verleger zu einem Feldzug gegen die deutschen Klassiker Ausgaben englischer, lateinischer und griechischer Autoren aufgefördert. Die französischen Musikverleger sind noch erheblich weiter gegangen. Mit einem Kapital von 10 Millionen Franken soll man nach Zeitungsmeldungen ein Syndikat gegründet haben zwecks Verdrängung der weltbekannten deutschen und österreichischen Musikverlagsfirmen wie Peters, Witloff, Breitkopf & Härtel, Universal-Edition usw. Die gesamte gangbare Musikliteratur soll in neuen französischen Ausgaben erscheinen. Es bleibt abzuwarten, ob der verhältnismäßig beschränkte Bedarf in Frankreich die Kosten des Unternehmens decken wird, und ob die neuen französischen Ausgaben in den übrigen Ländern beim Wettbewerb mit den bewährten und eingeführten deutschen Musikalien den Sieg davontragen werden.

Fremdwörter und Werbefachleute. — Der Kampf gegen die entbehrlichen Fremdwörter im Geschäftsleben ist seit Kriegsbeginn wieder lebhaft in Gang gekommen. Auch die Behörden haben vielfach überlegt, was zur Minderung der Fremdwörter in Handel und Gewerbe geschehen könnte. So hat jetzt das Berliner Polizeipräsidium eine Anfrage an die Berufsvereine und Innungen versandt und um Vorschläge für die Verdeutschung und Verdrängung der Fremdwörter gebeten. Darauf hat unter anderen der Verein deutscher Kellamefachleute, Berlin, als Ständevertretung der Werbefachleute, eine Antwort gegeben, die dem vaterländischen Empfinden der Fremdwortgegner ebenso gerecht wird wie den geschäftlichen Bedenken vieler Kaufleute. Das Schreiben hat im wesentlichen folgenden Inhalt: Unser Verein gehört zu den Mitgründern des Ausschusses für gute deutsche Werbesprache; er verfolgt innerhalb dieser Vereinigung und selbständig