



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. Pettizeilen, 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. 11 M. statt 18 M. Stellengesuche werden mit 10 Pf. pro Zeile berechnet. — In dem illustrierten Teil: für Mitglieder des Börsenvereins die viergespaltene Pettizeile 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. 261.

Leipzig, Dienstag den 9. November 1915.

82. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

② An das deutsche Sortiment.

Sehr geehrter Herr Kollege!

Wenn der so oft im Börsenblatt in Anspruch genommene Sortimentler diese Anrede liest, so weiß er schon mit jenem untrüglichen Instinkt, der ihn in der Beurteilung verlegerischer Reklamekünste auszeichnet, daß man wieder einmal etwas von ihm haben will. Dem ist in der Tat so. Nachdem wir uns in Nr. 258 an die deutschen Verleger, die ja immer etwas vor ihren Kollegen von der anderen Fakultät voraushaben wollen, in einem besonderen Aufrufe gewandt haben, gilt heute unser Anliegen in der Hauptsache dem deutschen Sortimenterbuchhandel. Er soll das letzte und beste dazu beitragen, was sich die an der Herausgabe unserer Weihnachts-(Feld-)Nummer Beteiligten wünschen können, nämlich eine so restlose Verbreitung der 8000 Exemplare, die davon gedruckt werden sollen, daß nicht ein Stück der Auflage übrig bleibt.

Das Sortiment tut, und oft genug in sehr uneigennütziger Weise, so viel für andere, setzt sich so oft für die Ideen, Meinungen und Wünsche fremder Berufskreise ein, daß es auch einmal etwas für sich selbst tun kann. Denn die Weihnachtsnummer des Börsenblatts soll seinen Interessen dienen, indem sie das Publikum ein wenig mit der Arbeit des Buchhandels bekannt machen, ihm den Wert des guten Buches vor Augen führen und einen Überblick über die besonders zu Weihnachten geeignete Literatur geben will. Sie soll weiter den Berufsgenossen draußen im Felde zeigen, daß auch wir nicht müßig gewesen sind, sondern uns nach besten Kräften mühen, unsere Pflicht zu tun, so gut und so schlecht es ohne sie geht. Deshalb gehört diese Nummer in erster Linie ins Feld, in die Stappen, die Lazarette und wo immer sich Buchhändler und Bücherfreunde finden. Ist sie doch mehr als ein flüchtiger Gruß aus der Heimat, mehr als ein stilles Gedenken an den oder jenen Kunden, der sonst um diese Zeit den Laden betrat, um seine Weihnachtseinkäufe zu besorgen, da sie eine Art Rechenschaftsbericht und Werbeschrift zugleich sein soll. Daraus ergibt sich, daß die zu einem

Führer durch die Weihnachtsliteratur

ausgestaltete Nummer auch manchem Bücherkäufer im Lande willkommen sein wird, an dessen Erhaltung oder Gewinnung der Sortimentler Interesse hat. Besonders aber bietet sich hier dem Buchhandel — Verlag und Sortiment — eine bequeme Gelegenheit, seine im Felde stehenden Angehörigen durch Übersendung dieser Nummer über die jüngsten Vorkommnisse und Erscheinungen im Verufe zu unterrichten.

Wie die Weihnachts-Nummer ausfallen wird, hängt weniger von der Redaktion ab als von der Anteilnahme der Berufsgenossen. Wir sind immer nur Handlanger, die das Material sichten und ordnen und bestenfalls einmal einen Baustein mit herbeitragen. Wie denn geschrieben steht, daß jeder Beruf die Fachzeitschrift hat, die er verdient. Wenn aber nicht alle Zeichen trügen, so weiß das Sortiment, was es will, weiß, daß es heute nicht darauf ankommt, sich untereinander Konkurrenz zu machen, als vielmehr geschlossen für eine umfassende Verbreitung des Buches einzutreten und damit zugleich einer tieferen und besseren Kenntnis und Erkenntnis des Lebens die Wege zu bahnen.

Um der Nummer eine möglichst weite Verbreitung zu geben, hat der Ausschuß für das Börsenblatt die Preise wie folgt festgesetzt:

- 1 Explr. 10 S bar,
- 10 Explre. 50 S bar,
- 25 Explre. M 1.— bar,
- 50 Explre. M 1.80 bar,
- 100 Explre. M 3.— bar.

(Weitere Exemplare je 3 S.)

Wie aus dem dieser Nummer beigegebenen Bestellzettel hervorgeht, ist die Anzahl der gewünschten Schlüssel für die Bezugsbedingungen besonders zu bezeichnen. Wo das nicht geschieht, wird jeder Sendung nur ein Exemplar des Schlüssels beigegeben. Seine Beifügung in die Nummer ist natürlich nur in den Fällen zulässig, wo es sich um für Berufsgenossen bestimmte Exemplare handelt. Von der Einsicht der Besteller erwarten wir, daß dieser Schlüssel nicht in unberufene Hände gelangt, damit das, was zum Nutzen des Sortiments gedacht ist, nicht in das Gegenteil verkehrt wird.

Marktschreierei ist so wenig unsere Sache wie Betteln. Tu res agitur, heißt es hier. Zu deutsch: es liegt im eigenen Interesse des Buchhandels, dieser Nummer als einem Zeugnisse der Arbeit und des Strebens in unserem Verufe die weitestete Verbreitung zu geben und damit das Verständnis für die Notwendigkeit unserer Tätigkeit und die Freude am Buche zu fördern. Der Eingang der Bestellzettel wird uns sagen, ob unsere Überzeugung richtig ist, daß das deutsche Sortiment niemals »versagt«, wenn es zu einer Arbeit aufgerufen wird, die dem Buchhandel zur Ehre und zum Nutzen gereichen soll. Redaktion.

Stuttgarter Briefe.

V.

(IV siehe Nr. 190.)

Vom wackeren Schwaben. — Auch etwas von deutscher und österreichischer Verbrüderung. — Vom schwäbischen Wein. — Frits Lienhard. — Drei »Hundertjährige«: Geibel, Schack, Kinkel. — D. J. Weinland †. — Die Schwäbische Alb und die Geographie-Bücher. — F. Vetter †. — Die Basler Mission und Württemberg.

Ludwig Uhland hat in der schwäbischen Landeshauptstadt noch immer kein öffentliches Denkmal in Erz oder Stein erhalten. Nun hat ihm das Kriegsjahr 1915 wenigstens ein hölzernes geschenkt, und es entspricht ganz der Bescheidenheit des Dichters, daß nicht seine eigene Person zum Gegenstand der Darstellung gewählt wurde, sondern die im Schwabenlande volkstümlichste Figur aus seinem Gedicht »Schwäbische Kunde«, das wohl zum eiserne Bestand aller Lesebücher des deutschen Vaterlandes gehört. Als Nagelungs-Denkmal hat Bildhauer J. Zeitler dem »wackeren Schwaben, der sich nit forcht, seines Weges Schritt vor Schritt ging und sich den Schild mit Pfeilen spicken ließ« greifbare Gestalt gegeben, und am Sedantage hat der württembergische Landesverein vom Roten Kreuz das überlebensgroße Standbild in seine Obhut übernommen. »Eine neue schwäbische Kunde«, so sprach der Vorsitzende des Landesvereins bei der Enthüllungsfest, »richten wir auf in dem »Wackeren Schwaben«, der für alle Zeiten fortlebt in dem Lied unseres Uhland. Für die