

zeigte J. J. Bohné »einem geehrten Publicum« an, daß er eine Leih- und Lese-Bibliothek errichtet habe, neben der er sich auch »dem Geschäft des Buchhandels« widmen wolle. In einem an den Buchhandel gerichteten Zirkular vom 1. Januar 1819 nennt er dies Geschäft schon genauer eine Sortiments-Buchhandlung. Daß schon Bohné diesem Betriebe einen Verlag zugefellt hat, ist anzunehmen, da sich Werke mit Jahreszahlen 1829, 1844 usw. im Verlagskatalog vorfinden. Nachdem Bohné 32 Jahre lang sein Geschäft mit Fleiß und Umsicht geführt hatte, nahm er in der Jubilate-Messe 1850 seinen Gehilfen C. A. Freyschmidt aus Templin als Prokuristen auf, »bis dahin, wo es mir gelingen sein wird, meinen ältesten Sohn von der ihm bevorstehenden Militärpflichtigkeit zu befreien, um an ihm, so Gott will, eine Stütze in vorgerückteren Jahren zu finden«, heißt es in dem Zirkular weiter. Dieser Wunsch scheint nicht in Erfüllung gegangen zu sein, denn am 1. November 1856 verkaufte Bohné sein Geschäft an seinen Prokuristen Freyschmidt und schied aus dem Buchhandel aus. Fr. behielt die alte Firma mit Hinzufügung seines Namens bei, bis er diesen 1861 allein als Firma weiterführte. Er war ein tüchtiger Buchhändler, der das Sortiment sehr gehoben und daneben den Verlag ausgebaut hat; unter anderen sind die beliebtesten und bekanntesten 43 Kinderlieder von Hoffmann von Fallersleben bei ihm erschienen. Nachdem er 37 Jahre lang das Geschäft geführt und es zu großem Ansehen im Buchhandel und in weiten Kreisen Cassels gebracht hatte, raffte ihn im Herbst 1893 der Tod hinweg. Seine Frau verkaufte die alte Firma im März des folgenden Jahres an Herrn Georg Dufayel aus Neustrelitz, der bestrebt war, den Verlag weiter auszubauen, und sich 1903 auf diesen Zweig zurückzog, während er das Sortiment an Herrn R. Friedrich Junghenn aus Cassel verkaufte.

Ausfuhr von geschäftlichen Drucksachen. — Auf die Eingabe des Präsidenten des Deutschen Industrie- und Handelstags vom 16. September betr. Ausfuhr geschäftlicher Drucksachen erteilte der Staatssekretär des Reichswirtschaftsamts am 18. November folgenden Bescheid: »Die Frage, inwieweit das Ausfuhrverbot für Papier und Papierwaren infolge des inzwischen eingetretenen Waffenstillstandes aufzuheben sein wird, wird hier zurzeit geprüft. Im Zusammenhang hiermit wird auch über die von dort aus angeregte Befreiung geschäftlicher Drucksachen und kaufmännischen Werbematerials vom Ausfuhrverbot mit möglichster Beschleunigung entschieden werden. Bis zum Ergehen der Entscheidung werden die beteiligten Firmen zweckmäßig auf den Weg der Sammelausfuhrbewilligungen zu verweisen sein, die über eine größere Menge der in Betracht kommenden Waren, und zwar auch für verschiedene Empfänger, ausgestellt werden und auf Grund deren die Ausfuhr in Teilsendungen erfolgen kann, wobei die Teilposten auf der Bewilligungsurkunde abgeschrieben werden.«

Post-, Telegraphen- und Fernsprechverkehr mit den vom Feinde besetzten deutschen Gebieten. — Nach einer Mitteilung des Reichspostamts vom 15. November im Amtsblatt des Reichspostamts Nr. 77 vom 18. November bleibt der Post-, Telegraphen- und Fernsprechverkehr mit dem nach den Waffenstillstandsbedingungen vom Feinde besetzten linksrheinischen Gebiet, den rechtsrheinischen Brückenköpfen und der neutralen Zone sowie mit Elsaß-Lothringen auch während der Zeit der Besetzung in vollem Umfang aufrechterhalten. Der dienstliche Verkehr mit den in diesen Gebieten gebliebenen Behörden und Postdienststellen findet ungehindert statt, aber vermutlich unter der Kontrolle des Feindes.

Sprechsaal.

(Ohne Verantwortung der Redaktion; jedoch unterliegen alle Einsendungen den Bestimmungen über die Verwaltung des Börsenblatts.)

Die Vereinheitlichung der Sortimenters-Prospekte.

Die vom Verleger dem Sortimenter gelieferten Prospekte zum Vertrieb von Büchern sind häufig — ich möchte sagen meistens — unzuweckmäßig eingerichtet, und es liegt vielleicht im beiderseitigen Interesse, an dieser Stelle einmal eine Aussprache über die zweckmäßigste Einrichtung herbeizuführen, um eine Grundlage für alle kommenden Fälle zu schaffen.

Ich verwende in meiner Versandbuchhandlung sehr viele Prospekte und habe mich fast immer über zweierlei zu beklagen. Erstens ist kein genügender oder doch kein geeigneter Raum zum Eindruck meines Firmenstempels vorhanden. Und doch ist es für die Zugkraft der Prospekte, die ich zum Versand bringe, eins der wichtigsten Momente, meine Firma so deutlich hervorzuheben, daß der betr. Kunde oder der es erst werden soll, auch nicht einen Augenblick im Zweifel ist, wohin er seine Bestellung zu richten hat. Nun ist es bei der Verschiedenheit der Sortimentersstempel für den Verleger nicht leicht, einen

genügenden Raum dafür freizuhalten, denn für den einen Stempel ist er bei weitem zu groß, für einen anderen wird er auch nicht annähernd ausreichen.

Zur Beseitigung dieses Übelstandes möchte ich einen Vorschlag machen, der, von mir als Einzelperson ausgehend, vielleicht Anklang, aber nicht Befolgung finden würde, und den sich der Deutsche Verlegerverein zu eigen machen müßte, wenn die vorgeschlagene Vereinheitlichung zu allgemeiner Durchführung gelangen soll.

Als Normal-Firmenstempelgröße möchte ich etwa 2×7½ cm annehmen und vorschlagen, für einen Stempel in dieser Größe einen Raum von 3×9 cm freizulassen. Sache des Deutschen Verlegervereins wäre es, sich über die Größe dieses freizulassenden Raumes zu einigen, wie auch meine nachfolgenden Vorschläge eines Vereinsbeschlusses bedürfen, um allgemein in die Praxis umgesetzt zu werden.

Als ein zweiter Fehler — wohlbeachtet: vom Sortimentersstandpunkt! — ist anzusehen, daß die Verlegerfirma auf den Sortimentersprospekten viel zu sehr in den Vordergrund gestellt ist. In fetter wuchtiger Schrift prangt sie häufig am Kopf mit voller Adresse, Straßenbezeichnung und Hausnummer, während der Sortimenter an irgend einer untergeordneten Stelle, oft nur am Rande seine Firma anbringen kann.

Hier müßte Wandel geschaffen werden, und zwar im eigensten Interesse des Verlegers. Ich wenigstens verbreite grundsätzlich Prospekte nicht, bei denen die Verlegeradresse genau (mit Straße und Hausnummer) angegeben ist, weil ich mir sage, daß dann 50 Prozent der Bestellungen dem Verleger direkt zugehen und, da ein Teil der Besteller erfahrungsgemäß bei einer Konkurrenzbuchhandlung bestellt, der Verleger das Fett abschöpfen würde, während ich die Kosten der Prospektverbreitung zu tragen hätte.

Manche Verleger sind so naiv, mir auch zuzumuten, auf meine Kosten Prospekte zu verbreiten, auf denen — meist am Schluß zwischen zwei Händen oder sonst irgendwie hervorgehoben — zu lesen steht: »Zu beziehen durch jede Buchhandlung!« Glauben diese Verleger wirklich, daß der Sortimenter irgend ein Interesse daran hat, solche Prospekte zu verbreiten, auf denen geradezu aufgefodert wird, bei der Konkurrenz zu kaufen? Soll ich arbeiten und mir die jetzt so enormen Versandspesen machen, damit ein anderer, der vielleicht die Hände in den Schoß legt, Geschäfte macht?

Schließlich sollten die Verleger noch auf die Vielgeplagtheit des Sortimenters Rücksicht nehmen. Er hat doch ohnehin so viel Kleinkram zu erledigen, daß ihm unnötige Arbeit erspart werden sollte.

Ich meine damit die unpraktische Einrichtung des Bestellzettels-Vordruckes. Nicht selten kommt es vor, daß der Text eines vierseitigen Prospekts die Unterstempelung auf der ersten Seite erfordert, und da der Bestellzettel auf der dritten Seite vorgedruckt ist, so muß auch hier nochmals die Firma eingestempelt werden, weil es da heißt: Unterzeichneter bestellt aus dem Verlage von Müller & Schulze, Berlin, bei der Buchhandlung von . . . (dieser Raum ist, nebenbei gesagt, fast immer zu klein bemessen, oft auch durch eine punktierte Linie noch mehr beschränkt).

Abgesehen davon, daß durch diese Anordnung der Prospekt mit der Firma des Sortimenters zweimal abgestempelt werden muß, ist man bei vierseitigen Prospekten auch noch genötigt, jedes einzelne Exemplar aufzuschlagen, ein recht lästiger und ganz überflüssiger Zeitverlust.

Ich schlage folgende Vereinfachung vor:

Auf der Vorderseite steht unter dem Angebotschreiben entweder »Hochachtungsvoll« oder »Schnellstens liefert« oder etwas ähnliches; dann kommt ein freier Raum von 3×9 cm zum Eindruck des Sortimentersstempels. Der Bestellzettel-Vordruck befindet sich auf der Rückseite an genau derselben Stelle, und zwar so, daß, wenn er ausgeschnitten wird, nur der Sortimentsstempel auf der Vorderseite zu sehen ist, also »Hochachtungsvoll« oder »Schnellstens liefert« fortfällt.

Sodann müßte der Vordruck auf der Rückseite lauten: »Unterzeichneter bestellt bei der umstehenden Buchhandlung: . . .«

Die Verlegerfirma sollte hier fortfallen, denn der Sortimenter, der den Prospekt verbreitet hat, kennt ja den Verleger ganz genau.

Zum Schluß will ich nochmals die vorgeschlagenen, wirklich sehr wünschenswerten Änderungen auf Sortimentersprospekten zusammenfassen:

1. Unschäbbarere Nennung der Verlegerfirma, in allen Fällen unter Fortlassung einer genauen Adresse, wie Straße und Hausnummer.
2. Genügend großer Raum zum Eindruck des Sortimentersstempels an geeigneter Stelle.
3. Einrichtung des Prospekt-Textes nach meinem letzten Vorschlage zur Vermeidung einer doppelten Stempelung. W. M. L.