

Verlage zurückgezogen. Nicht unerwähnt möge bleiben, daß er der Gründer der Zeitschrift »Das Buchgewerbe« war, die er in länger als 20jähriger Tätigkeit bis zum Ausbruch des Weltkrieges redigierte. Durch seine literarischen und gemeinwissenschaftlichen Vorträge, besonders in Götting und Leipzig, sowie durch seine vielen humorvollen wie ernststen Reden gelegentlich von Festlichkeiten hat sich Herr Foerster viele Freunde erworben. Er hat sich überhaupt lebhaft in der Öffentlichkeit betätigt. Auch zu Schriftstellerkreisen pflegte er so mancherlei Beziehungen. Wir wünschen Herrn Foerster, der auf arbeitsreiche Jahre zurückblicken kann, daß ihm für die fernere Lebensdauer seine erstaunliche Rüstigkeit und Elastizität noch lange erhalten bleiben und ein schöner Lebensabend beschieden sein möge. **L. P.**

80. Geburtstag. — Am 29. Juli feiert der in den weitesten Kreisen bekannte und beliebte Musikverleger Herr Willibald Challier in Berlin seinen 80. Geburtstag. Challier ist bis vor 2 Jahren der Besitzer der altbewährten Musikalienhandlung von C. A. Challier & Co. gewesen, die im November 1835 von seinem Vater gegründet wurde. Der Vater hatte den Schwerpunkt auf das Sortiment gelegt, der Sohn legte ihn auf den Verlag. Das vornehme Veld ist seine Spezialität geworden. Namen wie Richard Strauß, Wilhelm Berger, Felix Weingartner, Christian Sinding, Conrad Ansohn und Fritz Fleck schmücken den Verlagskatalog. Nachdem Challier noch das seltene Jubiläum seiner 50jährigen Selbständigkeit im Jahre 1915 gefeiert hatte, zog er sich vor zwei Jahren vom Geschäft zurück, das sein Nachfolger Herr Richard Birnbach mit unveränderter Firma in derselben vornehmen Art fortführt.

Challiers opferwilliges Interesse für die Allgemeinheit ließ ihn viele Ehrenämter übernehmen, die er zum größten Teil trotz des Ausscheidens aus seiner Firma noch bekleidet. Aus einer alten Hugenottenfamilie stammend, steht er seit über 50 Jahren an der Spitze der französischen Kolonie, für deren Wohl er ehrenamtlich arbeitet. Er ist Ehrenvorsitzender des Vereins der Berliner Musikalienhändler, Mitglied der musikalischen Sachverständigenkammer und gerichtlicher Sachverständiger für den Musikalienhandel. In der Korporation der Berliner Buchhändler war er mehr als 50 Jahre bis zum Jahre 1918 ehrenamtlich tätig. Sicherer Kenner des Urheberrechts, ist er bei der Beratung des neuen Urheberrechtsgesetzes, sowie bei der Revision der Berner Konvention seinerzeit vom Auswärtigen Amt als Sachverständiger zugezogen worden. Möge dem verdienstvollen Rektor des deutschen Musikalienhandels noch recht lange eine gute Gesundheit beschieden sein!

Gestorben:

am 24. Juli nach langem, schwerem Leiden im 65. Lebensjahre Herr Kommerzienrat Curt Gerber, Seniorchef der Firma H. W. Hays's Erben in Potsdam und Berlin.

Fast ein Menschenalter lang hat der Verstorbene die Geschicke der schon 1727 gegründeten Firma geleitet. Im Jahre 1895 wurde er Prokurist der Firma, 1900 Generalbevollmächtigter, und 1901 ging sie in seinen alleinigen Besitz über; 1917 wurde die Firma in eine offene Handelsgesellschaft umgewandelt, der er dann mit Herr Waldemar Gerber zusammen vorstand. Neben der Druckerei und dem Verlag der »Potsdamer Tageszeitung« wird ein ausgedehnter Buchverlag besonders juristischer und landwirtschaftlicher Richtung betrieben. Über seinen engeren Wirkungskreis hinaus diente der Verewigte den Interessen des gesamten Buchdruckgewerbes und der Allgemeinheit in zahlreichen Ehrenämtern;

ferner:

wie wir der Anzeige in der heutigen Nummer des Bbl. entnehmen, Herr Henry Neumann, Hauptvertreter der Firma Gebrüder Enoch in Hamburg, der er viele Jahre treue Dienste leistete.

Remigius Stölzle f. — Im Alter von 64 Jahren starb am Herzschlag Geh. Rat Prof. Dr. Remigius Stölzle, Rektor der Universität in Würzburg. Seit 1886 hatte Stölzle seinen Lehrstuhl für Philosophie an der Universität inne. Als Philosoph und Pädagoge war der Verstorbene eine katholische Autorität.

Sprechsaal.

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

Anordnung der Ordinär- und Nettopreise in den Börsenblattanzeigen.

(Vgl. Bbl. Nr. 123, 125, 139 u. 152.)

Der hier unter dieser Überschrift vor kurzem veröffentlichte Artikel des Herrn Mück (Bbl. Nr. 125) läßt einen schon mehrfach, »auch früher schon erörterten« Vorschlag wieder einmal in den Vordergrund treten.

In vielen Fällen können Börsenblattanzeigen, in weiterem Sinne also das gesamte Börsenblatt, nicht voll ausgenutzt werden. Die angegebenen Nettopreise oder Rabattsätze sollen dem Kunden nicht mit vorgeführt werden. Für manchen Sortimentler bedeutet es jedoch viel, wenn er die Börsenblatt-Anzeigen für seinen Kunden mit verwenden kann. Durch Einführung des gemachten Vorschlags ist dem Sortiment ein nicht zu unterschätzendes Propagandamaterial in die Hand gegeben.

Meines Erachtens wäre für die Buchstabenbezeichnung nur eine mehrmalige Anzeige der Börsenblatt-Verwaltung notwendig: es ist bekannt zu machen, daß von einem bestimmten Tage ab die Angabe der Preise und Bezugsbedingungen in Buchstaben nach dem festzusetzenden Kennwort erfolgt, und der Vorschlag, von vielen Seiten sicherlich begrüßt, wäre eingeführt. Ich glaube kaum, daß ein Wechsel des Kennwortes oft nötig ist und auch jährlich genügt. Ein weiterer Vorschlag ginge vielleicht dahin, für Ordinär- und Nettopreise je ein Kennwort festzusetzen. Würde diese Art der Preisbezeichnung auch bei den Barfortimentskatalogen eingeführt, so wäre gleichzeitig der Barfortimentskatalog hinsichtlich, in der jetzigen Zeit auch eine Ersparnis.

Ein Verweis ist in dieser Beziehung zum Vorbild zu nehmen: die Uhrmacher. In den meisten Uhrmacherzeitungen und Katalogen geschieht die Angabe der Preise durch Buchstaben; ich bezweifle, daß einem Buchhändler das Kennwort hierfür bekannt ist. Allerdings steht der Uhrmacher mit seinem Kundenkreise wohl in wenigen Fällen in so enger Verbindung wie der Buchhändler vielfach mit dem seinigen.

Daß in ausschließlich für Kunden bestimmten Prospekten die bisherige Bezeichnung beibehalten werden muß, ist vielleicht selbstverständlich.

Bekanntlich scheitern nun viele gute Sachen an dem erforderlichen Schritte zur Einführung. Wenn sich deswegen die Börsenblatt-Verwaltung nicht eigenmächtig zur Einführung entschließen kann oder darf, ist es Sache des Sortimenters (denn die Börsenblatt-Anzeigen sind doch für ihn bestimmt), für oder gegen einen, doch bestimmt nicht unpraktischen Vorschlag zu stimmen.

Entgegnet wird vielleicht von manchem, daß mit dem jedesmaligen Übersetzen der Buchstabenpreise ein zu großer Zeitaufwand verbunden sei. Ob dieses jedoch als triftiger Grund gegen die Einführung geltend gemacht werden kann, lasse ich als Frage dahingestellt.

Hannover, 7. Juli 1921.

H. Adolph.

Es hat mich gefreut, daß meine kleine Anregung im Sprechsaal, Börsenblatt Nr. 123: »Bitte an die Herren Verleger betr. Weglassen des Nettopreises im Text bei den Anzeigen der Zirkulare«, so viele Äußerungen der Herren Kollegen gefunden hat und auch auf die Anzeigen im Börsenblatt angewandt werden soll.

Ich möchte hier auch eine einfache Lösung geben, und zwar, die Nettopreise und Bezugsbedingungen in den Börsenblattanzeigen ganz fortzulassen und sie auf einem einseitig bedruckten Blatte extra anzugeben, ganz kurz. **J. B.:**

Rösl & Co., München.
Philos. Reihe: einzeln 35%
Fortf. v. 3 Ex. 40%
10 Bde. gemischt 40%
50 Bde. gemischt 42%

Insel-Verlag, Leipzig.
12-Mark-Bände.
Gemischte Partien v. 11/10
mit 40%.

Wieland-Verlag, München.
Reimann, blinde Huhn.
11/10 u. 35%.
2 Probeexempl. 40%.

Georg Westermann, Braunschweig.
Bartels, Dtsche. Literatur.
9/8 mit 35%.

usw. Ich sah im Börsenblatt Nr. 155 bereits eine solche Anzeige von Hoffmann & Campe, Hamburg u. Berlin B. 35, über: »Loerle, Der Oger«. Ich glaube, diese Art würde auch nicht mehr Arbeit machen und vielleicht auch nur ganz wenig mehr Papier kosten. Diese Extrabogen sind nur für den Buchhandel.

Weitere Meinungsäußerungen der Herren Kollegen sind von allgemeinem Interesse.

Hamburg, Bergstr. 26.

Karl Hartmann.

Das einfachste Rezept ist wohl: Man bringt in der Anzeige nur die Ordinär-Preise und setzt Bezugsbedingungen, Rabatte usw. auf den Bestellzettelnbogen. Die Gebrauchsanweisung ergibt sich von selbst: Nichtbuchhändler (Bibliotheken usw.) erhalten das Börsenblatt ohne den Bestellzettelnbogen, ebenso das Publikum, dem vom Sortimentler die Anzeigen zugänglich gemacht werden (durch Übersenden, Aushang usw.). **H. C.**

