

Beschlagsnahme. — Auf Beschluß des Amtsgerichts Berlin-Mitte ist bei der Firma Paul Scholz, Berlin, Frankfurter Allee 337, ein Posten Exemplare einer Nachdrucks-Ausgabe von B. Pastalle und J. Biladomat, »Campanile-Glocken-Fortroit« für Salon-Orchester beschlagsnahmt worden.

Die Firma Ed. Vöte & G. Vöte, Berlin W. 8, warnt erneut vor Vertrieb von Nachdrucks-Ausgaben.

Personalmeldungen.

Jubiläen im Hause Reclam. — Für das Haus Reclam bringt der September eine ganze Reihe von Jubiläen: 25 Jahre sind es her, daß die seither weitverbreitete bekannte Wochenschrift »Univerrsum« aus dem Verlage von A. Haenschel, Dresden, erworben wurde. Damals haben auch zwei Mitarbeiter dieses Verlages die Übersiedelung nach Leipzig mitgemacht: Herr Max Breitfeld und Herr Bruno Martik. Sie sind beide noch heute im Hause Reclam tätig und haben sich durch ihre pflichtgetreue, wertvolle Mitarbeit jeder an seinem Plaze — Herr Breitfeld als Hauptkassierer und Herr Martik in der Auslieferung — das unbedingte Vertrauen und die Hochachtung sowohl der Geschäftsleitung als auch ihrer Kollegen erworben.

Sprechsaal.

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

„Ein letzter Vorschlag zur Güte!“

Abbau der Zuschläge bei 40, 45 und 50% Rabatt.

Da der Worte nun wirklich genug gewechselt sind und auch die »Vereinigung schönwissenschaftlicher Verleger« sich laut der Veröffentlichung im Vbl. Nr. 203 bemüht, Sortimentwünschen entgegenzukommen, und verschiedene Punkte des ersten Abkommens ändert, sollte es am guten Willen der übrigen Verleger und vor allem der Gildvereinsmitglieder nicht fehlen, jetzt noch einmal zu beweisen, daß ihnen an einem Abbau der Preise und Zuschläge gelegen ist, wenn der Mindestrabatt auf 40% und Freixemplare, ohne jede Verpflichtung, steigend bis zu 50%, bei gleichzeitiger Gewährung anderer Vergünstigungen, erhöht wird. — Da auch die Verleger, die bereits unterschrieben haben, meist höhere Rabatte bewilligen (als 35 und 40%), möchte ich empfehlen, es auf eine Probe ankommen zu lassen, wer vom Verlag folgende Vergünstigungen gewährt und wer vom Sortiment sodann auf Zuschläge verzichtet:

Mindestrabatt bei Einzelbezug 40%, durch Kommissionär durchweg 40%, 13/12 Freixemplare, oder zeitgemäßer: bei Bezug von 10 Exemplaren (gleichpreisig) 42%, direkter Bezug von 25 ungefähr gleichpreisigen Werken glatt 45% (ohne Freixemplare), direkter Bezug von 50 ungefähr gleichpreisigen Werken glatt 50% (ohne Freixemplare).

Bei diesen Rabatten könnte der Verleger ohne weitere Preiserhöhung jedoch weder Kommissions- noch Verpackungsgebühren tragen, die ja nach dem Stuttgarter Tarif mit 30 S pro Kilogramm, doch nur die Hälfte der Selbstkosten betragen, und müßte das volle Porto berechnen, was jedoch bei direkter Sendung (pro Kilogramm Drucksache 1 M und Pünksilo-Paket 4 M) meist weniger beträgt, als die Kommissionsgebühren, abgesehen von dem Zeit- und damit Geldverlust für den Sortimenter, der inzwischen rascher absetzen und nachbestellen kann. — Entgegenkommenderweise sollten alle Verleger bekannten und befreundeten Sortimentern Monats-, bei Vorzugskunden sogar Quartalskonto einräumen und in diesem Zeitraum scheinbar nicht Absetzbares in Gangbareres umtauschen.

Als Vergünstigung für das Sortiment würde ich empfehlen, ihm bei Besorgung nichtvorrätiger Werke, bei Kreditgewährung und natürlich bei minderer Rabattierung die schon jetzt vorgesehene »Besorgungsgebühr« zuzubilligen, die event. von Zeit zu Zeit erhöht werden könnte. Auch ist ja bereits im Gesetz vorgesehen, daß die Umsatzsteuer angerechnet werden kann.

Als besonderes Entgegenkommen würden es die Herren Sortimenter begrüßen, wenn alle Verleger bei direkten Sendungen, falls diese nicht ortsanfälligen Kunden im Sortiment übermitteln werden können, einschließlich Umsatzsteuer durchweg 10% Aufschlag berechnen würden, um die Bücherkäufer dem hierfür vorgesehenen Sortimentbuchhandel zuzuführen und dieses zu fördern.

Mit diesen Vorschlägen könnte sich wahrhaftig der verehrliche Sortimentbuchhandel zufriedengeben, und da es sich jetzt in erster Linie um die Beteiligung der Gildemitglieder handelt, lasse ich noch heute einen Durchschlag dieses Aufsatzes Herrn Mitschmann zugehen, ihn bittend, sich hierzu zu äußern, und wenn diese Bedingungen seinen

Beifall finden, später selbst zur Beteiligung des Sortiments, vorläufig zu einem Gruppenabkommen (bis Kantate 1922, bis wann dem Börsenverein konkrete Vorschläge gemacht werden können), aufzufordern, ebenso wie ich den verehrlichen Verlag schon jetzt höflichst bitte, sich zu meinen Vorschlägen gütigst zu äußern, allenfalls mit oder ohne gewünschte Änderungen vorgeschlagener Bedingungen, die ich meist bereits längst den Vorzugskunden meines »Heimatverlages« ohne weiteres gewährt habe und auch neueintretenden Kunden gerne gewähre. Die Leitung und den Vorsitz dieser Gruppe bitte ich — da ich sehr in Anspruch genommen bin und mir auch als junger Buch- und Kunstverleger nicht anmaße, diese Vertrauensstellung einzunehmen —, einen Herrn in führender Stellung im Buchhandel einzunehmen, der sich ähnliche Vorschläge vielleicht schon längst zu eigen gemacht hat, und ich erbitte aus Verlegerkreisen auch hierfür geeignete Vorschläge.

Warum soll im Buchhandel nicht eine endliche Einigung möglich sein, und warum soll nicht einmal auch etwas Gutes vom vielgelästerten Berlin ausgehen, wo die Vorstände der in Betracht kommenden Buchhändler-Vereinigungen weilen? Vederemo!

Berlin-Steglitz, am 1. September 1921.

Althoffplatz 1.

J. Siemesch, i. Sa. Heimatverlag M. Siemesch & Co.

Endlich Taten!

In Nr. 111 des Börsenblattes regte ich unter dem Stichwort »Aberglaube« an, die Kollegen möchten sich darüber aussprechen, wie man auf großzügige, sachgemäße Weise dem Publikum endlich einmal beweisen könnte, daß die allgemeine Redensart von den »teuren Büchern« eben — eine Redensart und ein Aberglaube ist. Einige sehr beachtenswerte Vorschläge, die hierauf in den nächsten Nummern des Vbl. seitens einiger Kollegen veröffentlicht wurden — ein Herr empfahl eine allgemein durchzuführende »billige Woche« mit vergleichendem Anschauungsunterricht —, verhalten offenbar ungehört. Man scheint in Sortiment- und Verlegerkreisen nur noch ein einziges Ding zu kennen, das diskutabel ist: den Teuerungszuschlag.

Sollte es nicht angebracht sein, jetzt einmal eine Zeitlang neben diesem Thema auch ein anderes zu besprechen, das mir nicht minder beachtenswert erscheint? Es lautet: Wie überzeugt man das Publikum, daß Bücher verhältnismäßig billig sind? Wie fördert man den Bücherabsatz? Wie erhält man die Freude am Bücherbesitz, oder wie weckt man sie? Nicht auf das »billige Buch« soll hingewiesen werden, das lenkt von hochwertigen Bucherzeugnissen ab und erreicht im Grunde das Gegenteil. Auch Vergleiche mit anderen Waren, etwa mit Gebrauchsgegenständen und Genussmitteln, sollten unterlassen werden. Das wirkt auf die Dauer kleinlich und kann leicht geschmacklos werden.

Massen wir uns doch endlich einmal zu einem großen eindrucksvollen, allgemeinen Propagandafeldzug für »das Buch« auf! Zum Kriegsführen gehört Geld! Ich schlage vor, jeder Verleger und Sortimenter zeichne einen gewissen Betrag, je nach der Bedeutung seines Betriebs. Nachdem so ein Grundstock geschaffen worden ist, bearbeite man das Publikum planmäßig durch Schaufensterreklamen, Plakate, Verbreitung von allmonatlich wechselnden eindringlichen Kriegsrufen in der Art der amerikanischen »Jahresbuchwerbung«, durch Lichtbildervorträge und Kinoreklamen, durch unterhaltende Plaudereien, die in Tageszeitungen und Zeitschriften unterzubringen wären, und die auf das Wertvolle des Bücherbesitzes und die verhältnismäßige Billigkeit des Buches hinzuweisen hätten. Und durch zweckdienliche, geschmackvolle Werbemittel irgendwelcher Art, die zu entdecken und zu erfinden Sache des ganzen Buchhändlerstandes sein müßte.

Sollte es nicht möglich sein, vereint zu marschieren und vereint zu schlagen? Ist es nicht allerhöchste Zeit, die leidigen Streitfragen zwischen den beiden Stützen des Buchhandels, Verlag und Sortiment, aufzuschieben und in einer Front das gemeinsame Interesse jedes einzelnen von uns zu verfolgen, das dahin zielt, den Bücherabsatz mit allen Kräften, die uns zur Verfügung stehen, zu steigern?

Ich bitte hiermit jeden einzelnen Herrn Kollegen ergebenst, durch eine kurze, unverbindliche Mitteilung, die an die Geschäftsstelle des Börsenvereins zu richten wäre, zu erkennen zu geben, ob er grundsätzlich mit der Organisation eines allgemeinen Werbefeldzugs für »das Buch« einverstanden wäre.

Wenn genügend Unterschriften einlaufen, ist der Wille des deutschen Buchhandels erwiesen. Und wo der Wille ist, ist der Weg.

Stuttgart, 23. August 1921.

Erich Levy.

Für die Redaktion verantw. u. St.: Schriftführer Dr. Gerhard Wena. — Verlag: Der Börsenverein der Deutschen Buchhändler zu Leipzig, Deutsches Buchhändlerhaus. — Druck: Ramm & Seemann. Sämtlich in Leipzig. — Adresse der Redaktion und Expedition: Leipzig, Gerichtsweg 26 (Buchhändlerhaus).