



# Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint werktäglich. Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag inbegriffen, weitere Stücke zum eigenen Gebrauch frei. Geschäftsstelle oder Postüberweisung innerhalb Deutschlands 100 M. halbjährlich. Für Nichtmitglieder jedes Stück 200 M. halbjährlich. Für Kreuzbandbezug sind die Porto-kosten, Nichtmitglieder haben außerdem noch 1.50 M. halbjährlich Versandgebühren, zu erstatten.

Umfang einer Seite 360, viergespaltene Pettzellen. Mitgliederpreis: die Zeile 75 Pf., 1/2 S. 250 M., 1/4 S. 130 M., 1/8 S. 65 M. Nichtmitgliederpreis: die Zeile 2.25 M., 1/2 S. 750 M., 1/4 S. 400 M., 1/8 S. 205 M. Stellengesuche 40 Pf. die Zeile. Auf alle Preise werden 25% Steuer-Zuschl. erhoben. Rabatt wird nicht gewährt. Beilagen werden nicht angenommen. Beiderseitiger Erfüllungsort Leipzig. Rationierung d. Börsenblattraumes, sowie Preissteigerungen, auch ohne besond. Mitteilung im Einzelfall jederz. vorbehalten.

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 236 (R. 183).

Leipzig, Sonnabend den 8. Oktober 1921.

88. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil.

### Buch und Bild.

Berliner Herbstschau 1921.

Als man in Heidelberg auf die Berliner Buchwoche zu sprechen kam, wurde von mehr als einer Seite in erfreulicher Übereinstimmung anerkannt, daß man damit endlich auf den gesunden Boden positiver Arbeit zum Besten des Buchhandels gekommen sei. In der Tat sind Unternehmungen wie Buchwochen, Buchausstellungen usw. gerade in heutiger Zeit von großer Bedeutung. Der Buchhandel ist durch die Verarmung weite Kreise seiner bisher besten Abnehmer und durch die mit der allgemeinen Umwälzung zusammenhängenden Verschiebungen auf seinen Absatzmärkten vor schwere Aufgaben gestellt. Propaganda für das Buch wird damit zu etwas mehr als nur zu einem Schlagwort, wird eine Notwendigkeit. Die Inanspruchnahme der Presse und die Bearbeitung der Öffentlichkeit durch sie darf dabei nicht das einzige bleiben. Die Presse braucht für ihre Arbeit Anlehnung. Sie wird eher bereit sein, sich über den Buchhandel zu äußern und für seine Interessen einzutreten, wenn ihr der Buchhandel selbst dazu unauffällig Gelegenheit und immer wieder willkommenen Anlaß bietet. Dadurch, daß der Buchhandel selber von sich reden macht, muß es dem Publikum etwas Natürliches werden, daß ihm auch die Presse über den Buchhandel berichtet, und das Publikum selbst wird auch dann erst in vollem Umfange interessiert und gewonnen werden, wenn es über das, was es annehmen soll, nicht nur reden hört und Geschriebenes nachzulesen hat, sondern mit eigenen Augen sehen kann. Es hat sich bisher noch immer als richtig erwiesen, daß nichts so sehr überzeugt wie handgreifliche Inaugenscheinnahme. Daher die Wirkung jeder Ausstellung, daher auch der Erfolg der verschiedentlichen Buchmessen, und wenngleich die Reichsbuchwoche 1916 seinerzeit äußerliche ins Auge fallende Wirkungen scheinbar nicht gezeitigt hat, so könnte doch eine tiefer schürfende Kritik unschwer mancherlei Erfolg unter der Oberfläche feststellen. Aus diesen Zusammenhängen heraus darf man dem Gedanken, der jetzt mit der Berliner Herbstschau verwirklicht werden soll, günstige Aussichten prophezeien. Jedenfalls ist zu wünschen, daß das Unternehmen glücklich und dem Buchhandel Vorteile einbringt. Aus diesem Grunde ist allseitige Unterstützung zu empfehlen. Die in Berlin gemachten Erfahrungen werden wohl dann auch Unterlagen für weitere Unternehmungen im ganzen Reiche schaffen.

Die Veranstalter der Berliner Buchwoche wenden sich mit nachstehendem Rundschreiben an den deutschen Verlag:

»Die unterzeichneten Verbände beehren sich, in der Anlage den Prospekt einer großzügigen Veranstaltung zu übersenden, die unter dem Namen Buch und Bild, Berliner Herbstschau 1921, im Staatlichen Kunstgewerbe-Museum zu Berlin stattfinden wird.

Der gesamte deutsche Buch-, Kunst- und Musikalienhandel wird zur Beteiligung eingeladen. Die Ausstellung soll ein möglichst vollkommenes Bild der Leistungen geben und dem laufenden Publikum ein Berater, dem Handel ein Werbemittel für den Absatz seiner Erzeugnisse sein. Gleichzeitig soll ein Film vorgeführt werden, der die Herstellung des Buches zeigt. Ein Schaufensterwettbewerb der Buch-, Kunst- und Musikalienhandlungen soll mit gleichzeitigen Vorträgen das Interesse

des Publikums wecken. Wirkungsvolle gemeinsame Zeitungspropaganda der Verleger und Zeitungsartikel werden einem guten Weihnachtsgeschäft den Boden vorbereiten; insbesondere wird die Propaganda darauf gerichtet sein, das Vorurteil über zu hohe Bücherpreise in Wort und Bild zu beseitigen. Verlag und Sortiment gehen hier gemeinsam neue Wege, um dem Buch in allen Kreisen neue Freunde zu werben.

Trotz der großen Räume, die zur Verfügung stehen, erscheint es empfehlenswert, sich sofort den nötigen Platz zu sichern, da bereits die Vorbereitungen ergeben haben, daß auf eine sehr starke Beteiligung zu rechnen ist.

Das Rundschreiben ist unterzeichnet von der Korporation der Berliner Buchhändler, der Vereinigung der Berliner Mitglieder des Börsenvereins, dem Berliner Sortimenterverein, dem Börsenverein der Deutschen Buchhändler, dem Deutschen Verlegerverein, der Vereinigung der Kunstverleger, dem Deutschen Musikalien-Verlegerverein und dem Deutschen Buchgewerbeverein. Außerdem ist die Bildung eines besonderen Ehrenausschusses ins Auge gefaßt, dem die bekanntesten Persönlichkeiten aus den verschiedensten Kreisen angehören, neben Buchhändlern vor allem Dichter und Künstler, Kritiker, Vertreter der Behörden, Abgeordnete, Presseleute und viele andere. Damit ist ein sehr glücklicher Griff getan, denn schon dadurch werden weiteste Kreise an der Veranstaltung interessiert, was für den Buchhandel werbend wirken muß.

Über die Einzelheiten gibt ein ausführlicher Prospekt Aufklärung, der an den gesamten Verlag\* versandt wird.

Zur Verfügung stehen Räume des Alten Kunstgewerbemuseums, Berlin, Prinz-Albrecht-Straße 7, in dessen Lichthof auch eine Anzahl Vitruvina aufgestellt werden, um Gelegenheit zu geben, kostbare Werke unter Glas zu zeigen. Die Verteilung dieser Vitruvina behält sich die Jury vor. Für die übrigen Räume sind einheitliche pultartige Wandtische vorgesehen, die etwa 80 cm tief sind und eine ebenfalls 80 cm hohe Wandfläche haben. Die Wandfläche über den Tischen, etwa 150 cm Höhe, ist für den Kunsthandel bestimmt.

Der Preis für den laufenden Meter Tisch mit 80 cm hoher Rückwand beträgt 120 M., für die Pultvitruvina 150 M., für die vierseitige Vitruvina 400 M., für Vitruvina mit Rückwand 400 M., für Glaskästen auf Tischen 120 M., für Pulttische 250 M., für die Wandfläche über den Tischen pro qm 75 M. Mit Rücksicht auf die zurzeit unberechenbaren Preis- und Lohnsteigerungen muß jedoch für alle Fälle auf alle Preise eine Erhöhung bis zu 25% vorbehalten werden.

Die Ausstellung wird am 12. November eröffnet, und zwar mit einer Führung für die Presse, der zugleich Unterlagen für eine entsprechende Berichterstattung zur Verfügung gestellt werden sollen. Letzter Zeitpunkt für die Anmeldung zur Ausstellung ist der 15. Oktober. Die Platzverteilung erfolgt nach der Reihenfolge der Anmeldungen. Verspätete Anmeldungen haben keinen Anspruch auf Berücksichtigung, auch behält sich die Ausstellungsleitung Kürzung der bestellten Flächen nach Maßgabe des verfügbaren Raumes vor.

Die gesamte Ausstattung liegt in den Händen der Herren Professor Seck, Professor Büning, Professor Hadank und Professor Boehm, die in ihrer Eigenschaft als Lehrer an der Unter-