

Musarion-Verlag, Aktiengesellschaft in München. — Mit der Einladung zur 2. ordentlichen Generalversammlung der Aktionäre am 24. April 1923 in München hat der Vorstand unter Vorlage der Bilanz mit Gewinn- und Verlustrechnung per 31. Dezember 1922 in einem Bericht über das Geschäftsjahr 1922 folgendes mitgeteilt:

Die schon im letzten Geschäftsjahr zum Ausdruck gebrachten Schwierigkeiten in wirtschaftlicher Beziehung haben sich im Laufe des Jahres 1922 noch wesentlich verschärft. Wenn trotzdem die Geschäftsleitung in der Lage ist, ein befriedigendes Jahresergebnis vorzulegen, befriedigend, soweit hohe Ziffern unter den heutigen Verhältnissen überhaupt eine Befriedigung auslösen können, so liegt dies an der Tatsache, daß sich die Bücherkäufer im Laufe der Zeit mit den dauernden Preiserhöhungen abgefunden haben. Die Subskription auf die Musarion-Ausgabe von Niebischs Werken hat in erheblichem Ausmaße zugenommen; im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden drei weitere Bände (I, V und VI) dieser Ausgabe herausgebracht. Von den vielen Neuerscheinungen des Jahres 1922 soll hier lediglich noch der weiteren Entwicklung der Gesamtausgabe von Anatole France, von der nunmehr 18 Bände vorliegen, gedacht werden; ihrem Abjag kam die Verleihung des literarischen Nobelpreises 1921 sehr zu statten.

Der Geldentwertung mußte durch Verbreiterung der Kapitalgrundlage Rechnung getragen werden: Durch Beschluß der außerordentlichen Generalversammlung vom 10. Januar 1922 wurde das Grundkapital der Gesellschaft von 1 000 000 Mark auf 2 000 000 Mark, und durch Beschluß der ordentlichen Generalversammlung vom 27. Juni 1922 um weitere 2 ½ Millionen auf 4 ½ Millionen Mark erhöht.

Die Bilanz weist (nach Vornahme von über 2 000 000 Mark Rückstellungen) einen Gewinn von 2 177 589,17 Mark aus. Für die Verteilung des bilanzmäßigen Gewinns erlauben wir uns folgendes vorzuschlagen:

20% Dividende + 200 Mark weitere Vergütung für die Aktie der vollberechtigten 2 Millionen und 20% + 200 Mark für die Aktie p. r. t. für die ½ Dividende berechtigten 2 ½ Millionen Mk., letztere aufgerundet auf 135 Mark pro Aktie Mk. 1 137 500,—	
Der satzungsmäßige Gewinnanteil des Aufsichtsrates	Mk. 206 383,90
Der vertragsmäßige Gewinnanteil des Vorstandes aus Mk. 2 063 839,17	Mk. 309 575,85
Für die Vaterländische Kasse	Mk. 200 000,—
Als Vortrag auf neue Rechnung	Mk. 324 129,42
	Ges. Mk. 2 177 589,17

Durch die andauernde gewaltige Steigerung der Produktionskosten muß im Interesse der Aufrechterhaltung der Produktion wieder um eine Kapitalserhöhung durchgeführt werden, über die die Generalversammlung zu beschließen haben wird.

Rhein- und Ruhrspende. — Als Ergebnis der Sammlung der Angestellten und Arbeiter der Hölde-Plöcher-Tempeln A.-G., Wien IV, Johann Straußgasse Nr. 6, zur Linderung der Not in den Rheinisch-Westfälischen Industriegebieten wurde an den Bund der Reichsdeutschen in Wien der Betrag von 232 000 Kr. abgeführt.

Die Einheitskurzschrift. — Die langdauernden Bemühungen, eine deutsche Einheitskurzschrift zu schaffen, haben gegenwärtig weniger Aussicht auf Verwirklichung denn je. Weil Preußen auf einer Abänderung des sogenannten Juli-Entwurfs besteht, die nach bayrischer Ansicht im wesentlichen auf eine Einführung des Systems Stolze-Schrey hinauslaufen würde, hat das bayrische Kultusministerium dem Reichsministerium des Innern jetzt endgültig erklärt, daß es zu seinem Bedauern nicht mehr in der Lage sei, sich noch weiterhin an Verhandlungen zu beteiligen, die die Schaffung einer deutschen Einheitskurzschrift zum Ziele haben, und daß es an dem in Bayern seit einem Jahrhundert erprobten und seit 70 Jahren in den Schulen eingeführten System Gabelsberger festhalten werde.

Sprechsaal.

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

Zur „Organisation der allgemeinen Buchpropaganda“.

(Siehe Bbl. Nr. 78 und 91.)

X

Die Stimmen werden laut und lauter, viele Vorschläge sind gemacht, um die Werbetätigkeit für das Buch kraftvoll zu entfalten, und doch ist dabei bisher noch nie einer der wesentlichsten Gesichtspunkte

gestreift worden, auf welcher Grundlage sich eine dauernde Werbetätigkeit für das Buch entfalten läßt.

Nur mit Hilfe der Bibliographie des deutschen Buchhandels kann dauernd ein erfolgreicher Werbefeldzug für das deutsche Buch entfaltet werden. Der Börsenverein besitzt das Instrument in seinen verschiedensten Einrichtungen: dem Börsenblatt (= die tägliche Bibliographie) — dem Börsenblattlichen Verzeichnis der Neuigkeiten des deutschen Buchhandels — dem deutschen Bücherverzeichnis mit seinem Stich- und Schlagwortkatalog. Welche Fülle von Material gerade in der rechten Ausnutzung dieser Erscheinungen liegt, vermag nur der zu beurteilen, der versteht, mit dem Handwerkszeug des Buchhandels in der rechten Art zu arbeiten. Wie viele Anfragen treten täglich an den das laufende Publikum beratenden Buchhändler heran und wie oft tritt der Sortimenter an die Kataloge, um dem Hilfesuchenden die rechte Antwort aus den Bibliographien zu erteilen. Sollte sich auf Grund der bestehenden Einrichtungen, auf Grund der reichlich vorhandenen Erfahrungen nicht eine Einrichtung schaffen lassen, welche imstande ist, allen Anforderungen eines neuzeitlichen Werbefeldzuges für das deutsche Buch gerecht zu werden? Die deutsche Bibliographie ist der Quell, aus dem alle Pächte fließen. Beweisen nicht die reichlich vorhandenen von leistungsfähigen Firmen herausgegebenen Hauszeitschriften, die Kataloge der Exporteure und v. a. m., daß die Schaffung einer zentralen Werbestelle in Anlehnung an bestehende Einrichtungen des Börsenvereins unbedingt erforderlich ist, damit auch der kleinsten Buchhandlung Mittel in die Hand gegeben werden, dauernd Fühlung mit dem Kundenkreis zu halten und einen neuen Stamm zu werben? Soll nicht dem Publikum dauernd gesagt werden, über das, was dich interessiert, ist eine Fülle von Literatur vorhanden, sieh, hier sind die Unterlagen dafür, komm, kaufe durch deine Buchhandlung.

Die aus den Interessentkreisen geäußerten Wünsche und Anfragen an das **»Werbeamt für das deutsche Buch«** werden dafür sorgen, daß die Tätigkeit desselben stets zeitgemäß bleibt und nicht verandert. Deshalb auf zur Tat und schafft das Werbeamt für das deutsche Buch!

G. S.

„Waschzettel“.

In Nr. 91 des Bbl. führt Herr Otto Niebide die vergeistigte Bedeutung des Wortes Waschzettel auf die Goethenachlassknüffler zurück. Unter den Haushaltzetteln hätten die Notizen über die Hemden- und Strumpfwäsche des Olympiers einen nicht kleinen Raum eingenommen, man forderte auch für diese Dinge öffentliches Interesse, und diesen Urbe-griff des Waschzettels sollten sich doch die Verleger vor Augen halten, sagt Herr Niebide.

Wenn eine Tatsache so sicher hingestellt wird, fällt es schwer, an ihrer Richtigkeit zu zweifeln. Und gewiß wird Herr Niebide auch die Belege zur Hand haben. Er würde gewiß vielfachen Dank, namentlich von den »Goethenachlassknüfflern« ernten, wollte er damit heraus-rücken. Denn bis jetzt hat man zwar Schriftstücke verschiedenster Art von Goethes Hand aufgespürt; aber zufällig noch nie einen — Wasch-zettel.

In der Tat ist die Genesis der übertragenen Bedeutung des Wortes auch ganz anders. Der Waschzettel ist zu ihr erst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts gekommen, und zwar durch die regelmäßigen Zusammenstellungen mitzuteilender Tatsachen (darin liegt der Vergleich und ferner in dem bildlichen Ausdruck »Gewäsch«), die der offiziellen Presse, die nur scheinbar eigne Meinung gab, von der Regierung zungenen; was hier in der Politik geschah, soll ja genau entsprechend der »Waschzettel« des Verlegers leisten. Vielleicht der früheste literarische Beleg solcher Verwendung des Wortes findet sich in Berthold Auerbachs Roman »Neues Leben« (1851): »Ihr Vorgänger, der sich in letzter Zeit so verrannt, daß er lieber die ganze Welt zugrunde gerichtet hätte, ehe er seinen politischen Waschzettel änderte«.

Wilkowski.

Lieferung an das Publikum zum Selbsteinkaufspreis.

Eine Versandbuchhandlung »Kleinsiedelung« in Cassel, Herkulesstraße 69 — für die Geschäftsstelle zeichnet ein Herr Arthur Moriton —, erbietet sich, jedes im deutschen Buchhandel erschienene Buch zum **Selbsteinkaufspreis** zuzüglich einer Vermittlungsgebühr von 10% zu besorgen.

Ob die genannte Firma, die dem Buchhandel nicht angeschlossen ist, überhaupt in der Lage sein wird, ihr Angebot aufrechtzuerhalten, erscheint uns nach Kenntnis der Verhältnisse zweifelhaft.

Der Verlag wird jedenfalls gebeten, Lieferungen an die Versandbuchhandlung »Kleinsiedelung« in Cassel zu einem ermäßigten Preise nicht auszuführen.

Verantwortl. Redakteur: Richard Alberti. — Verlag: Der Börsenverein der Deutschen Buchhändler an Leipziger, Deutsches Buchhändlerhaus. Druck: Kamm & Seemann. Täglich in Leipzig. — Adresse der Redaktion und Expedition: Leipzig, Gerichtsweg 26 (Buchhändlerhaus)

