

**Falsche Rentenbankscheine.** — Seit einigen Tagen tauchen falsche Rentenbankscheine zu zehn Rentenmark auf, bei denen das Wasserzeichen sehr schlecht durch einen gemusterten Aufdruck in grauer Farbe nachgedruckt ist. Hält man die Scheine gegen das Licht, so fällt der Unterschied gegenüber den echten Scheinen sofort auf, auch fehlen dem Falschschein die Fasern, die bei den echten Scheinen auf der Vorderseite rechts in einem farbigen Stoffauslauf eingebettet sind. Der schwarze Aufdruck der Scheine ist mangelhaft. Bei einiger Aufmerksamkeit sind die Falschfälsche leicht als solche zu erkennen.

### Verionalsnachrichten.

**Wahl in den Aufsichtsrat.** — In der Generalversammlung der Deutschen Kommerz- und Kreditbank Aktien-Gesellschaft, Berlin, am 5. März 1924, wurde auch ein Angehöriger des deutschen Buchhandels, nämlich der Direktor der Zentralstelle zur Verbreitung guter deutscher Literatur, G. m. b. H., in Neuhoj, Kr. Teltow, Herr Friedr. Wilh. Drepohl, in den Aufsichtsrat dieser Bank gewählt.

### Sprechsaal.

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

#### Zur Förderung der Spezialfenster.

Von A. F. Dittberner, Berlin-Steglitz.

Auf Veranlassung der Werbestelle möchte ich mich kurz mit dem Gedanken der Förderung der Spezialfenster beschäftigen.

Am 14. Dezember 1923 unterbreitete meine Firma (Presseverlag Dittberner) der Werbestelle u. a. folgende Anregung:

»Ihre Vorschläge für Sonderfenster wirken als Anregung und Übersicht gut, sie erscheinen uns aber nicht weittragend genug. Versehen Sie sich bitte in die Lage eines Sortimenters! Sein Geschäft ist im Augenblick das denkbar schlechteste. Er muß Geld »machen« und deshalb in erster Linie Lagerverkäufe vornehmen. Weniger aber wird der Sortimenter dazu neigen, nun Lehrmeister-Bücher, Heimatbücher u. a. einzukaufen, um Spezialfenster als neue Werbemittel zu erproben. Viele Buchhändler sind viel zu schwerfällig dazu, andere können einfach nicht, weil ihnen das Geld zu knapp geworden ist. Da entsteht die Frage: Warum soll der Buchhändler allein das Risiko des Lotteriespiels übernehmen? Hat der Verlag nicht das gleiche Interesse an dem Spezialfenster wie der Sortimenter, und tut dieser nicht schon genug, wenn er unter Verzicht auf andere Geschäfte ein hoch immer kostspieliges Schaufenster mit wertvollem Aufwand an Zeit und Arbeit zur Verfügung stellt? So sollte der Verlag auch ein kleines Opfer bringen, dem Buchhändler helfen, eine Schaufenster-Kollektion leihweise zur Verfügung stellen und einen kleinen Büchervorrat in Kommission geben. Und damit der Verlag nicht übermäßig belastet wird, könnte sich da als Zwischenglied die Großbuchhandlung einfügen, die derartige »Schaufenster-Ausstellungen« von Buchhandlung zu Buchhandlung wandern läßt und die Buchhandlungen auf telephonische Bestellung vom eigenen Lager durch Boten bedienen läßt, sodas der Sortimenter neben seinem Opfer nicht noch das Risiko des Lagereinkaufs auf sich zu nehmen braucht. Derartige »Spezialfenster« wären bezirksweise an Großbuchhandlungen zu vergeben und dadurch zu erweitern, daß die Großbuchhandlungen später die »Fenster« unter sich austauschen. So wird eine rührige Reklame für die beteiligten Verleger einsetzen, eine nutzbringende Weiterentwicklung bei Verlag und Sortiment. Im günstigsten Fall kauft der Sortimenter dann bei Entfernung der Ausstellung nicht nur das, was er bestellt erhielt, sondern aus Dankbarkeit, oder da er selbst interessiert wurde, ihm geeignet erscheinende Werke für das Lager. Beim Wandern der Ausstellung auf Kosten der Großbuchhandlung, die übrigens nur Erfolg versprechende Buchhandlungen beliefern wird, deren Einschätzung dem Verleger aus der Entfernung nicht möglich ist, entstehen dem Verlag keinerlei Kosten und Arbeiten. Wollen die Verleger darüber hinaus noch etwas tun, so können sie der Lokalpresse ein Rezensionsexemplar zur Verfügung stellen, und die Großbuchhandlung müßte dafür Sorge tragen, daß in der Besprechung auf die Gesamtausstellung des Verlags hingewiesen wird. Ein Belegexemplar ist an den Verlag als Quittung zu senden. Das erscheint uns zweckentsprechender als das Buch dem Dekorateur zu widmen, denn derjenige, der dekoriert, soll sein Bestes hergeben und nicht erst durch eine Prämie zu einer Glanzleistung veranlaßt werden.«

Heute ist zu dieser Anregung zu bemerken, daß sie einestells nicht mehr so dringend wie einst erscheint, denn viele Verleger haben inzwischen den Kreditverkehr aufgenommen und verstehen sich auch schon zu Kommissionsendungen. Die Einrichtung eines Spezialfensters mit neu hereinzunehmenden Büchern bedeutet also nicht mehr ein so großes Risiko wie anfangs Dezember. Immerhin klingt noch das Lied von der »Nachnahmekrankheit«, und auch sonst werden die Spezialfenster mehr Zuspruch finden, wenn ihre Einrichtung nicht nur risikolos, sondern auch mühelos und mit wenigen Spesen verbunden erscheint. Um ein Beispiel anzuführen: Ein Sortimenter will eine Radio-Bücher-Ausstellung einrichten. Da hat er an 60—80 Firmen zu schreiben, die Adressen mühevoll zu ermitteln, auf die Belieferung teilweise lange zu warten und schließlich auszapfen, zu sichten und — wieder zu warten, bis die letzten verzögerten, vielleicht die wichtigsten Sendungen eintreffen. So beansprucht die Fertigstellung des Spezialfensters lange Zeit, ein kleines Kapital, das dringend gebraucht wird, ist investiert worden, und wenn die Ausstellung endlich beginnen könnte, hat man inzwischen vielleicht schon einige verlangte Bücher verkauft, sodas jetzt erst ihre Nachbestellung nötig wird. Gegenüber diesem Modus bietet mein System in der Tat wesentliche Vorteile, die allerdings für den Verlag auch Schattenseiten haben. Es kommt jedoch weniger darauf an, einzelnen Firmen einen scheinbaren augenblicklichen Vorsprung zu gewähren, als darauf, die Spezialfenster-Angelegenheit so zu organisieren, daß sie in der Durchführung leichter fällt und deshalb mehr Anhänger findet.

Die Kollektiv-Ausstellungen einzelner Verleger werden den Buchhändlern jetzt teilweise schon wesentlich erleichtert. Es läßt sich aber nicht leugnen, daß sie in meinem »Rahmen« für Verleger und Sortimenter billiger und müheloser sein dürften, ganz abgesehen von der größeren Werbung für den Verlag. Manche derartige Kollektiv-Ausstellungen sind jedoch viel zu einseitig und darum weniger oder überhaupt nicht erfolgreich. Denn es fehlt in mancher Verlagsrichtung die Vielseitigkeit, die jedem etwas bieten könnte, sodas das für ein Spezialfenster voraussetzende allgemeine Interesse verloren geht. Ferner berücksichtigt man, daß mancher Verlag, der ein Spezialfenster anbietet, nicht in der Lage ist, mit seinen Büchern ein ganzes Fenster auszufüllen. So gehen die Sortimentere, wie ich mir sagen ließ, immer mehr davon ab, sich bei Spezialfenstern auf einen Verlag zu beschränken. Wohl gibt es Verleger genug, die dem Buchhändler mehr als ein Fenster wirkungsvoll ausstatten könnten, doch sind diese mit der Zeit auch »abgegrast«, oder die beiderseitigen Wünsche lassen sich nicht unter einen Hut bringen.

Ohne auf die Möglichkeit der Ausstellung der Gesamterzeugnisse eines Verlags zu verzichten, wird der Buchhandel immer mehr an das »gemischte« Spezialfenster denken. Hierbei leistet die Zusammenstellung geeigneter Inserate durch die Werbestelle, auf bestimmte Gebiete zugeschnitten, wertvolle Dienste. Hand in Hand hiermit sollte das »neue« System gehen, das besonders dem kleineren Sortimentere willkommen sein dürfte.

#### Das deutsche Buch im Ausland.

Erwiderung auf die Mitteilung des Herrn Kurt Pincus im Hause Deutsche Buchhandlung und Antiquariat, Arnhem (Holland), im Börsenblatt Nr. 39 vom 15. Februar 1924 unter der Überschrift »Videant consules«.

Die Mitteilung, soweit sie wissenschaftliche Werke betrifft, habe ich verschiedenen meiner Autoren zur Kenntnis gebracht und erhalte auf das, was holländische Studenten darüber sagen, von einem Autor folgende Antwort, die für den wissenschaftlichen Verleger und Sortimentere von gleich großem Interesse ist:

»Was Sie mir über die holländischen Studenten schreiben und was mich natürlich sehr interessierte, ist meiner Ansicht nach weiter nichts, als die ganz gewöhnliche, im Ausland jetzt übliche Verunglimpfung Deutschlands und deutscher Erzeugnisse; denn es ist einfach nicht wahr, was die holländischen Studenten hier von sich gegeben haben. Es mag sein, daß die englischen und französischen Bücher heute billiger sind als die deutschen, aber daß sie inhaltlich kürzer wären, ist einfach eine Lüge.

Was die Chemie anbelangt, kommt noch hinzu, daß das verbreitetste deutsche Lehrbuch von einem Holländer (Holleman) kommt. Wenn die holländischen Studenten dieses Erzeugnis als einheimisches deutsches Lehrbuch ansehen, so kann das chemischen Kreisen nur angenehm sein. Im übrigen vergleiche jeder die 7 Bände Roozeboom (auch deutsch erschienen bei Vieweg) und die gleichen, sich in derselben Richtung bewegenden Lehrbücher von G. Tammann!«

L. B.