

Redaktioneller Teil.

(Nr. 144.)

Bekanntmachung.

In den Börsenverein der Deutschen Buchhändler zu Leipzig sind in der Zeit vom 1. bis 31. August 1924 folgende Mitglieder aufgenommen worden:

- 13 202*) Christiansen, Dr. Fritz, i. Fa. Hamburger Kartenvertriebsstelle und Kartenverlag Meißner & Christiansen in Hamburg.
- 13 206 Fellhauer, Dr. Ludwig, Geschäftsführer d. Fa. Peter Kreuer G. m. b. H. in Frankfurt a. M.
- 13 198 Hoffmann, Frau Toni, geb. Opitz, i. Fa. Opitz & Co. in Güstrow.
- 13 204 Peters, Rudolf, i. Fa. Friedrich A. Wordel in Leipzig.
- 13 201 Prior, Walter John, Direktor d. Fa. Deighton, Bell & Co. Ltd. in Cambridge.
- 13 208 Schulze, Wilhelm, Prokurist d. Fa. Freiland—Freigeld-Verlag (Freiwirtschaftlicher Verlag) Helmut Haacke in Berlin.
- 13 207 Schwertfeger, Hans, Prokurist d. Fa. Knud Beudt, Buch- und Kunsthandlung in Kiel.
- 13 200 Waller, Heinrich, i. Fa. Chr. Heinrich Waller in Stade.
- 13 209 Beh, Paul, Direktor d. Fa. Verlagsanstalt Görlitzer Nachrichten und Anzeiger A.-G. in Görlitz.
- 13 203 Winter, Hermann, Geschäftsf. d. Fa. Polytechnische Verlagsgesellschaft Max Hittentlofer in Strelitz i. M.
- 13 199 Zierfuß, Paul, i. Fa. Paul Zierfuß vormals Reinhold Zierfuß in Arnstadt.

Gesamtzahl der Mitglieder: 4864.

Leipzig, den 12. September 1924.

Geschäftsstelle des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig.

J. A.: Paul Runge, Obersekretär.

*) Die dem Namen vorgeetzte Ziffer bezeichnet die Nummer in der Mitgliederrolle.

Buchhändler-Verband „Kreis Norden“.

Nach erfolgter Wahl in der Hauptversammlung am 7. September in Oldenburg setzt sich der Vorstand wie folgt zusammen:

Heinrich Boyßen, Hamburg, 1. Vorsitzender;
 Carl Otto, Delmenhorst, 2. Vorsitzender;
 Alfred Janssen, Hamburg, 1. Schriftführer;
 Otto Quisow, Lübeck, 2. Schriftführer;
 Hermann Lorenzen, Altona, Schatzmeister.

Beisitzer:

Heinrich Bischoff, Oldenburg;
 Arthur Geist, Bremen;
 Robert Jodusch, Wilhelmshaven;
 J. H. Rod, Niebüll;
 Hanns Pipsius, Kiel;
 Dr. Ernst Westphalen, Flensburg.

Hamburg, den 9. September 1924.

Der Vorstand.

J. A.: Alfred Janssen, 1. Schriftführer.

Auslandspropaganda des strengwissenschaftlichen Verlages.

Von Dr. Adolf Schwarz.

(Siehe auch Abl. Nr. 211 und 213.)

Der strengwissenschaftliche Verlag hat das extensivste und zugleich das am wenigsten intensive Absatzgebiet. Um dieser Eigenart willen wird er, ganz abgesehen von der Verarmung der in Frage kommenden Kreise in Deutschland, danach streben müssen, seine und damit die Beziehungen der deutschen Wissenschaft zum Auslande zu heben. Zwei Schwierigkeiten wird er jedoch hierbei zu überwinden haben, die Kostenfrage und andererseits die der Wiederanknüpfung der in der Kriegszeit und den folgenden Jahren unterbrochenen Beziehungen, sintemal er sicher ebensowenig wie der belletristische Verlag sich mit Besprechungen in Fachblättern wird begnügen wollen.

Da der wissenschaftliche Verlag außerordentlich spezialisiert ist und mithin keine Konkurrenzrücksichten dagegen sprechen, dürfte es empfehlenswert sein, eine Zentralwerbestelle zu schaffen, deren Aufgabenbereich etwa das Folgende wäre:

1. Beschaffung und Sichtung der Adressen der Gelehrten, wissenschaftlichen Bibliotheken usw. der ganzen Welt;
2. desgleichen der wissenschaftlichen Zeitschriften, der in Frage kommenden Tagespresse usw.;
3. systematische Beschickung bzw. Nachweis der in Frage kommenden Ausstellungen und Gelehrtentagungen;
4. Zusammenstellung der psychologischen Momente, die bei der Werbung in den einzelnen Ländern zu beachten sind;
5. Nachweis von wissenschaftlicher Literatur bei Nachfragen aus dem Auslande.

Neben einem sorgsamem Studium der ausländischen Presse wird zu einem Gelingen eine weitestgehende Mitarbeit der deutschen Auslandsvertretungen beitragen, die auch zu erreichen sein dürfte, wie Verfasser dieses in der Nachkriegszeit bei Rundschreiben eines wirtschafts- und später eines kunstwissenschaftlichen und -gewerblichen Verlages feststellen konnte. Die sich hierbei ergebenden Unkosten dürften nicht allzu hoch sein, und der Erfolg wäre ganz sicher, wenn das Auswärtige Amt zu einer ideellen Mitwirkung herangezogen würde. Eine ganze Anzahl deutscher diplomatischer Stellen ist bereits dazu übergegangen, Merkblätter und Adressenverzeichnisse, wenn auch zunächst mehr für industrielle Exportzwecke, drucken zu lassen. Diese Verzeichnisse enthalten z. T. bereits Buchhandlungen und wissenschaftliche Vereine.

Auch die fremdländischen diplomatischen Vertretungen in Deutschland dürften teilweise hierfür zu gewinnen sein, wie verschiedentlich festgestellt werden konnte; ein ausländisches Konsulat in Köln erklärte sich z. B. sogar zur Vermittlung von Adressbüchern bereit.

Diese Zentralwerbestelle könnte vielleicht auch dazu übergehen, Sammelprospekte herzustellen, etwa in der Art der Jahrbücher der Fakultäten über die Dissertationen an den deutschen Hochschulen, die jeweils den Titel und Verfasser nebst einer sachlichen kurzen Inhaltsangabe (Problemstellung und Ergebnisse) anführen. Diese Prospekte könnten ebenso mit Hilfe des Sortiments im Inland verbreitet werden, da eine Herstellung in deutscher Sprache vollauf genügt, weil andere Gelehrte als diejenigen, die unserer Sprache mächtig sind, für die Werbung nicht in Frage kommen. Empfehlenswert dürfte jedoch die Beifügung auch der fremdvalutarischen Preise sein, denn besonders bei Sendungen nach Amerika kann man es erleben, daß die Goldmarkpreisliste zurückkommt, weil man scheinbar lieber das Rückfrageporto opfert, als daß man die leichte Mühe der Umrechnung auf sich nimmt.