

Ausgabe) A und B, 15 und 18 M., gebunden mit 50% Rabatt; für jedes bezogene Exemplar je 10 verschiedene, dem Wert entsprechende Tafeln, Plakat mit Bildkarten aus „Bilder zur Himmelskunde“, herausgegeben von Prof. Dr. U. Schwabmann, Sammlung 1, 2, 5, 8/9 und 12 unentgeltlich.

**Lichtlampf-Verlag Hanns Altermann**, Kettwig an der Ruhr: Für Sonderfenster der Lichtlampf-Bücher Verlagswerke kommissionsweise mit Abrechnung innerhalb 3 Monaten ab Lieferdatum in beliebiger, aber begründeter Höhe franko gegen franko. Endgültige Abrechnung zu Bedingungen des Staffelpabatts, Mindestrabatt 35%, Höchststabatt 50%. Ferner: gerahmte Bilder aus den Altwerken des Verlags, Größe 35 cm im Quadrat, Rückgabe nach Schluß der Sonderausstellung. Bedingung: Lieferung zweier Abzüge der photographischen Aufnahme des Sonderfensters.

**Mimie Verlag, G. m. b. H.**, Stuttgart: Lebensreformerische Verlagschriften mit Abrechnung nach 3 Monaten; günstige Rabattierung.

**Nürnberger Bilderbücher-Verlag Gerhard Stalling**, Oldenburg i. O.: Verlagswerke für ein Sonderfenster „Nürnberger Bilderbücher“. Im Falle der Zusicherung einer mindestens 8tägigen Dauer des Sonderfensters werden 2 Exemplare jedes Buches mit 50% Rabatt geliefert. Zusendung porto- und verpackungsfrei. Das Schaufenstermaterial muß fest übernommen werden. Ziel 3 Monate.

**Angebote für den Verlag.**

Sonderfenster- und Werbematerial wünschen:

**Theodor Hempel, Buchhandlung, Meuselwitz**: Der Volksbildungsausschuß zu Meuselwitz in Thüringen veranstaltet Mitte Dezember eine Ausstellung „Buch und Bild“. Verleger, die die Ausstellung besichtigen wollen, werden aufgefordert, sich an die Buchhandlung Hempel zu wenden.

**Sprechsaal.**

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

**Lagerergänzungs-Schmetterling.**

(Vgl. Bbl. Nr. 233 u. 239.)

Im Bbl. Nr. 233 vom 3. 10. 1924 ist unter dem Titel »Aus dem französischen Buchhandel« von den sogenannten Lagerergänzungs-Schmetterlingen die Rede. Diese Lagerergänzungs-Schmetterlinge halte ich für außerordentlich geeignet, den Sortimentern die Arbeit zu erleichtern und den Verlegern die Lagerergänzungsbestellungen regelmäßig zuzuführen. Wenn auch in gut geleiteten Sortimentsbetrieben an Hand der Paragon- und sonstiger Kassenzettel eine tägliche Ergänzung des Lagers stattfindet, so ist die Notierung des Titels immerhin zeitraubend und hier und da bei sehr eiliger Kundschaft nicht immer durchführbar. Wird aber der Lagerergänzungszeitel mit der fortlaufenden Nummer des Paragonblocks beim Verkauf versehen, so kann er den Vermerk des Titels auf dem Verkaufsblok überflüssig machen und trotzdem für eine sorgsame Lagerergänzung Gewähr leisten. Das liegt im Interesse der Sortimenter sowohl wie dem der Verleger. Es lassen sich aber mit diesen Lagerergänzungs-Schmetterlingen auch wertvolle Statistiken über den Verkauf vom Lager überhaupt machen, deren Bedeutung jeder praktische Buchhändler ohne weiteres einsehen wird.

Ich beschränke mich auf diese kurze Ausführung und schließe mit der Bitte, der Verlag möchte doch nach aller Möglichkeit — und ich wüßte nicht, in welchem Falle es nicht möglich sein sollte — diese Lagerergänzungs-Schmetterlinge einführen.

Hannover.

Schmorl.

Die Notiz in Nummer 239 des Bbl. gibt mir Veranlassung, mich einer Einrichtung zu erinnern, die ich vor etwa 20 Jahren anlässlich meiner Sortimenter-Tätigkeit eingeführt habe. Die à-c-Bestellungen erhielten die übliche Lagerbestellnummer; traf die Sendung ein, erhielt das betreffende Buch anstatt der üblichen Reklamemarke, die wir jedem Buch auf der dritten Deckelseite anhefteten, eine doppelte Reklamemarke, die nicht nur Firma und Wohnort, sondern auch Bestellnummer und Preis trug. Wurde das Buch verkauft, so trennte der Verkäufer die lose anhängende zweite Reklamemarke, die Bestellnummer und Preis angab, ab, sammelte sie in der Kasse, und abends wurden nach diesen Marken die Bestellnummern nachgesehen und die Ergänzungsbestellungen ausgeschrieben. Die Einrichtung hat sich als außerordentlich praktisch bewährt.

Berlin W. 9.

Ernst Dase.

Börsenblatt f. den Deutschen Buchhandel. 91. Jahrgang.

**Herstellung von Verlagsprospekten.**

Verlagsprospekte sind meist zu groß, sodaß sie vom Bücherfreund nicht dauernd aufbewahrt werden. Er ärgert sich darüber, wenn er einen Quartprospekt entfalten muß, bevor er sieht, was er enthält. Das ideale Format ist Klein-Oktav. Für den Sortimenter ist der Versand (mit Rücksicht auf die teuren Quartumschläge) von Prospekten dieses Formats am angenehmsten.

Gedankenlos arbeiten jene Verleger, die ihre Prospekte nicht beschneiden lassen. Da mag wohl, wenn der Kunde so einen Prospekt erhält, in den seltensten Fällen ein Messer zum Ausschneiden genommen werden. Finger, Haarnadeln sind wohl das Nächstliegende (was in der Zeit des Bubikopfes für letztere nicht einmal zutrifft), und wie sieht dann ein so zerzauster Prospekt aus! Zum Aufheben verlockt er nicht mehr.

Manche Verleger verlangen vom Sortimenter Beiträge zu den Herstellungskosten. Der rechnende Sortimenter wird diese immer ablehnen müssen. Die Instandhaltung der Kundenregister, eine individuelle Versandarbeit, Umschläge, Porto, alles das kostet dem Sortimenter soviel Geld, daß die Selbstaufgaben des Verlegers dagegen oft verschwindend klein sind.

Verlangen muß der Verleger hingegen, daß das Prospektmaterial sorgfältig verstreut wird. Derjenige Sortimenter, der Prospekte, Kataloge zu anderen Zwecken benutzt, als sie an Kunden weiterzugeben, handelt unehrlich.

Jene Verleger, die ihre Prospekte mit der Postadresse ihrer Firma versehen, wollen vermutlich den Sortimenter nur zur Werbearbeit benutzen und hätten am liebsten die Bestellungen vom Kunden direkt. Wenn nicht in vielen Fällen die Angabe des Verlegers für den Wert des Buches ausschlaggebend wäre (Namen wie Diederichs, Springer usw. sind schon allein für die Bücher auch bei Kunden eine Empfehlung), wäre es überhaupt notwendig, den Verlag ganz wegzulassen, um dem werbenden Sortimenter den Ertrag seiner Arbeit, soweit es überhaupt möglich ist, voll zukommen zu lassen. Gut durchgeführt ist in dieser Hinsicht der Katalog »Wege zur Gesundheit« (Pahl, Dresden). Sammelkataloge dieser Art ersparen dem Verleger überhaupt Geld und werden vom Kunden aufgehoben, ein Ziel, das jede Drucksachenreklame, ob Prospekt oder Katalog, haben sollte.

Sch.

**Direkter Bücherbezug einer Privatlehranstalt.**

Eine Privat-Handelslehranstalt in einer Mittelstadt hatte direkt von einem Verlag ein wissenschaftliches Buch verlangt, das dieser aber nicht lieferte. Auf seine Anfrage, zu welchem Zweck das Buch gebraucht würde, erhielt er die Antwort:

»Auf Ihre Karte vom 11. d. M. erwidere ich Ihnen, daß ich angefragtes Werk von . . . an meinem Institut für Lehrzwecke benötige. Ich habe von jedem Verlag, von dem ich beziehe, stets äußersten Rabatt immer erhalten und nehme an, daß auch Sie unter diesen Umständen mir einen solchen gewähren. Ich sehe der Zusendung gefl. entgegen und zeichne . . . .«

Es handelte sich aber bei dem erbetenen Werk nicht etwa um ein Schulbuch, sondern um ein Werk, das der Sohn des betreffenden Handelslehrers an der Universität Frankfurt a. M. gebraucht. Die Karte enthielt auf der Vorderseite noch folgende Bemerkung, die den Sortimentsbuchhandel besonders interessieren wird:

»Ich beziehe meine sämtlichen Lehrbücher, Lehrmittel direkt vom Verleger, niemals durch eine hiesige Buchhandlung.«

Dieser Fall möge die Herren Verleger von neuem daran erinnern, direkt eingehende Bestellungen stets dem Sortiment zu überweisen.

A.

**Ludwig Pfafflinger.**

Wer kann mir den Aufenthalt des Herrn Ludwig Pfafflinger mitteilen? Er hat sich am 11. August dieses Jahres von meinem Gehilfen 10 Mark leihen lassen unter der Angabe, er vertrete in München ein Lehrmittelgeschäft und wohne Fürstensefelderstraße 15. Pf. hat seitdem nichts mehr von sich hören lassen. Eine an die angegebene Anschrift gesandte Mahnung ist als unbestellbar zurückgekommen.

Würzburg.

Hannes Wadenkle.

Vor dem Reisenden Ludwig Pfafflinger ist bereits vor längerer Zeit im Börsenblatt (1923, Nr. 147, 160 und 175) gewarnt worden. Er hat damals die Musterkollektionen von verschiedenen Firmen unterschlagen und an andere Verlage verkauft. Pf. ist daraufhin zur Rechenschaft gezogen worden, worüber der Josef Singer Verlag in Leipzig auf Anfrage gern Näheres mitteilt.

Red.