

nungsverkehr durch die VAG ist ein ziemlich verlässiger Maßstab für die Geldflüssigkeit im Buchhandel. Er steht zurzeit auf einer vorher noch nicht erreichten Höhe und wickelt sich überraschend pünktlich ab.

Also nur Vorsicht, Umsicht, Zuversicht! Es wird schon gut gehen!

Abrechnungs-Genossenschaft
Deutscher Buchhändler, e. G. m. b. H.

Der Vorstand:

Adolf Behnen. Robert Voigtländer. Otto Zimmermann.

Beanspruchung des Buchhändlerabattes.

(Zuletzt Bbl. Nr. 277.)

Es mehren sich auffällig die Forderungen von Buchhändlerabatt durch Behörden, Bibliotheken, Institute usw. Der Verlag N. Oldenbourg in München hat einen solchen Anspruch des Instituts für wissenschaftliche und angewandte Photographie der Technischen Hochschule in Darmstadt mit trefflichen Worten zurückgewiesen, wie aus nachstehend abgedrucktem Briefwechsel hervorgeht:

Darmstadt, den 19. November 1924.

Sehr geehrter Verlag!

Ich bitte, dem Institut ein Exemplar des bei Ihnen erschienenen Buches:

Marr, 'Das Trocknen und die Trockner' zum Buchhändlerpreis zu überlassen.

Hochachtungsvoll

Dr. Fr. Zimmer,
a.o. Prof. u. Institutsvorstand.

Antwort von N. Oldenbourg, Verlag, vom 21. November:

»Die Lieferung eines Stückes unseres Verlagswerkes Marr, 'Das Trocknen und die Trockner' kann zum Buchhändlerpreis nicht erfolgen.

Der Verkaufspreis der broschierten Ausgabe des Werkes beträgt Mk. 12.30, der der gebundenen Ausgabe Mk. 13.70. Nur zu diesem Preise kann der Band durch unsere Sortimentsabteilung geliefert werden.

Die Forderung der Berechnung des Buchhändlerpreises ist wohl auf einen Irrtum zurückzuführen. Es dürfte doch wohl bekannt sein, daß nach den buchhändlerischen Satzungen die Lieferung von Buchwerken an das Publikum vom Verlag und Sortiment gleichmäßig nur zu dem vom Verlag festgesetzten Ladenpreis erfolgen kann.

Weiteres Schreiben des Institutsvorstands vom 25. November:

»Unter Bezugnahme auf Ihre Postkarte vom 21. November 1924 teile ich mit, daß die dem Institut zur Verfügung stehenden Mittel es nicht erlauben, Bücher, die zum Auslegen für die Studierenden bestimmt sind, zum Buchhandelspreis anzukaufen. Wird seitens des Verlags nicht ein entsprechender Rabatt bewilligt, so muß der Ankauf der betreffenden Werke unterbleiben. Es ist übrigens ziemlich das erste Mal, daß ich bei einem Verlag derart wenig Verständnis finde. Aufklärende Mitteilungen über buchhändlerische Satzungen benötige ich nicht.

Antwort von N. Oldenbourg, Verlag, vom 28. November:

»Ich bestätige den Erhalt Ihrer Zuschrift vom 25. November. In dieser teilen Sie mir mit, daß Sie eine Belehrung über buchhändlerische Satzungen nicht benötigen. Das mag sein! Aus Ihrem Briefe geht aber deutlich hervor, daß Sie eine Belehrung in anderer Richtung sehr wohl benötigen. Sie unterschreiben mit akademischem Grad und Titel ein Schreiben, aus dem deutlich hervorgeht, daß Sie nicht nach wissenschaftlichen Gesichtspunkten die für die Studierenden notwendigen Bücher ankaufen, sondern sich bei Ihrer Entscheidung nur durch das Entgegenkommen in der Preisstellung leiten lassen.

Diese merkwürdige wissenschaftliche Auffassung läßt mir allerdings auch durchaus begreiflich erscheinen, daß auf Ihrer Seite kein Verständnis besteht für das, was ein Verleger dem Gesamtbuchhandel schuldig ist.

Wiederverkäufer in Elberfeld?

Am 18. November hatte sich als Wiederverkäufer benannt, die Bezeichnung der billigsten Preise und Einräumung höchster Rabattsätze für den Wiederverkauf erbeten ein

Friedrich Droste, Elberfeld, Untergrünwaldstr. 9,
Fernruf 4882.

Gleichzeitig war eine Bestellung auf je 1 Exemplar verschiedener Bücher mit aufgegeben worden. Auf unsere Erwiderung, daß uns Droste, der übrigens auf seinem Briefkopf ein bergmännisches Zeichen hatte, nicht als Wiederverkäufer bekannt sei und er den Nachweis als Buchhändler zu erbringen hätte, zog er am 24. November den Auftrag zurück und wick der Beantwortung unserer Anfrage aus. Es ist Aufgabe vom Verlag und Buchhandel, ordentliche Wiederverkäufer zu schützen. Dann aber muß auch bemerkt werden, daß das Hineindrängen von Auch-Wiederverkäufern leider mit daran liegt, daß sich Buchhändler an den betreffenden Orten nicht so recht für einzelne Verlage verwenden. Es wäre wohl nötig, daß der Buchhandel in Elberfeld dem Herrn Droste auf die Finger sieht, denn er scheint sich lediglich für seinen eigenen Bedarf beim Buchhandel Bücher mit Rabatt verschaffen zu wollen.

Dresden-N. 24, den 27. November 1924.

Verlag der Schönheit Richard A. Giesecke.

Volkerverband der Bücherfreunde.

J. F. Lehmanns Verlag in München hat an die »Münchener Neuesten Nachrichten« folgende Antwort gegeben:

»Wir sind leider nicht in der Lage, von Ihrem Anzeigenangebot Gebrauch zu machen. In erster Linie deshalb nicht, weil Sie in der uns übersandten Nummer 121 einen ausführlichen Werbeaufsatz für den Volkerverband der Bücherfreunde abdrucken. Der Buchhandel muß diesen Volkerverband als seinen Todfeind betrachten, da er nichts anderes bezweckt, als durch fabrikmäßige Buchherstellung und Ausschaltung des Sortimentsbuchhandels ihm das Grab zu schaufeln. Was die Erdrosselung des Sortimentsbuchhandels für das bücherkaufende Publikum bedeutet, wird dieses erst merken, wenn es einmal zu spät ist, und es wird bedauern, dann nach Katalogen kaufen zu müssen, ohne die Bücher sehen zu können, oder gar auf das angewiesen zu sein, was ihm anzubieten der Volkerverband der Bücherfreunde für gut hält.«

Dichter-Abende als Werbemittel.

Eine Entgegnung.

(Vgl. Bbl. Nr. 281 vom 1. Dezember 1924.)

Ohne zu den sämtlichen Anregungen des Herrn Köppe Stellung nehmen zu wollen, gestatten wir uns, zu bemerken, daß nach den uns bisher zugegangenen Berichten durchaus nicht gesagt werden kann, daß »ein solcher Vortragsabend wohl fast immer ein Defizit bringen werde«. Es sind uns im Gegenteil wiederholt Mitteilungen über finanzielle Erfolge gemacht worden, die durch die Veranstaltung solcher Vortragsabende erzielt worden sind. Es ist aber noch zu bedenken, daß der finanzielle Erfolg ja durchaus nicht im Mittelpunkt der Bestrebungen stehen soll, daß vielmehr das Schwergewicht auf die von der regelmäßigen Veranstaltung kultureller Abende ausgehende werbende Wirkung für das Buch und vor allem für die veranstaltende Buchhandlung zu legen ist. Die Werbebestelle ist sich selbstverständlich klar darüber, daß man niemandem zumuten kann, fortlaufend Vortragsabende zu veranstalten, wenn dauernd mit einem beträchtlichen Defizit gerechnet werden muß. Bei vorsichtiger Auswahl der Autoren wird sich aber im Laufe der Zeit auch der finanzielle Erfolg einstellen. Wir empfehlen, um ihn herbeizuführen, besonders die Beachtung des Aufsatzes von Oskar Cullig im Börsenblatt Nr. 281 vom 1. Dezember und die Beachtung seines Vorschlags: die Gründung von literarischen Gesellschaften, die der veranstaltenden Buchhandlung den sicheren Resonanzboden für ihre Vortragsabende geben können.

Werbestelle des Börsenvereins.

Preisangabe bei Besprechungsstücken.

Viele Verleger haben nur einen ersichtlichen Grundsatz, nämlich bei der Versendung der Besprechungsstücke keinen Preis anzugeben, so daß wir dauernd in ein langwieriges Frage- und Antwortspiel verwickelt werden. Wir bitten also, in Zukunft jedem Besprechungsstück ohne Ausnahme eine Preisangabe beizufügen.

Dachau bei München.

Redaktion des Bücherwurms.