

des im Verlage Krumbhaar erscheinenden Viegnitzer Tageblatts auch weiteren Kreisen bekannt geworden. Aus Anlaß seines 70. Geburtstags wurde Herr Günther von der Ortsgruppe Viegnitz des Riesengebirgsvereins, der er seit Jahren angehört und deren 2. Vorsitzender er ist, zum Ehrenmitglied ernannt.

Gestorben:

am 6. Dezember im Alter von 76 Jahren Herr Oskar Günther, Seniorchef der Firma L. Heege in Schweidnitz.

Der Verstorbene übernahm am 1. Januar 1878 vom Sohne des Gründers das Geschäft, das Sortiment, Verlag und Buchdruckerlei umfaßt, und brachte es zu hohem Ansehen.

Lüder Horstmann † (vgl. Bbl. Nr. 266). — Der verstorbene Kollege war ein eifriger Freimaurer. An seiner Bahre hat Herr Verlagsbuchhändler Edward Volkering, Leipzig, ehrende Worte gesprochen, die mit einigen Kürzungen hier Platz finden mögen:

Niemand hat größere Liebe, denn die, daß er sein Leben läßt für seine Freunde.

Ev. Joh. 15, V. 13.

Lüder Horstmann war einer der etwa acht freimaurerischen Buchhändler Deutschlands. Buchhändler sein heißt Liebe haben zur Sache und zu seinen Mitmenschen und opferwillig sein mit viel Mühe und Arbeit bei kargem Lohn. Unser Lüder Horstmann hat 22 Jahre den mühevollen und vielseitigen Beruf eines Universitätsbuchhändlers in Göttingen ausgeübt, bis Nervenkrankheit ihn zwang, eine etwas weniger aufreibende Tätigkeit zu suchen. Diese fand er in Berlin, wo der freimaurerische Buchhändler Franz Wunder gestorben war und eine Witwe mit unmündigen Kindern hinterlassen hatte. Es galt, diesen Verwaisten ihr Erbe zu erhalten. Diese höchst sittliche Aufgabe übernahm Lüder Horstmann mit aller Liebe und großem Eifer. Er hat die Bucherei für Freimaurer fortgesetzt und stark vermehrt, er hat auch ein schönes freimaurerisches Buch, genannt Weisheit, Stärke, Schönheit, in 2. Auflage herausgebracht und überhaupt nach Erfüllung seiner Aufgabe den Verlag gemehrt dem Erben übergeben können. Darnach ging Lüder Horstmann nach Leipzig, um den Flugschriften-Vertrieb des Vereins deutscher Freimaurer in Gang zu bringen, und als dies erfüllt war, hatte er schon seine Fichte-Buchhandlung gegründet, in der er nun Schriften von Bischoff und Wagler verlegte und vertrieb, um mittels dieser das Wesen der Freimaurerei seinem deutschen Volke näherzubringen.

Auch mir persönlich hat der Verstorbene viel Liebe und Freundschaft bewiesen. So oft er mich auch besucht hat, oder ich ihn aufgesucht habe, nie ist der geringste Miston in unseren Verkehr gefallen. Er, er allein fand die rechten, lieben Worte, meine besondere Stellung in der Freimaurerei zu würdigen; er, er allein sprach rechte und liebe Worte, als ich dem Verein deutscher Freimaurer meine Erwerbung des Jillesschen Verlages anzeigte.

Die Glanzzeiten dieses Lebens wußte er mit gutem Humor zu besprechen, und ein befreiendes Lachen half ihm über so manche Qual hinweg. Wenn nicht schon sein ganzes Leben die Reinheit seiner Gesinnung bezeugte, so bestätigte sein Humor und sein Lachen diesen Lebensgrundsatz.

Mitteilungen der Werbestelle.

Plakatierung unserer Weihnachtsplakate.

Wie bereits wiederholt im Börsenblatt bekanntgegeben, hat die Werbestelle eine einseitliche Weihnachtspropaganda durch Herstellung von Plakaten, Postkarten, Siegelmarken und Matern in die Wege geleitet.

Eine ganze Reihe von Städten entschlöß sich zur allgemeinen Plakatierung; wir geben diese in Ergänzung unserer Notiz im Börsenblatt vom 26. 11. nachstehend zusammenhängend bekannt. Es sind: Brandenburg, Bremen, Coesfeld, Dessau, Dresden, Duisburg, Erlangen, Hameln, Hirschberg, Kaaßen, Kemoten, Köln, Linz, Magd. burg, Mainz, München, Nürnberg, Oppeln, Osnabrück, Pforzheim, Rudolstadt, Saarbrücken, Teqernsee, Überlinden. Der Buchhandel in den übrigen Städten beschränkte sich darauf, im Bereich der einzelnen Firmen durch das von der Werbestelle zu beziehende Material zu werben, was in vielen Fällen in sehr großem Ausmaße geschah.

Die Postkarten und Siegelmarken sind nach mehrmaliger Neuausgabe runmehr end ultra veroriffen. Von den Neuausgaben der Plakate sind noch Restbestände lieferbar.

Sprechsaal.

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

Dichterabende als Werbemittel.

In Nr. 281 des Bbl. tritt Kollege Koepe-Allenstein mit der Anregung an die Kollegen vom Verlag heran, für die Autorenabende einen baren Zuschuß zu leisten. Ich kann der Ansicht des Herrn Kollegen Koepe nicht beipflichten. Kommen an einem solchen literarischen Vortragsabend nur so wenig Besucher, daß der Abend durch den Zuschuß der Verleger gehalten werden soll, so hat der Verleger sicher kein Interesse daran, für die wenigen Besucher noch außer Prospekten, Kommissionssendungen usw. bares Geld zuzulegen. Diese Werbung ist meines Erachtens zu kostspielig; denn die wenigen Besucher des Abends setzen sich sicher aus den engeren und engsten Freunden des betr. Autors zusammen. Diese aber durch Werbebeitrag in bar für den Dichter noch mehr zu begeistern, halte ich für gänzlich verkehrt. Es ist die alte Geschichte: Für »Kommissionsgut« setzen sich die Herren Kollegen vom Sortiment oft nicht so ein, wie für die Bücher, die sie fest auf Lager nehmen oder bar bezahlt haben. Es gibt hier natürlich auch Ausnahmen, zu denen sich auch der Schreiber dieses zählt. Ebenso würde es mit den Vortragsabenden werden, zu denen der Verleger den größten Teil des Honorars bezahlt. Der veranstaltende Sortimenter hat dann kein größeres Geldrisiko, und mancher würde bei den Vorbereitungen phlegmatisch zu Werke gehen, ebenso wie er sich zu seinem Kommissionsgut verhält. Ich würde eher vorschlagen, daß der Verleger sich den Vortragsabenden seiner Autoren gegenüber in der Reklame besser einstellt und dabei dem Sortimenter bei den Vorbereitungen zu diesen Abenden wie folgt hilft:

1. Der Verlag soll gute, schöne und große Bilder seiner Autoren rechtzeitig den Sortimentern ohne Berechnung zusenden.

2. Der Verlag soll Plakate seiner Autoren drucken lassen und verbreiten. Die Plakate denke ich mir so, wie ich ein solches Hans Balzer für seine Busch-Abende vorschlug. (Abgesehen, wer Hans Balzer als Busch-Interpreten noch nicht hatte, der nehme ihn auf meine Verantwortung hin. Volle Häuser, Wünsche zur Wiederholung verfolgen Balzer auf seinem Siegeszug durch Deutschland.) Die Verleger mögen also zu den Vortragsabenden ihrer Autoren ein künstlerisches Plakat schaffen, vielleicht Künstlersteinzeichnung mit Bild des Autors und einige treffliche Kritiken. J. B.:

Abrecht Schaeffer
hält eine
literarische Abendstunde
in unserer Stadt.

Auf dem unteren Teile des Plakates lasse man einen breiten Streifen frei. Hier hat jeder Buchhändler nur den Streifen drucken und aufkleben zu lassen, der den Ort, die Stunde und die Eintrittspreise für den Vortrag zeigt. Diese Plakate kann der Verlag auch für die Herstellungskosten an das Sortiment abgeben, wie es Balzer tut. Diese Plakate können gleich ab Druderei an das Sortiment versandt werden. Dadurch spart der Verleger Arbeit. Die Kosten, die das Sortiment zu den Plakaten beiträgt, kann dieses bei Bestellung gleich an die Druderei zahlen. Auf diesem Gebiet mitzuarbeiten, würde eine große Hilfe für das Sortiment sein.

3. Ich brauche den Verlag nicht aufzufordern, für die Vortragsabende in die betreffenden Städte reichhaltige Kommissionssendungen zu machen, und es nicht wie der Verlag P. in B. zu machen, der dem Sortimenter L. in St. die Kommissionssendung für seinen Autor rein abschlug.

4. Wenn mehrere Verleger bei den Werken desselben Autors beteiligt sind, wie z. B. bei Max Jungnickel, dann würde es sich empfehlen, daß gemeinsame Bücherverzeichnisse gedruckt und an die Vortragsstädte ausgegeben werden. Auf meine Anregung hin haben z. B. Braum & Schneider, Bassermann und der Feuerverlag sich zusammengesetzt und für die Busch-Abende Balzers ein sehr nettes Programm und Bücherverzeichnis drucken lassen, das auch eine Einführung Balzers in Busch-Werke enthält. Auch ich liebe es, die Dichter um eine Selbstbiographie für meine Programme zu bitten, die oft humoristisch ausfällt und die vom Publikum sehr gern aufgenommen wird. Ich versende vor den Abenden 300 bis 400 Vortragsfolgen als Einladung und lege dann auf jeden Stuhl am Vortragsabend 1 Stück aus. Bücher-Ausstellungen dürfen im Vortragsraum nie fehlen. Daß Ausstellungen in den Schaufenstern und im Innern der Buchläden vorhanden sind, nehme ich als selbstverständlich an.

Ich richte deshalb an den Verlag die Bitte: »Wendet Geld an für gute Bilder, schöne Bücherverzeichnisse und künstlerische Plakate. Hier kann der gewandteste Reklame-Fachmann eine große Betätigung finden.