

## Personalnachrichten.

### Gestorben:

am 13. März im 80. Lebensjahre Herr Karl Stettner, von 1888—1919 Inhaber der Firma Joh. Thom. Stettner in Lindau i. Bodensee.

Mit ihm ist ein tüchtiger Buchhändler und angesehener und verdienstlicher Bürger Lindaus zur ewigen Ruhe dahingegangen;

### ferner:

am 15. März nach kurzer, aber schwerer Krankheit im 58. Lebensjahre Herr Paul Couvreur, Prokurist der Firma Ludwig Röhrscheid in Bonn.

Der Verstorbene war besonders in Sortimenterkreisen als langjähriger Vertreter des Verlags Levy & Müller in Stuttgart und später von N. Voigtländers Verlag in Leipzig eine bekannte Persönlichkeit. In seiner letzten Stellung bei der Firma Ludwig Röhrscheid hat er jahrelang die umfangreiche Kunstabteilung geleitet. In vielen kaufmännischen Vereinen hat er eine führende Rolle gespielt und sich namentlich um die Ausbildung des Nachwuchses im Kaufmannsstand und im Buchhandel selbstlos bemüht.

## Sprechsaal.

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

### Buchkarte.

Der Verlag Johann Ambrosius Barth in Leipzig übergab der Werbestelle des Börsenvereins einige Briefe seiner Kunden in Sachen Buchkarte, die wir hiermit auszugsweise der Öffentlichkeit bekanntgeben:

Aus dem Brief eines Wiener Buchhändlers vom 5. Februar 1925:

Wie Sie aus unseren Bestellungen ersehen konnten, halten wir die Buchkarte für ein ganz vorzügliches Propagandamittel, ja wir ziehen dasselbe sogar bei weitem der Durchschnitts-Prospektwerbung vor, da wir überzeugt sind, daß eine Karte, die in kurzer und gefälliger Form das Wissenswerte auf den ersten Blick dem Interessenten mitteilt, niemals ohne weiteres in den Papierkorb wandern wird, wie es leider bei den meisten Prospekten geschieht. — Was nun die anhängende Bestellkarte anbelangt, so halten wir auch diese für unbedingt zweckdienlich. Falls es sich um Versendungen in so hoher Anzahl handelt, wie wir sie zu machen gewöhnt sind, würde allerdings ein Aufdruck unserer Firma deshalb eine große Erleichterung bilden, weil er uns das mühsame Abstempeln der Karten ersparen würde.

Aus dem Brief eines Kölner Buchhändlers vom 10. Februar 1925:

Nach den von uns gemachten Erfahrungen haben Sie mit Ihren Karten die beste Lösung gefunden, und es wäre sehr wünschenswert, wenn Sie die Ausgabe dieser Prospektkarten in unveränderter Form fortsetzen würden. An Hand unserer Nachbestellungen werden Sie auch erfahren haben, daß besonders bei kleineren Werken der Erfolg nicht ausgeblieben ist.

Aus dem Brief eines Leipziger Buchhändlers vom 11. Februar 1925:

Der Erfolg der Werbekarte kann nicht ausbleiben, da sie sich am besten dazu eignet, Interessenten auf Spezialwerke in kurzer, übersichtlicher Form aufmerksam zu machen.

Aus dem Briefe einer Heidelberger Buchhandlung vom 7. Februar 1925:

Wir finden Ihre Werbekarten durchaus praktisch. Wir haben die erste Anzeige ohne den daranhängenden Buchhändlerbestellzettel sofort benutzt und irgendeinem in Betracht kommenden Interessenten zugesandt. Diese so benutzten Karten müssen dann durch die später bestellten Werbekarten für die Kartothek ersetzt werden. Es würde sich noch empfehlen, für die Einordnung in die Kartothek oben bei dem Verfasseramen den Titel in einem Schlagwort anzugeben. Die Kartothek denken wir systematisch zu ordnen. Über den Erfolg des Versandes der Werbekarten können wir uns noch nicht äußern, denn dieser pflegt nicht immer unmittelbar einzutreten. Die Hauptsache ist doch, daß die Interessenten auf Neuerscheinungen zunächst einmal aufmerksam gemacht werden. Den Werbekarten muß der Ansichtsverwand oder nochmalige persönliche Bearbeitung bei größeren Werken in Form von Briefen usw. folgen. Auf einen Punkt erlauben wir uns Sie aufmerksam zu machen: Es ist sehr wichtig, daß die erste Anzeige Ihrer Neuigkeiten stets entweder durch die Werbekarten oder die Werbeheftchen erfolgt. Die

Vermischung von Neuigkeiten mit bereits erschienenen Büchern im Börsenblatt führt fast immer zu doppelten Bestellungen. Wir hoffen, daß das System der Kartei und Werbekarten sich immer mehr Verbreitung schafft und die Werbetätigkeit wesentlich unterstützt.

### „Der gute Ton“.

Im Artikel »Der gute Ton« im Bbl. Nr. 58 ist der Europäische Verlag im zweiten Falle in einem sehr großen Irrtum befangen.

Der Verleger kann natürlich seine Bedingungen ganz nach seinen Ansichten stellen, der Sortimenter als Besteller aber auch. Will der Verleger nicht zu den abgeänderten Bedingungen liefern, so muß er den Bestellzettel zurückschreiben. Streicht er gestellte Bedingungen, so ist die gemachte Bestellung rechtsungültig. Die abgeänderte Bestellung stellt einen neuen Antrag auf Abschluß eines Lieferungsvertrages dar, der erst vom Besteller genehmigt werden muß. Liefert der Verleger ohne solche Genehmigung, so muß er auf Verlangen die Sendung zurücknehmen und die Spesen bezahlen. Es liegt also nicht »Annullierung einer rechtskräftigen Bestellung usw.« vor. Die rechtskräftige Bestellung hat der Europäische Verlag annulliert.

Im ersten Falle ist die Firma W. in B. sehr unvorsichtig gewesen, wenn sie nicht den Rabatt bei Bestellung festlegte, was sich zur Vermeidung von Überraschungen stets empfiehlt.

Dresden.

Otto Thurm.

### Privat-Bestellung mit Rabattforderung.

Der Verlag Wilhelm Braumüller in Wien erhielt von einem Privatmann in Essen folgende Bestellung:

»Wir benötigen umgehend 10 Exemplare Jerusalem, Philosophie und bitten um Angabe des Preises und Zeit der Lieferung. Da es sich um eine Arbeitsgemeinschaft stellenloser Junglehrer handelt, möchten wir bei Festsetzung des Preises um einen Ausnahme-Rabatt bzw. um Preisnachlaß, wie er uns von anderen Verlagen gewährt wird, höflichst bitten.«

Der Besteller erhielt von der Wiener Verlagsfirma folgenden Bescheid:

»Ihre an unsern Verlag in Leipzig gerichtete Karte vom 25. II. 25 wurde uns zur Erledigung überwiesen. Jerusalem, Einleitung in die Philosophie, kostet Mk. 9.— ordinär und ist durch jede Buchhandlung zu beziehen. Unserem Verlage ist es nach der Verkaufsordnung nicht gestattet, an Private Rabatt zu geben, und wir müssen es auch ablehnen, den Sortimentern als den berufenen Vermittlern zwischen Verlag und Publikum den Verdienst wegzunehmen, weshalb wir Sie höflichst ersuchen, sich an eine Buchhandlung wegen des Bezugs zu wenden. — Wir unterhalten mit der Buchhandlung G. D. Baedeker in Essen sehr gute Geschäftsverbindung und würden Ihnen empfehlen, sich, unter Berufung auf uns, an diese Buchhandlung zu wenden. Wir werden unsererseits Baedeker auch orientieren.

Wir bedauern, daß wir aus prinzipiellen, sehr triftigen Gründen Ihnen einen anderen Bescheid nicht geben können.«

### Bücher-Angebote nach der Tschechoslowakei.

Es muß erneut darauf hingewiesen werden, daß Bücher in Leder und Pergament bei Einfuhr in die Tschechoslowakei dem Zoll unterliegen.

Um bei Angeboten feststellen zu können, ob sie samt Spesen annehmbar sind, würde es zur Vermeidung einer Mißfrage praktisch erscheinen, wenn derartigen Angeboten auch im einzelnen eine Gewichtsangabe beigegeben würde.

Brünn.

Früh Brecher, Antiquar.

### „Bücherbörse“ in Riga.

(Vergl. Bbl. Nr. 40.)

An deutsche Verleger wird folgende Karte versandt:

»Riga, Datum des Poststempels.

An den Verlag . . . . .

Zu Besprechungszwecken, wie auch für das Archiv benötigt die »Bücherbörse«, das offizielle Organ des Russischen Buchhandels, zwei Exemplare Ihres Werkes . . . . ., weshalb der Verlag gebeten wird, dem Rezensionen-Abteil der Bücherbörse desselben kostenlos und möglichst umgehend zuzusenden zu wollen. Zwei Belegexemplare gehen dann dem Verlage ordnungsgemäß zu.

Rezensions-Abteil der »Bücherbörse«.

Offizielles Organ des Russischen Buchhandels, Riga (Lettland), Bastei-Boulevard 9.«

Ein deutscher Verlag, der schon eine ganze Anzahl solcher Anforderungen bekommen hatte, forschte in Riga nach und erfuhr, daß es sich bei dieser ausländischen Firma »um ein Schwindelunternehmen handle, das auf Bettelei ausgehe und von unterrichteter Seite kaum eine Unterstützung finden dürfte«.