

Redaktioneller Teil.

(Nr. 75.)

Bekanntmachung.

Vielfachen Wünschen entsprechend wird im Einvernehmen mit dem Ausschuss für das Börsenblatt vom 1. Juli d. J. ab redaktioneller Teil und Anzeigenteil des Börsenblattes getrennt werden; der redaktionelle Teil läßt sich wieder wie früher besonders aufbewahren. Von diesem Tage ab wird das Börsenblatt auch wieder mit Umschlag erscheinen.

Seit der letzten Festsetzung der Anzeigenpreise im Dezember 1923 sind die Papier- und Druckpreise mehrfach gestiegen, wie sich auch die übrigen Unkosten wesentlich erhöht haben. Vom 8. Juni 1925 ab gelten daher folgende Preise (mit Ausnahme der Umschlagpreise, die erst ab 1. Juli 1925 in Kraft treten):

Anzeigenteil:

	Mitglieder	Nichtmitglieder
Die Petitzeile	—20	—40
$\frac{1}{2}$ Seite	60.—	120.—
$\frac{1}{2}$ "	32.—	64.—
$\frac{1}{4}$ "	17.—	34.—

Illustrierter Teil:

	Mitglieder	Nichtmitglieder
Erste Seite (nur ungeteilt)	120.—	240.—
Übrige Seiten: $\frac{1}{2}$ Seite	105.—	210.—
$\frac{1}{2}$ "	58.—	116.—
$\frac{1}{4}$ "	30.—	60.—

Umschlag:

	Mitglieder	Nichtmitglieder
Erste Seite (nur ungeteilt)	150.—	300.—
2. und 3. Seite: $\frac{1}{2}$ Seite	60.—	120.—
$\frac{1}{2}$ "	32.—	64.—
$\frac{1}{4}$ "	17.—	34.—
4. Seite $\frac{1}{2}$ Seite	90.—	180.—
$\frac{1}{2}$ "	50.—	100.—
$\frac{1}{4}$ "	26.—	52.—

Bestellzettelnbogen:

(Mindestgröße eines Bestellzettels 20 Petitzeilen)

Zeilenpreis für Mitglieder und Nichtmitglieder einheitlich: 30 Pfennig.

Gebühr für Anfertigung der Druckvorlage für den Bestellzettel durch die Redaktion: M. —.50.

Stellengesuche: Zeilenpreis 15 Pfennig.

Chiffregebühren 50 Pfennig.

Leipzig, den 3. Juni 1925.

Der Vorstand des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig.

Max Röder. Paul Ritschmann. Richard Linnemann.
Dr. Friedrich Oldenbourg. Albert Diederich. Ernst Reinhardt.

Und noch einmal: Die Buchkarte.

Von Erhard Mittel.

Die rege Beteiligung des Sortiments, die auch aus der heute veröffentlichten Liste von Sortimentsbuchhandlungen spricht, welche die regelmäßige Zusendung von Buchkarten wünschen, zeigt erfreulicherweise, daß der Gedanke der Buchkarte nunmehr immer schnelleren Eingang beim Buchhandel findet. Es ist an dieser Stelle von den verschiedensten Seiten schon wiederholt auf die Nützlichkeit und die vielfachen Anwendungsmöglichkeiten der Buchkarte hingewiesen worden. Dennoch aber konnte man immer wieder feststellen, daß in weiten Kreisen nicht nur des Sortiments, sondern auch des Verlags noch völlige Unklarheit über die Verwendungsmöglichkeiten der Buchkarte besteht, teilweise sogar völlige Unkenntnis darüber, was die Buchkarte überhaupt ist und

was sie bezweckt. Wenn nun noch einmal ausführlich auf die Buchkarte hingewiesen werden soll, so geschieht das in der Hoffnung, daß die wiederholt erschienenen Hinweise auf diese neue Einrichtung des Buchhandels dazu verhelfen, daß dieser Aufsatz, der im großen und ganzen nur eine Wiederholung und Zusammenfassung der vorausgegangenen sein soll, größere Beachtung findet als die bisherigen.

Zunächst seien in aller Kürze die Richtlinien für Form, Inhalt, Einteilung und Verwendungsmöglichkeiten der Buchkarte genannt: Die beschnittene Größe ist: 10,5×14,8 cm, d. h. gleich dem Normalformat A6 des Normenausschusses für das graphische Gewerbe. Die Karten passen bequem in die üblichen Geschäftsbriefumschläge. Die Anordnung der Karten ist aus Mustern ersichtlich, die die Werbestelle jederzeit gern versendet. Sie enthalten