

feldzug für das Buch als Geschenk, als Helfer zu einer uns, ach, so nötigen Selbstbefinnung, als Wegbereiter zu innerem Glück und tausend anderen Dingen mit der Zeit wirken. Hier könnten wir dem Publikum alles sagen, was wir ihm so gern in die Ohren brüllen möchten, und es fehlte nur ein talentierter Reklamemann, der die Texte entwirft, und den hätten wir sicherlich in »genügender Anzahl vorrätig«, und zweitens das nötige Geld, das sich mit gutem Willen ebenfalls leicht beschaffen ließe. Öffnen wir einmal die Taschen nicht zu Spenden und feierlichen Anlässen, die ja jetzt wohl ohnehin fehlen, sondern zu etwas sehr, sehr Nötigem: zur korporativen Werbung! Freilich, außer gutem Willen muß noch etwas anderes vorhanden sein: nämlich die gründliche Überzeugung und ein bißchen Begeisterung! Dann geht's aber ganz bestimmt! Ein Wettbewerb zur Erlangung guter Reklamentexte könnte ebenfalls veranstaltet werden, und in den Zeitschriften könnte der deutsche Verlag diese Texte unberechnet einrüden. Der Erfolg würde das kleine »Opfer« bald überbezahlt machen. Wenn ich Verleger wäre, ich würde als Erster meine Zustimmung geben. U. A. v. g.

Allenstein.

Paul Köppe.

Die dankenswerten Anregungen von Herrn Köppe sind der Werbestelle von der Redaktion zur Kenntnis vorgelegt worden. Es ist interessant zu hören, daß immer wieder dieselben Gedanken im Buchhandel auftauchen, und so kann man in dieser Nummer des Börsenblatts lesen, daß die Werbestelle die Zeitschriften- und Zeitungsverleger auffordert, kleine Matern zu beziehen und kostenlos als Füllinsetrate in den in ihren Verlagen erscheinenden Zeitschriften zu veröffentlichen. Es ist zu hoffen, daß der Appell an die Verleger nicht ungehört verhallt und daß nunmehr die kleinen Inserate in den Zeitschriften und Tageszeitungen recht häufig zu sehen sind.

Der Gedanke von Herrn Köppe geht jedoch viel weiter. Er will große Inserate in den wichtigsten Zeitungen und Zeitschriften erscheinen lassen. Es ist kein Zweifel, daß es genügend tüchtige Propagandisten im Buchhandel gibt, um diese Inserate werbetechnisch wirkungsvoll auszugestalten, aber wir glauben, daß der Vergleich mit der Kufirok-Reklame in verschiedener Hinsicht hinkt. Abgesehen davon, daß natürlich das geschmackliche Niveau dieser Hühneraugenmittel-Reklame keinesfalls für den Buchhandel etwa als Vorbild dienen kann, was sehr wahrscheinlich auch Herr Köppe in seinen vorstehenden Ausführungen selbst sagen will, ist der Grund dafür, daß eine solche Reklame für den Buchhandel nicht in Frage kommt, der, daß es sich bei Kufirok um einen Werbefeldzug für einen *Markenartikel* handelt. Es ist etwas anderes, ob man in seinen Inseraten mit allen möglichen Mitteln zum Kauf eines ganz bestimmten Artikels veranlassen will, der noch dazu von einer großen Menge von Menschen dauernd benötigt wird, oder ob man auf einen so vagen und verschwommenen Begriff wie das Buch hinweisen will. Das Buch ist kein Markenartikel, der nach einer gewissen Zeit vom Käufer verbraucht ist und wieder neu benötigt wird. Der Kauf eines Buches pflegt in der Regel den Käufer für ein paar Jahre zu befriedigen.

Auch die korporative Werbung hat eben ihre Grenzen. Die kleinen, von der Werbestelle angebotenen Matern verursachen den Verlegern, die sie verwenden, keine wesentlichen Kosten und werden ihren Zweck ausreichend erfüllen, ohne aber besondere Aufwendungen nötig zu machen. Es ist nicht zu erwarten, daß etwa, selbst wenn diese Matern von den meisten der Verleger regelmäßig benutzt werden, der Bücherabsatz steigt. Aber das Buch wird dadurch mehr in den Gesichtskreis seiner Interessenten gerückt. Diese Aussicht scheint uns das kleine Opfer von seiten der Verleger wert zu sein. Eine große und sehr kostspielige Propaganda aber zu entfalten, um diesen Erfolg zu erreichen, das läßt sich, nach Ansicht der Werbestelle wenigstens, nicht verantworten.

Eine Frage für sich ist es noch, ob zu Weihnachten, zu einer Zeit also, in der ohnehin Bücher gekauft werden, nicht größere Inserate in den bedeutenderen Zeitschriften erscheinen sollen. Das ist eine Frage, die gegenwärtig von uns noch untersucht wird. Werbestelle.

### Feuerversicherung unersehlicher Manuskripte.

In den Feuerversicherungsverträgen der Verlagsbuchhandlungen und Buchdruckereien bereitet die Bestimmung der Versicherungsbedingungen für die Feuerversicherung von Manuskripten aller Art stets besondere Schwierigkeiten. Zwar ist diese Frage in den »Zusatzbedingungen« der Feuerversicherungs-genossenschaft für das Buchgewerbe auf

Grund vielseitiger buchgewerblicher Erfahrungen bereits im großen und ganzen in recht befriedigender und ausführlicher Weise geregelt, namentlich durch die Bestimmung, daß der für die Versicherung maßgebende sogenannte »Nutzungswert« in allen den Fällen, in denen die Manuskripte wieder angefertigt werden müssen, gleichbedeutend ist mit dem Betrage der Wiederherstellungskosten. Schwierig und ungelöst ist dagegen die Feststellung des Versicherungsbetrags in denjenigen Fällen, in denen die Manuskripte zwar ganz oder teilweise wieder hergestellt werden müßten, um die Drucklegung vollenden zu können, aber nicht wieder hergestellt werden können, weil die verbrannten Manuskripte die einzige Ausfertigung der Notizen und Unterlagen des Verfassers enthielten, weil der Verfasser inzwischen verstorben ist, weil die Unterlagen für die Manuskriptbearbeitung nur durch unverhältnismäßig teure, monate- und jahrlange auswärtige Studien und Vorarbeiten wieder zusammengetragen werden könnten und dergleichen Fälle mehr. Auch für diese Fälle gilt es, eine für den Verkehr zwischen Autoren, Verlegern und Buchdruckereien möglichst allgemein gültige Vereinbarung zu treffen, die beiden Teilen, sowohl dem Versicherungsnehmer wie auch der beteiligten Versicherungsgesellschaft eine annehmbare Lösung gewährleistet. Ein Meinungsaustrausch über diese Frage wäre angebracht, und Mitteilungen etwa im Kollegenkreise bereits vorliegender Erfahrungen und etwa mit Versicherungsgesellschaften in dieser Beziehung bereits getroffener Verabredungen sind erwünscht. Red.

### Fingierte Bestellungen.

Jahrein, jahraus (zuletzt im Vbl. Nr. 184) wird an dieser Stelle berichtet, daß unbekannte Leute im Laden erscheinen, Bücher bestellen und sie hinterher nicht abholen, sodaß der Sortimentler oft nicht unerheblichen Schaden erleidet. Vor solchen Überraschungen kann man sich leicht schützen, wenn man von unbekanntem Besteller, vor allem aber solchen von auswärts, eine Anzahlung fordert, bevor man den Auftrag annimmt und das Buch beim Verleger bestellt. Je nach dem Objekt müßte diese 10—25% des Ladenpreises sein. Ist es einem Kunden wirklich um den Erwerb des bestellten Buches zu tun, so wird er sich keinesfalls daran stoßen und die Anzahlung verständlich finden, wenn man ihn auf früher gemachte schlechte Erfahrungen hinweist. Würde dieses Verfahren allgemein geübt, so könnten solche Schwindler künftig wenig Erfolge haben. Scht.

### Büsten von Dichtern und Komponisten.

Gesucht werden gute Büsten von Dichtern und Komponisten, klein und groß, wohlfeile und bessere, in Bronzemasse, Gips und in besserer Herstellungsmischung, Marmor-Nachahmung. Um Angabe von Herstellern oder Großhändlern an die Redaktion des Vbl. wird gebeten.

### Lieferung von Portemonnaie-Kalendern.

(Vgl. Vbl. Nr. 180 und 184.)

In Ergänzung unserer Liste von Firmen, die Portemonnaie-Kalender liefern, geben wir nachstehend noch folgende bekannt:

Buchdruckerei und Verlagsbuchhandlung Carl Fromme G. m. b. H., Wien V, Nikolsdorfergasse 7—11,

E. B. Enders'sche Kunstanstalt Hosh & Schleich, Neutittscheim, Ernst Kaufmann, Buchdruckerei und Verlag, Lahr i. B., Ernst Keils Nachf. (August Scherl) G. m. b. H., Leipzig, Königstr. 33, Lithographisch-artistische Anstalt vorm. Gebr. Obpacher, München, Samuel Lucas, Kalenderverlag, Elberfeld, Ollmann & Krakow, Buchdruckerei, Berlin-Steglitz, Molkestr. 3, Carl Sinapius, Berlin W. 15, Fasanenstr. 65, Treulen & Bischof, München, Kirchenstr. 15.

### Bücherleseklub.

Auf unsere in Nr. 176 des Börsenblattes veröffentlichte Anfrage über die praktischste Einrichtung und den gewinnbringenden Betrieb von Bücherleseklubs sind wir leider ohne jede Mitteilung geblieben. Da sich aus unserm Leserkreise noch mehrere Interessenten für diese Frage gemeldet haben, würden wir sehr dankbar sein, wenn eine Firma, die einen gutgehenden Bücherleseklub unterhält, uns näheren Aufschluß geben wollte. Red.