

**Bekanntmachung.**

Die Mitglieder des Arbeitgeber-Verbandes der Deutschen Buchhändler, Sitz Leipzig, werden hiermit zu der am Sonnabend, dem 1. Mai 1926, vormittags 9 Uhr, stattfindenden

**Hauptversammlung des Arbeitgeber-Verbandes der Deutschen Buchhändler, Sitz Leipzig,**

im Buchhändlerhaus, Portal III, eingeladen.

Als Ausweis dient die Mitgliedskarte.

**Tagesordnung:**

1. Geschäftsbericht.
2. Rechnungslegung.
3. Neuwahlen im Vorstande und der Rechnungsprüfer.
4. Festsetzung der Mitgliedsbeiträge; Feststellung des Haushaltplanes.
5. Bericht des Geschäftsführers über die gegenwärtige sozialpolitische Lage.
6. Allgemeines.

Leipzig, den 8. April 1926.

**Der Vorstand des**

**Arbeitgeber-Verbandes der Deutschen Buchhändler, Sitz Leipzig.**

Max Röder, Vorsteher.

**Bekanntmachung.**

An die Bekanntmachung des Festausschusses in Nr. 81 des Börsenblattes vom 8. April d. J. wird erinnert. Die Anmeldungen und Kartenbestellungen für die geselligen Veranstaltungen zu

**Kantate 1926**

müssen bis 14. April an die Geschäftsstelle des Börsenvereins gelangen; sie sind daher so fort zur Absendung zu bringen. Ohne rechtzeitige Anmeldung besteht keine Gewähr für Teilnahme.

Verlangzettel **Z** liegt auch der heutigen Nummer bei.

Leipzig, den 9. April 1926.

**Der Festausschuß des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig**

Dr. Hellmuth von Hase.

**Schweizerischer Buchhändlerverein.**

**Bekanntmachung.**

Infolge Nichtinhaltung der Ladenpreise ist über die Studentenbuchhandlungen von Basel, Bern und Zürich

die Sperre verhängt worden.

Wir ersuchen, von dieser Maßnahme Kenntnis und von jeder Belieferung Abstand nehmen zu wollen.

Speziell machen wir noch darauf aufmerksam, daß diese oben genannten Studentenbuchhandlungen in der Regel durch Mittelsmänner beziehen. Verdächtige Bestellungen bitten wir daher uns zu melden, damit Vorkehrungen getroffen werden können.

Bern, den 3. April 1926.

**Namens des Vorstandes des Schweizerischen Buchhändlervereins:**

Der Präsident: Carl Emil Lang.

Der Sekretär: Dr. R. v. Stürler.

**Über Drucksachenordnung.**

In Buchhandelsbetrieben das Lager der Geschäftsvordrucke und der Werbendrucke anzusehen, ist oft keine reine Freude. In dem einen Falle wird irgendwelche Ordnung überhaupt nicht für nötig gehalten, und die Borräte liegen in irgendwelchen Binsteln, die gerade zufälligerweise für keinen anderen Zweck gebraucht

werden; in anderen Fällen ist zwar ein besonderer Platz für sie vorhanden, doch keine Hand, die sich ihrer mit einer Spur von Liebe und Pfléglichkeit annimmt. So liegen sie da, und jeder, der mal etwas von ihnen braucht, nimmt sich davon, ohne an den späteren Bedarf zu denken. Zur Reife gehende Bestände liegen an einer Stelle, Neudrucke derselben Drucksache lagern an einem anderen Platz, und so wird das Arbeiten mit ihnen immer schwieriger. Verluste an Zeit entstehen, Material verdirbt oder liegt ungenutzt und unbenutzt. Eine systematische Ordnung der Drucksachen erfordert nun in keinem Falle mehr Geld, im Gegenteil, sie macht sich gut bezahlt. Da hinsichtlich ihrer Ordnung für die eigentlichen Geschäftsvordrucke und die Werbendrucke (Prospekte) in vieler Beziehung gemeinsame Grundlagen bestehen, so sind sie im Nachstehenden zusammen behandelt; auf Besonderheiten ist an den gegebenen Stellen hingewiesen. Zunächst sollen die Grundlagen der Bezeichnung und Kennzeichnung dargelegt werden, dann die der Aufbewahrung und Lagerung, und zum Schluß soll die Registratur der Drucksachen, ihr »Archiv« behandelt werden.

**Bezeichnung und Kennzeichnung.**

Die Vorteile einer ganz kurzen Bezeichnung jeder Drucksache liegen klar auf der Hand. Es sei hier nur an die in den meisten Betrieben übliche Verwendung verschiedener Briefbogen erinnert, für die sich meist ohne Zwang schlagwortmäßige unmißverständliche Bezeichnungen finden lassen, oder an die verschiedenen Kartearten, deren unter Umständen kleine Unterschiede nicht jedem Angestellten bekannt sein können. Es sind also verschiedene Gründe, durch die eine Norm, eine ganz kurze Bezeichnung an regelmäßig wiederkehrender Stelle sich schon beim Gebrauch innerhalb des Betriebes empfiehlt. Fast noch mehr kommen die Vorteile der Arbeitsvereinfachung und Ersparnis bei der Herstellung in Frage. Wie viel einfacher ist die Verständigung mit dem Drucker bei Nachbestellungen, Reklamationen, Rechnungslegung usw., bei der Speiseverteilung innerhalb des Betriebs! Die Norm ist immer unmißverständlich, da sie nur einmal überhaupt vorkommt.

Für Vordrucke üblich ist die Bezeichnung mit Zahlen bzw. Buchstaben und Zahlen, und zwar derart, daß die ganzen Geschäftsvordrucke zunächst in Hauptgruppen eingeteilt werden, also etwa Briefe und Postkarten, Rechnungen usw., Konten, Kartearten, Umschläge und Verandtaschen. Diese Hauptgruppen werden nun entweder so mit Zahlen benannt, daß sie zusammen mit der Ordnungszahl des Einzeldrucks eine Bruchzahl ergeben, also z. B. 1,3, 3,6, 4,1 usw., oder mit Buchstaben, zu denen für den Einzeldruck eine Zahl hinzutritt, sodas deren Bezeichnung dann etwa ist: A 1, C 3, D 4 u. ff. Für die Benennung wird ein Schema aufgestellt, das immer seine Gültigkeit behalten muß und behalten kann, da einerseits Ergänzungen durch die Art der Anlage ohne weiteres möglich sind, eingegangene Vordrucke aber nicht ersetzt zu werden brauchen. Ein derartiges Schema sieht etwa so aus (die zweite Bezeichnung ist unauffälliger und deshalb meist vorzuziehen):

- 1,1 oder A 1 Briefbogen für Kunden,
- 1,2 oder A 2 Briefbogen für Verleger (mindere Qualität),
- 1,3 oder A 3 Mitteilungsvordrucke,
- 1,4 oder A 4 Postkarte,
- usw.
- 2,1 oder B 1 Rechnungen für Kunden in großem Format,
- 2,2 oder B 2 Rechnungen für Kunden in kleinem Format,
- 2,6 oder B 6 Rücksendungsfaktur.

Wie schon aus diesem Schema hervorgeht, erhalten verschiedene Ausführungen ein und desselben Vordrucks, sofern sie grundsätzlich für verschiedene Zwecke benutzt werden, auch verschiedene Normen. Wie und ob die verschiedenen Abteilungen eines Geschäfts (Verlag, Sortiment, Antiquariat usw.), für die verschiedene Geschäftsvordrucke bestehen, schon in der Norm einen Ausdruck finden, muß sich ganz nach der Eigenart des betreffenden Geschäftes richten bzw. der Deutlichkeit, mit der diese Abteilungen aus dem Vordruck selbst hervorgehen; unter Umständen können auch die gleichen Normen ohne Zusätze Verwendung finden, sofern die Vordrucke durch eine andere Papierfarbe oder eine andere Druckfarbe unterschieden sind.

