

Redaktioneller Teil.

Bekanntmachung.

Im Anschluß an die Bekanntmachung vom 26. April d. J. im Börsenblatt Nr. 99 vom 29. April 1926 teilen wir mit, daß die Antiquariats- und Versandbuchhandlung J. Koziel's Nachf. Gruschla & Kassa, Pivovz bei Mähr.-Ostrau, Ringplatz 3/5, sich künftighin zur strikten Befolgung der Verkaufsordnung verpflichtet und hierfür einen Sicherheitswechsel hinterlegt hat. Der weiteren Belieferung der Firma steht nichts mehr im Wege.

Leipzig, den 18. Juni 1926.

Geschäftsstelle des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig.

Dr. Runge, stellvertretender Syndikus.

Bekanntmachung.

Auf Wunsch des Vereins der österreichischen Buch-, Kunst- und Musikalienhändler in Wien geben wir bekannt, daß die Technische Buchhandlung reg. Genossenschaft, Wien I, Universitätsstraße 11, auf Grund ihrer genossenschaftlichen Zwecke nach den Bestimmungen der Verkaufsordnung für den Verkehr des deutschen Buchhandels mit dem Publikum nicht als Buchhändler, sondern als Publikum zu betrachten und nur zum Ladenpreise zu beliefern ist.

Leipzig, den 18. Juni 1926.

Geschäftsstelle des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig.

Dr. Runge, stellvertretender Syndikus.

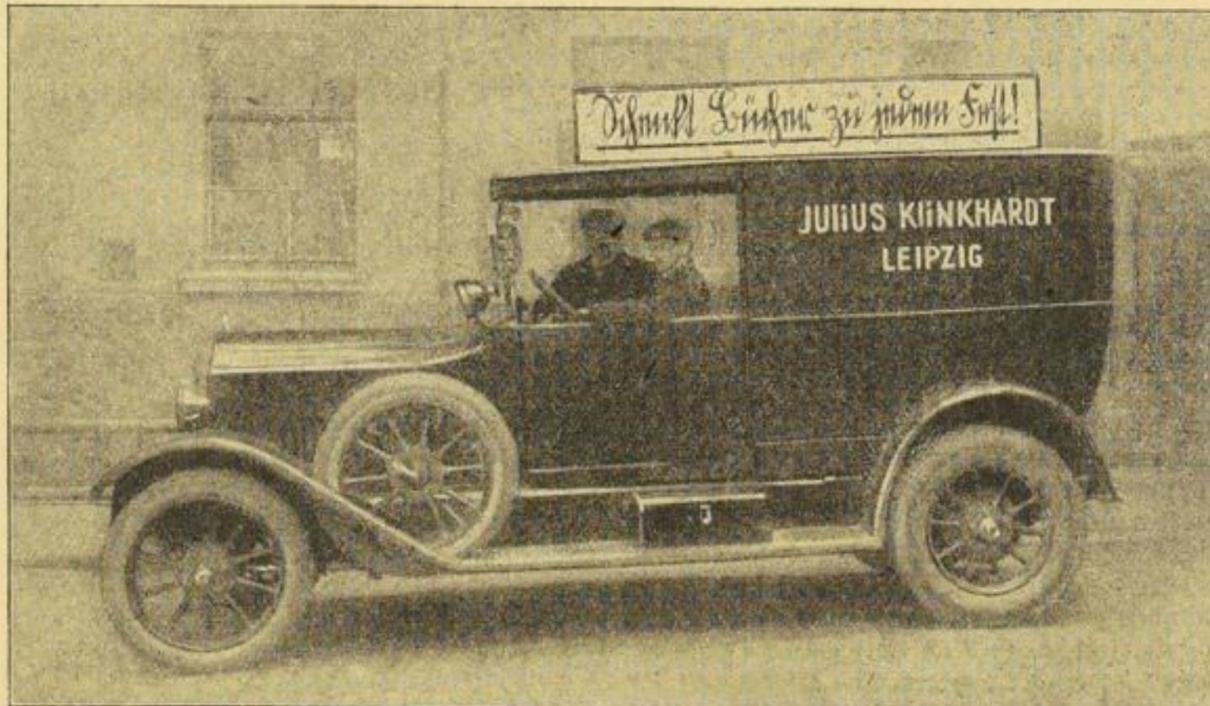
Werbung im Dienste der Allgemeinheit.

Von Dr. Werner Klinkhardt.

Gerade in schlechten Zeiten muß erstrebt werden, daß überall das Käuferpublikum daran erinnert wird: »das Buch ist kein Luxusartikel, Du kannst es auf die Dauer nicht entbehren«. Die Werbung fürs Buch in diesem Sinne kann und muß aber vielfach Wege gehen wie die Kellame für Markenartikel.

und immer wieder großen Menschenmengen eingehämmert, und das wird seine Wirkung nicht verfehlen.

Der Buchhandel könnte die gleiche Wirkung mit sehr geringen Mitteln erzielen, wenn seitens der lokalen Vereine die Sache in die Hand genommen und zweckmäßig organisiert würde. Er selbst verfügt ja in den größeren Städten meist über eine ganze Anzahl von Fahrzeugen, seien es nun Autos, Pferde- oder Handwagen. Vor allem aber stehen solche der graphischen Industrie zur Ver-



Seitens der Markenartikel-Fabrikanten werden enorme Beträge aufgewendet für die Kellame an den Straßenbahnwagen und Postfahrzeugen. Das ist begreiflich; denn jedes Gefährt mit einem solchen Kellameschild kommt in den Großstädten einer unmeßbar großen Anzahl von Menschen vor die Augen, und dadurch wird die Marke, die Firma oder ein kurzes Werbewort immer

fügtung, die auch daran interessiert ist, daß der Konsum an Büchern möglichst groß ist, und deshalb die Gefolgschaft kaum verweigern dürfte, wenn seitens der örtlichen Organisationen die Bitte ausgesprochen wird, daß sie ihre Fahrzeuge in den Dienst der Werbung fürs Buch stellen möchte. Die beigefügten Abbildungen zeigen, wie das gemacht werden kann, ohne daß erhebliche Kosten