

**Marburger Bibliotheks-Spende.** — An der Spende der deutschen und österreichischen Buchhändler anlässlich der 400-Jahrfeier der Marburger Universität haben sich insgesamt 88 Verleger beteiligt. Diese haben der Universitäts-Bibliothek die Möglichkeit einer Auswahl von 3721 Bänden zur Ergänzung vorhandener Bänden aus älterer Zeit gegeben. Der Gesamtwert der Spende hat eine Höhe von 21 847,50 Mark erreicht. Die Spende der Verleger wurde in übersichtlicher Weise in dem Lesesaal des neuen Kunstinstitutes ausgestellt. Auf gleichmäßig großen Schildern war jedesmal die Firma des betreffenden Verlags angeheftet. Anlässlich der Einweihung des Kunstinstitutes und in den darauffolgenden Tagen wurde sie von den Festteilnehmern besichtigt, am Eröffnungstag unter Führung der Leitung des Kunstinstitutes.

Die Universitäts-Bibliothek selbst hatte in einem anderen Raum eine außerordentlich reichhaltige Sammlung von Marburger Drucken sowie von Veröffentlichungen, die sich auf die Universität und die Stadt Marburg beziehen, ausgestellt. Weiter befanden sich in der Eingangshalle alle die wissenschaftlichen Veröffentlichungen, die in großer Zahl anlässlich des Jubiläums der Universität gestiftet worden sind. Die Elwert'sche Verlagsbuchhandlung konnte einen weiteren ganzen Raum mit der Ausstellung eigener Veröffentlichungen füllen, die anlässlich des Jubiläums erschienen sind. Dem Kunstinstitut und der Universität gebührt jedenfalls aufrichtiger Dank dafür, daß sie auch bei dieser Gelegenheit der großen Öffentlichkeit gegenüber auf die Bedeutung des Buches hingewiesen haben.

Persönlich möchte ich aber auch an dieser Stelle allen Verlegern danken, die meiner Anregung in solch weitgehender und verständnisvoller Weise entgegengekommen sind.

G. Braun,  
i. Fa. N. G. Elwert'sche Universitäts-  
und Verlagsbuchhandlung.

**Das graphische Gewerbe in New York** nimmt nach einem Aufsatz in der Zeitschrift des Deutsch-Amerikanischen Wirtschaftsverbandes in Berlin, Neue Wilhelmstraße 12/14, unter den 20 größten Industrien der Stadt die dritte Stelle ein. Im Jahre 1925 wurden dort Zeitungen und Zeitschriften im Werte von 303 788 130 Dollars erzeugt, die Erzeugung von Büchern und anderen graphischen Artikeln hatte im gleichen Jahre einen Wert von 160 049 971 Dollar.

**Ullstein A.-G. in Berlin.** — Aus dem Geschäftsbericht entnehmen wir: Das Ergebnis des am 31. Dezember 1926 abgelaufenen Geschäftsjahres unterscheidet sich nicht wesentlich von dem des vorangegangenen und kann daher wieder als befriedigend angesehen werden. Allerdings hat sich die allgemeine Wirtschaftslage in Deutschland noch immer nicht so geklärt, daß man eine stetige Entwicklung der Werbetätigkeit in Handel und Industrie feststellen könnte. Wie wir schon in unserm vorjährigen Geschäftsbericht erwähnten, vermindert die Zusammenballung und Rationalisierung der Wirtschaft die Zahl der Inserenten, andererseits bestätigt sich unsere Annahme, daß die Zusammenlegung auch neue Propagandamöglichkeiten erschließt. Im allgemeinen aber hat der Umfang der Zeitungs- und Zeitschriften-Anzeigen noch nicht wieder die alte Höhe erreicht. Zur Belebung der Werbetätigkeit und zur besseren Unterrichtung der Inserenten tat deshalb unser Verlag einen bedeutsamen Schritt; er begann damit, den genauen Aufgabestand seiner sämtlichen Blätter regelmäßig bekanntzugeben und in notariell beglaubigter Form vierteljährlich seine Ziffern zu veröffentlichen. Wir hoffen, daß dieses Verfahren anregend und vorbildlich wirken wird. Die Geschäftswelt wird dann um so leichter davon zu überzeugen sein, daß die Anzeige in Zeitungen und Zeitschriften das beste Werbemittel ist und keine andere Art der Propaganda eine so genaue Abschätzung ihrer Wirkung ermöglicht. Die Papierpreise gingen etwas zurück, versteiften sich aber gegen Jahreschluß wieder. Unsere Gesamtausgabe für Papier erreichte 1926 die Summe von 18 Millionen Mark. Löhne und Gehälter erfuhren eine weitere Steigerung; sie spielen jetzt in unserer Gesamtrechnung entgegen der Vorkriegszeit eine größere Rolle als die Rohstoffe. Diese Entwicklung sehen wir nicht ohne Besorgnis, denn wir könnten damit zu Preiserhöhungen gedrängt werden, die den Umsatz vermindern, sofern nicht die Lohn- und Gehaltssteigerungen so allgemein sind, daß dadurch die innere Kaufkraft ausgleichend gehoben wird.

Im Rodenverlag machte sich der Übergang zum Marken-Artikel und die Verbilligung der Konfektion weiter fühlbar, sodaß auch wir zu einer Rationalisierung des Betriebes schritten, indem wir zwei unserer Zeitschriften »Die praktische Berlinerin« und »Die Rodenwelt«, die bereits seit Jahren miteinander verschmolzen waren, an die Bazar A.-G. mit Ende des Jahres abgaben, dafür aber unser »Blatt der Hausfrau« auf eine erweiterte Grundlage stellten, indem wir u. a. eine Abonnentenversicherung einführten. Die Auflage

dieses Blattes hat sich inzwischen vervielfacht. Unser Rodenverlag hat ferner Vorbereitungen getroffen, um ein neuartiges Schnittmuster auf den Markt zu bringen, das durch seine Überlegenheit eine Steigerung der Umsätze erwarten läßt. Die Zahl der Verkaufsstellen der Ullstein-Schnittmuster ist auf etwa 1000 gestiegen.

Der Büchermarkt war auch im Jahre 1926 noch gedrückt, sodaß die Herausgabe neuer Bücher auf frühere Verpflichtungen oder wenige Besonderheiten beschränkt blieb. Eine Hebung des Umsatzes strebten wir durch eine Verbilligung an, die wir dadurch erreichten, daß wir die billigeren Bücher nicht mehr festgebunden ausgaben, sondern nur broschüriert. Wir kehrten damit zu einer Form zurück, die nur in Deutschland ganz aus der Mode gekommen war. Folgende Verteilung des Reingewinns von RM. 1 784 317,30 wird vorgeschlagen: Erhöhung des Reservefonds RM. 200 000.—, an die Aktionäre 4% Dividende auf das alte Aktienkapital RM. 400 000.—, an den Aufsichtsrat als sachungsgemäßen Gewinn-Anteil RM. 54 917,30, an die Aktionäre weitere 11% Dividende 1 100 000.—; der Rest von RM. 29 400.— soll auf neue Rechnung vorgetragen werden.

Bilanz per 31. Dezember 1926.

Aktiva.		RM	℥
Grundstücke und Gebäude	14 905 000	—	—
Maschinen	4 300 000	—	—
Schriftmaterial	140 000	—	—
Kraftanlage	558 000	—	—
Fahrpark	700 000	—	—
Inventory	1	—	—
Bestände an Papier, sonstigen Materialien und Waren	3 803 950	62	—
Verlagswerte	1	—	—
Wertpapiere und Beteiligungen	1 221 816	38	—
Wechsel	343 970	30	—
Schuldner:			
Außenstände	6 996 596,45		
Bankguthaben	476 452,56	7 473 049	01
Kassenbestand		164 197	51
Avale und Industriebelastung		2 970 000	—
		36 379 985	82
Passiva.		RM	℥
Aktienkapital	12 000 000	—	—
Gesetzliche Rücklage	1 000 000	—	—
Obligationenanleihe von 1922 nom. M. 1 827 000.—	4 841 55		
Hypothekenaufwertungsverbindlichkeiten	3 560 448	50	—
Gläubiger:			
Banken	1 012 566,50		
Sonstige	11 946 160,57	12 958 727	07
Pensionskonto		2 101 651	40
Avale und Industriebelastung		2 970 000	—
Verteilbarer Reingewinn 1926	1 698 321,30		
+ Vortrag aus 1925	85 996.—	1 784 317	30
		36 379 985	82

Gewinn- und Verlustkonto per 31. Dezember 1926.

Verlust.		RM	℥
Handlungskosten	4 111 152	16	—
Steuern	1 575 190	87	—
Häufungskosten	154 392	56	—
Abreibungen auf:			
Gebäude	42 749,08		
Maschinen	482 258,80		
Schriftmaterial	36 800,80		
Kraftanlage	62 575,75		
Auto- und Flugzeugpark	354 994,35		
Inventory	336 372,20	1 315 750	98
Reingewinn (einschl. Vortrag 1925 RM. 85 996.—)	1 784 317,30		
	8 940 803	87	—
Gewinn.		RM	℥
Rohüberschuß	8 940 803	87	—
	8 940 803	87	—

**Das Schaufenster im Herbst und Winter.** Eine Sonderausstellung auf der Kölner Herbstmesse. — Das Schaufenster ist die Visitenkarte der Firma. Aber es soll nicht nur der Spiegel ihrer Leistungsfähigkeit sein, sondern auch Beachtung fordern, zwingen, daß die Auslagen besichtigt werden. In der endlosen Schaufensterreihe einer modernen Geschäftsstraße hat nur der Kaufmann Aussicht, seine Auslagen beachtet zu finden, der seine Waren so auszustellen versteht, daß sie dem Vorübergehenden auffallen. Diese Kunst, das Schaufenster mit modernen Werbe- und lichttechnischen Mitteln wirksam und anziehend zu gestalten, will eine Sonderausstellung auf der vom 2.—5. Oktober stattfindenden Kölner Herbstmesse zeigen. Eine

