

und störend empfinden. Das ist aber die Schuld desjenigen Verlags, der seinen Beauftragten zu einem Kurreisenden statt zu einem Vertreter stempelt. Nebenbei gesagt bestimme ich mich im Gegensatz zu Herrn Dr. E. Bergmann nicht auf einen einzigen Reisenden, der nicht neben den Neuererscheinungen auch auf die frühere Produktion seines Verlags hingewiesen hätte. Daß er diese nicht oder nur in Fragmenten mitschleppt, ist doch selbstverständlich, zumal da er annehmen muß, daß wir das hauptsächlichste von früher her kennen. Die Zeit, für welche uns der Vertreter in Anspruch nimmt, wird eingebracht schon durch die Ersparnis überflüssiger Korrespondenzen, die aus verschiedensten Anlässen zwischen Verlag und Sortiment schweben, und deren Inhalt wir mit ihm vorwegnehmen können. Wir hätten demnach in dem Verlagsvertreter jenen selbständigeren Typ zu sehen, der nicht lediglich auf eine Provision angewiesen ist, sondern dem schon die feste Anstellung es gestattet, eine wirkliche Vertreterrolle auszuüben. Ich kann mich des Eindrucks nicht erwehren, daß der Verlag den Reisevertreter oft nur nach dem Ergebnis der von diesem erzielten Abschlüsse beurteilt, und das bestimmt naturgemäß dessen Stellung: Die Herren werden ihrem eigentlichen Beruf entfremdet, denn sie sollten und wollen wohl auch mehr bedeuten. Häufig treibt die Angst vor der erwarteten Attade des Reisenden den Sortimenter dazu, sich zurückzuziehen oder verleugnen zu lassen, mindestens aber mißtrauisch zu sein. Dann wird aber jene persönliche Beziehung nicht herzustellen sein, die doch sehr stark den Sortimenter bestimmt und ein Bindeglied zwischen Verlag und Sortiment bildet. Ich schließe von mir selbst: Es geniert mich in der heutigen Zeit der Flaute, den Abgesandten eines Verlags zu empfangen, weil ich das Gefühl habe, daß ich ihn bei Nichtlauf schwer enttäusche resp. daß der Verleger über das Ergebnis seines Reisenden enttäuscht ist. Hierbei möchte ich die Bemerkung einschalten, daß der Verleger gut daran täte, darüber zu wachen, daß sein Vertreter immerhin die ihm gebührende Aufnahme bei seinen Sortimentbesuchen findet. Die Erfahrungen, die ich im Jahre 1912 beim Aufsuchen von Sortimentkollegen auswärts gemacht habe, waren derart, daß ich mir sagte »Einmal und nicht wieder«. Da ich mich nicht befinne, an dieser Stelle über solche mir bekannten Klagen des Reisevertreters etwas gelesen zu haben, möchte ich mir erlauben, einzelnen Sortimentern zuzurufen: Ein Reisevertreter ist kein Almosenempfänger! — Das unerlässliche Band zwischen Verlag und Sortiment kann also nur der Verlagsvertreter knüpfen. Schon seine Aufnahme wird eine zwanglose und — dies ist nötig zu sagen — gesicherte sein. Aus dem großen Aufgabenkreis, den der Vertreter übernehmen kann, greife ich heraus: Information des Verlags über Konkurrenzfähigkeit, Absatzmöglichkeit seiner Erzeugnisse, allgemeine Eindrücke überhaupt, dann die schon erwähnte Gelegenheit, bestehende Differenzen zu klären, Auffassungen an- oder auszugleichen und vor allem Vorschläge, Vertriebsmaßnahmen gemeinsam zu durchdenken, die brieflich nicht auszuschöpfen sind. Wenn von anderer Seite die Bugra-Messe zum Vergleich herangezogen wurde, um die Bedeutung der Reisebesuche zu erschüttern, so möchte ich hierzu sagen: Mir ist solch eine Gesamtschau ein verwirrender Bilderbogen, von dem in der Erinnerung nur wenig Einzelheiten haften bleiben. Seit langem besuche ich daher die Messe nicht mehr. Die nach und nach erfolgende Vorlage der verschiedenen Verlagserzeugnisse auf dem Reisewege sagt mir ungleich mehr. Diese Einstellung erfährt naturgemäß eine erhebliche Einschränkung, wenn wir es bei den Reisebesuchen mit dem Kurreisenden zu tun haben. Mein Bestreben war, hier zu zeigen, daß dieser Typ in den wirklichen Reisevertreter gewandelt werden muß. Den Qualitäten des Vertreters kommt heute erhöhte Bedeutung zu, und die Verleger sollten ihren doch auch sonst sehr kostspieligen Wettbewerb nach dieser Richtung hin forcieren, d. h. wetteifern, die höchststehenden Vertreter zu entsenden.

Stuttgart.

Walter Guttman  
(Paul Neff, Buchhandlung und Antiquariat).

**Die altoösterreichischen Privatpressen.** Von Regierungsrat Moriz Grolig, Bibliotheks-Direktor in Wien. Sonderdruck aus »Archiv für Bibliographie, Buch- und Bibliothekswesen«, 2. Jahrg. 1927. Linz a. d. Donau 1927: Franz Winkler, Verlag »Im Buchladen«. 15 S. 8°

Regierungsrat Moriz Grolig, der Direktor der Bibliothek des österreichischen Patentamts, der gelehrte und geschickte unermüdlige Forscher auf dem Gebiete der — insbesondere österreichischen — Bücherkunde, hat auf Grund seines wertvollen, mit emsigem Fleiß gesammelten Materials soeben in seinem »Archiv für Bibliographie« eine wertvolle Studie über altösterreichische Privatpressen veröffentlicht. Er hat hierdurch manchen »fingierten Druckort« als einen ganz echten nachgewiesen und uns mit einer fast lückenlosen Liste von Privatdruckereien beschenkt, die für die Geschichte der Typographie im alten Österreich wenn auch nicht von einschneidender Bedeutung, so doch von hohem Interesse ist, zumal da fast alle uns erhalten gebliebenen Produkte dieser Winkelpressen, wie es viele derselben waren, zu den rarissima gehören und fast durchweg heute einen großen Kuriositätenwert besitzen. Grolig teilt diese Privatdruckereien in solche von Gelehrten, Schloßbesitzern, weltlichen und geistlichen Behörden, Klöstern, Instituten und Privatgesellschaften ein und bespricht schließlich den Wert der aus diesen Pressen hervorgegangenen Literatur. Natürlich fehlt der trefflichen Arbeit nicht ein ausführlicher Literaturnachweis.

Wien.

C. J.

**Geschäftliche Werbe-Arbeit.** Von Werbewart Weidenmüller Stuttgart 1927, Muth'sche Verlagsbuchhandlung. 64 S. 8° Mk. 2.70.

Ich hatte an dieser Stelle (1926, Nr. 118) bereits früher einmal gesagt: »Weidenmüllers Lebensarbeit ist, den Ablauf der Werbearbeit in ein klares Gedankensystem zu bringen. Da er seine Ideen in einer meist selbstgeschaffenen Sprachform vorträgt, verschließt er sich leider selbst das Verständnis weiterer Kreise. Das ist schade, denn eine nähere Beschäftigung mit seinen Untersuchungen ist wirklich lohnend«.

In der vorliegenden neuesten Schrift macht Weidenmüller weitgehende Zugeständnisse an den allgemeinen Sprachgebrauch. Im ersten Teil behandelt er in Form des Gesprächs mit einem Industriedirektor Aufgaben, Notwendigkeiten und Möglichkeiten zeitgemäßer Kundenwerbung; im zweiten Teil faßt er seine Lehre in 118 sprachlich knappen Sätzen zusammen. Man kann sich zu Weidenmüller stellen, wie man will, aber jedem Propagandisten, der über seine Tagesarbeit hinaus sich Gedanken über das System seiner Werbung macht, kann man nur empfehlen, diese 64 Seiten aufmerksam durchzuarbeiten. Sei es auch nur, um Einblick in die gedankliche Arbeit des Pankower werbekundlichen Arbeitskreises zu bekommen.

—Mf—

### Für die buchhändlerische Fachbibliothek.

Alle für diese Rubrik bestimmten Einsendungen sind an die Redaktion des Börsenblattes, Leipzig, Buchhändlerhaus, Gerichtsweg 26, zu richten. Vorhergehende Liste s. Nr. 226.

Bücher, Zeitschriften, Kataloge usw.

**ADB-Mitteilungen.** Hrsg. vom Arbeitgeberverband der Deutschen Buchhändler, Sitz Leipzig, Gerichtsweg 26. 7. Jahrg., Nr. 2/4. Aus dem Inhalt: Das Leistungsprinzip. — Bekanntmachung betr. vereinfachte Einreichung der Belege über den Steuerabzug vom Arbeitslohn für das Kalenderjahr 1927.

**Aldus Manutius: Alphabetum Hebraicum.** Venedig ca. 1501. München: Verlag der Münchner Drucke 1927. 13 S. In 300 num. Ex. Ppbd. Mk. 3.—.

**Literarischer Anzeiger.** 40. Jg., Nr. 2, April bis September 1927. Geleitet von den Universitätsprofessoren Prälat Dr. Joh. Haring und Hofrat Dr. Joh. Köf. Graz: Verlagsbuchhandlung »Styria«. Inhalt: Besprechungen.

**Anzeiger für Papier- und Schreibwaren.** 37. Jahrg., Nr. 18. Wien. Aus dem Inhalt: Lebensfragen der Branche. — Umsatzförderung durch Organisation des Geschäftes. Winke für stille Stunden. — Die graphische Industrie in Sowjetrussland. — Wieviel Bücher werden produziert?

**Anzeiger für den schweizer Buchhandel.** 39. Jahrgang, Nr. 18. Zürich: Art. Inst. Orell Füssli. Aus dem Inhalt: Weihnachtspropaganda. — Spezial-Offerten. — P. Khaeser: Von der Liebe zu den Büchern. — W. v. Schack: Merkwürdige Begegnung. Zu Wilhelm Hauffs 100. Todestag.