

Redaktioneller Teil

Bekanntmachung.

Die Mitglieder werden hiermit gebeten, die
zweite Rate des Mitgliedsbeitrages 1928
von 17.50 Mark

auf unser Postscheckkonto 13463 oder durch Kommissionär bis zum 31. Juli 1928 zu überweisen.

Bei den Zahlungen bitten wir stets anzugeben: Betr. M. B. II. Rate.

Den Mitgliedsbeitrag derjenigen Mitglieder, die bisher durch Kommissionär oder über die BVB gezahlt haben, werden wir auch weiter auf diesem Wege einziehen.

Wir bitten die Mitglieder wiederholt, durch baldige direkte Zahlung oder rechtzeitige Anweisung ihres Kommissionärs zur Abföhrung des Infassoverfahrens mit beizutragen.

Wir weisen darauf hin, daß bei nicht rechtzeitiger Zahlung des Beitrags das Mitglied alle durch das Mahnverfahren entstehenden Kosten zu tragen hat; auch sind die durch die erneute Postüberweisung des Börsenblattes entstehenden Postgebühren zu entrichten.

Leipzig, den 2. Juli 1928.

Geschäftsstelle des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig.

Dr. Heß, Generaldirektor.

Kreisverein mecklenburgischer Buchhändler.

In der 46. Hauptversammlung in Güstrow i. M. am 24. Juni wurde der Vorstand neu gewählt. Der neue Vorstand verteilte die Ämter unter sich wie folgt:

Hans Vormann (i. Fa. Gebr. Grundgeyer), Rostock, 1. Vorsitzender;
Fritz Bland (i. Fa. Hinstorffsche Verlagsbuchhandlung), Wismar, 2. Vorsitzender;
Kurt Warfentien (i. Fa. H. Warfentien's Universitätsbuchhandlung), Rostock, 1. Schriftführer;
Hermann Winter (i. Fa. Polytechnische Verlagsgesellschaft Max Hittenlofer), Strelitz-Alt, 2. Schriftführer;
Daniel Hempel (i. Fa. Emil Hempel), Schönberg i. M., Kassierer.

Die Versammlung ernannte den bisherigen 1. Vorsitzenden Hermann Warfentien (i. Fa. H. Warfentien's Universitätsbuchhandlung), Rostock, zum Ehrenvorsitzenden.

Rostock i. M., den 27. Juni 1928.

Der Vorstand des Kreisvereins mecklenburgischer Buchhändler.

Hans Vormann, 1. Vorsitzender.
Kurt Warfentien, 1. Schriftführer.

Badisch-Pfälz. Buchhändler-Verband E. V.

In der Hauptversammlung des Badisch-Pfälzischen Buchhändler-Verbandes, die am 10. Juni 1928 in Baden-Baden stattgefunden hat, wurde der Gesamtvorstand einstimmig wiedergewählt. Er besteht aus den Herren:

M. Freihen, Heidelberg, 1. Vorsitzender;
A. Gerle, Kaiserslautern, 2. Vorsitzender;
E. Germer, Freiburg, 1. Schriftführer;
A. Gräff, Karlsruhe, 2. Schriftführer;
W. Hoffmann, Karlsruhe, Schatzmeister;
P. h. Dorneich, Freiburg, Beisitzer;
E. Faust, Heidelberg, Beisitzer;
R. Hermann, Mannheim, Beisitzer;
D. Lang, Landau, Beisitzer.

Heidelberg, den 28. Juni 1928.

Der Vorstand des Badisch-Pfälzischen Buchhändler-Verbandes.

M. Freihen, 1. Vorsitzender.

Von „Bauchbinden“, Plakaten und Schugumschlägen.

Von Alfred Troschütz, Hannover.

Vor Weihnachten erhielt ich eine Anzahl Jugendschriften, die unten mit einer fingerbreiten »Bauchbinde« aus dünnem grünen Papier versehen waren.

Was mag sich der Verleger, der dies anordnete, dabei gedacht haben? Ob der Herr wohl schon einmal im Sortiment tätig war? Ich glaube es nicht! Denn sonst hätte er wissen müssen, daß der dünne Papierstreifen schon beim Auszeichnen sich verschiebt, zerknittert und zerreißt, keinesfalls aber die beabsichtigte Wirkung erfüllt.

»Bauchbinden« sind immer vom Übel und sollten unbedingt vermieden werden. Selbst wenn der Streifen »werbend« auffallend bedruckt, wenn ein zähes farbiges Papier gewählt, wenn die Binde so um den Band gelegt wird, daß ein Öffnen noch möglich ist, hinterläßt er auf dem Teil des Einbandes, der ungeschützt gegen Licht und Staub bleibt, immer Spuren seiner Anwesenheit. Das genügt fast immer, um den Band unverkäuflich zu machen.

Will der Verleger dem Sortimenter beim Verkauf helfen — es geschieht dies sehr oft, wo es bitter notwendig ist, noch viel zu wenig —, dann wählt er »Einstechzettel« aus leichtem Karton, so breit wie das Buch, etwa 10 Zentimeter hoch. Die obere Hälfte dieser Zettel wird bedruckt, die andere zweimal eingeschnitten oder mit einem darauf hinwirkenden Vordruck versehen. Nichtsagende Redensarten muß man beim Ausdruck vermeiden. Nie darf der Preis fehlen! Einige treffende Worte, eine gute Charakterisierung helfen unbedingt beim Verkauf, wenn solcher durch Ausstellen erzielbar ist. Will der Verleger