

in einer mittleren Universitätsstadt, erhielt: »Bei den eben erwähnten Bücherprobefendungen des Sortimentes an Ärzte wären natürlich auch, und in erster Linie, Krankenhäuser, Sanatorien, Kliniken und überhaupt alle Heilanstalten sehr zu berücksichtigen, da für diese Anstalten ein Bibliotheksetat in den meisten Fällen besteht, der zum Teil gar nicht erschöpft wird.« Derartige Äußerungen geben doch unbedingt zu denken. Derselbe Herr schrieb mir weiter: »Daß die Ärzte und Studenten so schlechte Bücherläufer sind, wäre, glaube ich, zu bessern, wenn die Sortimenter sich wieder mehr daran gewöhnten, an geeignete Ärzte und Interessenten regelmäßig Bücher zur Ansicht zu schicken. Nur so läßt sich der Vertrieb wissenschaftlicher Werke steigern, auf anderem Wege nicht, auch nicht, oder nicht genügend, durch Inserate, Übersendung von Prospekten usw. Ich halte ein derartiges Verfahren, falls nicht eine direkte Abneigung ausgesprochen wird, für durchaus erlaubt und nützlich für beide Teile.« Diese Ausführungen scheinen mir für die Allgemeinheit doch von erheblichem Interesse und regen an, die angeschnittene Frage weiter zu verfolgen. Was hier für medizinische Literatur gesagt ist, gilt in gleichem Maße für andere wissenschaftliche Literatur.

Im Zusammenhang hiermit sind die Äußerungen zweier mir persönlich bekannter Herren nicht uninteressant, die mir gerade kürzlich spontan erklärten, wie schwierig es für sie, die an sich literarische Interessen hätten, heutzutage sei, sich genügend über Neuigkeiten zu orientieren. Früher kam man regelmäßig in Buchhandlungen, was heute infolge der vollen Inanspruchnahme durch ein ausgefülltes Berufsleben nicht mehr möglich sei. Um so mehr vermisse man die Bücheransichtsendungen, die man früher als bekannter Bücherkäufer regelmäßig erhielt, denn beim Buch sei nun einmal persönlicher Einblick häufig ausschlaggebend für den Kaufentschluß. Derartige Äußerungen werden viele Kollegen beliebig ergänzen können. Sie berechtigen aber dazu, der Frage der Ansichtsendungen wieder ein allgemeineres Interesse zuzuwenden.

Auf Grund von Rücksprachen mit verschiedenen Kollegen hatte ich Gelegenheit, selbst verschiedene Versuche mit systematischen Ansichtsendungen zu machen. Diese Versuche, die sich auf verschiedene Literaturgattungen, verschiedene Interessentkreise und verschiedene Städte erstreckten, bestärken mich ebenfalls in der Auffassung, die systematische Ansichtsendung als außerordentlich wichtigen Faktor in der Sortimentwerbung zu betrachten.

Das Wesentliche bei der Anwendung dieses Werbemittels ist, wie stets, daß es von Fall zu Fall, stets wohl überlegt und nicht verallgemeinert, angewandt wird, und daß es nicht schematisch oder wahllos, sondern stets systematisch angewandt, gut vorbereitet und planmäßig durchgeführt wird. Die Anwendung erstreckt sich, wie weiter oben schon angedeutet, auf zwei Möglichkeiten: die Käufergewinnung in vorhandenen bzw. gegebenen, fest umrissenen Interessenten(Kunden)kreisen und die Gewinnung neuer Interessenten und Kunden. Bei der praktischen Durchführung wird in Großstädten die Frage der Spezialisierung (Fachbuchhandlungen) eine Rolle spielen, während es in Mittel- und Kleinstädten einer universelleren Einstellung des Sortimentes (Mittelpunkt des geistigen Interesses) nach wie vor bedarf. Zwei sehr wichtige Momente spielen bei dieser Methode in der Gegenwart eine ganz besondere Rolle: die Bequemlichkeit und der Zeitmangel sowohl des Interessenten wie des bereits vorhandenen Kunden. Schließlich sei noch erwähnt, daß bei den relativ geringen Mitteln, die für die Werbung des Buches, bedingt durch den Warencharakter im allgemeinen, aufgewandt werden können, das Mittel der Ansichtsendung ein im Verhältnis zu seinem Wert immer noch billiges Werbemittel darstellt.

Ich glaube, daß alle diese Momente die Bedeutung der Ansichtsendung als Werbemittel genügend beleuchten und würde mich freuen, wenn diese Zeilen Anlaß wären, der praktischen Anwendung dieses Werbemittels künftig ein erhöhtes Interesse entgegenzubringen.

## Buchgewerbliche Rundschau.

(Siehe zuletzt Bbl. 1928, Nr. 204.)

**Schrift- und Satzherstellung.** In Sensationsmeldungen über eine amerikanische »Fernsehmachine« ist in der Tagespresse und im Rundfunk jüngst wieder einmal eine »Revolution« der Buchdruckerei in Aussicht gestellt worden. Durch telegraphische Übertragung sollte es gelingen sein, einige hundert Setzmaschinen in verschiedenen Städten der Union gleichzeitig mit aktuellem Satz für Zeitungsdruck zu versorgen, und zwar mit einer unwahrscheinlich hohen Buchstabenleistung. Theorie und Praxis dürften auch in diesem Falle — die Fernsehmachine taucht wie die »Seeschlange« in regelmäßigen Zeiträumen auf — in unüberbrückbarem Gegensatz bleiben.

Es ist denkbar, daß der gelochte Registerstreifen, der bei der »Monotype«-Setzmaschine verwandt wird, auf telegraphischem Wege vervielfältigt würde und sich aus einem geeigneten Empfangsapparat in der Gestalt herauswickelte, in der er einen zweckmäßigen Sender passiert. Dann müßten aber erst die automatischen Gießmaschinen, die den Satz abzugießen haben, wieder mit dem Streifen versorgt und in ihrem Lauf allerorts gehörig überwacht werden, und die Buchstabenleistung würde das reguläre Tempo der Monotype nicht überschreiten können, die den Satz aus einzelnen Lettern Buchstaben für Buchstaben gießt. Mit automatisierten Zeilenseggießmaschinen ist ausweislich von Probeversuchen eine Steigerung der Leistung auf das Dreifache gegenüber Handanschlag der Klaviatur erzielt worden, also 16—18 000 Buchstaben in der Stunde. Aber auch die so ausgerüsteten Maschinen bedürfen der fachmännischen Überwachung ihres Laufs an Ort und Stelle. Eine unkontrollierte Steuerung der angeschlossenen Maschinen, von einer Zentrale aus, kann praktisch zu nichts führen. Es besteht aber auch kein Bedürfnis für eine so weitgehende Uniformierung des Zeitungsinhalts, wie sie die Erfindung des Amerikaners voraussetzt. Selbst wenn es sich nicht um unmittelbare Beeinflussung des Arbeitens der Setzmaschinen, sondern nur um eine neue Beschleunigung der Nachrichtenübermittlung handeln sollte, würde ein Interesse der Tagespresse daran zweifelhaft sein. Das Fachblatt der deutschen Zeitungsverleger »Der Zeitungs-Verlag« besprach jüngst unter dem Titel »Gefahr im Lande« die wachsende Beteiligung des Rundfunks an der Nachrichtenübermittlung direkt an das Publikum. Die Sorge vor der Ausbreitung der »gesprochenen Zeitung« liegt den Verlegern heute näher als die Einstellung auf technische Umwälzungen im eigenen Hause, und bei ihrem Gegenstande handelt es sich um eine unvermeidliche Entwicklung. Die Tagespresse ist es vor allem gewesen, die zur Entwicklung des telegraphischen Dienstes zwecks Förderung der Schnelligkeit ihrer eigenen Leistung beigetragen hat, um Ausgabe nach Ausgabe — in den großen Zentren alle Stunden — Schwarz auf Weiß an den Mann zu bringen; sie hat es auch verstanden, sich die schnellsten Verkehrsmittel für die Verteilung und Verbreitung ihrer im Zeitraum einer Stunde veraltenden Erzeugnisse dienstbar zu machen. Dabei ist aber die Lösung eines Problems immer schwerer geworden, die Lösung der Papierfrage bzw. der Holzfrage, die durch den wäldererschlingenden Bedarf der Tagespresse und die Konkurrenz neuer Industrien (Kunstseide) inzwischen zu einer brennenden Frage für die Gesamtwirtschaft geworden ist. In dieser Beziehung ist der Rundfunk, der schon die Materie in seiner Unabhängigkeit von den Kupferdrahtleitungen überwunden hat, vollkommen unbelastet, und die »gesprochene Zeitung« wird allerdings wohl eine allmählich wachsende Bedeutung gewinnen, auch wenn es nicht auf eine Revolution, sondern auf den Fortgang einer Entwicklung ausgeht. Da die Konkurrenz außerhalb des Hauses die Zeitungen jedenfalls heute schon mehr interessiert als die Konkurrenz innerhalb, so dürfte die »Fernsehmachine« kaum Aussicht haben, Einfluß auf die Technik zu gewinnen. Die Bedeutung der Setzmaschine erschöpft sich heute auch schon längst nicht mehr in ihrer Leistung als schnelle Dienerin bei der Zeitungsherstellung, sondern sie führt sich in den bekannten Typen der Zeilenseggießmaschine immer mehr für guten Werksatz ein. Vor kurzem hat die 10 000 Linotype die Fabrikationsräume der Mergenthaler Setzmaschinenfabrik in Berlin verlassen. In der ganzen Welt sind jetzt über 70 000 Linotypes in Betrieb.

Für die mit mehreren Magazinen ausgerüsteten Zeilenseggießmaschinen, die für den Werksatz bevorzugt werden, kommen Verbesserungen der Matrizenführung beim Ablegen in Betracht. Während an den älteren Modellen der Mehrmagazin-Linotype die Ablegespindeln 96 Spindelgänge aufweisen, hat man an den neueren Modellen der Linotype und der Intertype nur 64 Spindelgänge. Dadurch ist die Geschwindigkeit des Transports der Matrizen an der