

Drangperiode bedeutete, die schönste seines Lebens gewesen sei. Nach seiner Heimatstadt zurückgekehrt ging Thomas zu Oscar Fürstenau und bearbeitete hier Müllers Adressbuch des Deutschen Buchhandels und verwandter Geschäftszweige, ebenso erfolgte damals die Gründung der Allgemeinen Buchhändler-Zeitung, deren Verlag und Redaktion er später selbst übernahm. Es ist wohl noch im Gedächtnis der älteren Generation, in welchem Geiste er dieses Organ geleitet hat, und welches Ansehens es sich im ganzen Buchhandel erfreute.

Als im Jahre 1911 der langjährige Redakteur des Börsenblattes, Max Evers, sich in den Ruhestand zurückzog, betraute der Vorstand des Börsenvereins Emil Thomas mit der Leitung seines Organs und dieser fand damit ein Tätigkeitsfeld, auf dem sich sein Talent und seine Neigung voll entfalten konnten. Er griff kräftig an und manches Neue, das noch heute besteht und nachwirkt, verdankt seine Entstehung seiner Initiative. Mitten im frohesten Schaffen überfiel ihn 1919 plötzlich ein schweres Augenleiden, gegen das ärztliche Kunst nichts vermochte, und das ihn, der noch voller Pläne und Ideen steckte, zwang, die Feder aus der Hand zu legen und vorzeitig in den Ruhestand zu gehen, ein für ihn hartes Schicksal, mit dem er sich bis zuletzt noch nicht abgefunden hatte.

Mit Emil Thomas ist ein Mann von hinnen gegangen, dessen Verlust jeder schmerzlich empfinden wird, der das Glück hatte ihm näher zu treten, ein Mensch, nicht nur ausgezeichnet durch reiche Gaben des Geistes sondern auch des Gemütes. Sein feiner, oft satirischer Humor und seine sprudelnde Beredsamkeit machten ihn im Privatleben zu einem gern gesehenen Gesellschafter und schufen ihm viele persönliche Freunde. Der deutsche Buchhandel, dem er mit Leib und Seele gehörte, wird ihm ein treues Gedenken bewahren.

## Sprechsaal

(Ohne Verantwortung der Schriftleitung; jedoch unterliegen alle Einsendungen den Bestimmungen über die Verwaltung des Börsenblattes.)

### Wohin soll es führen?

In »Westermanns Monatsheften«, Juli 1929, zeigt der Verlag Westermann an, »daß er fortan jedem seiner Hefte eine Karte beifügen wird«. Diese Karten sollen gesammelt werden und allmählich einen Atlas für den Abonnenten bilden. Selbstverständlich kann jeder Verleger Reklame machen wie er will. Es ist sein gutes Recht, Gratisbeigaben zu liefern, um Abonnenten zu gewinnen oder zu fesseln. Es fragt sich nur: Ist solch eine Reklame für Verlag und Sortiment die richtige? Wie, wenn andere Verleger nun auch anfangen, mit ihren Heften Gratisbeigaben zu liefern? Die Folge solcher Angebote wird sein, daß einer den anderen übertrumpfen wird. Der Zweck ist nicht erreicht, wohl aber eine Verteuerung der Herstellung eingetreten. Jedoch ist das Verlegersache. Für das Sortiment ist die Frage viel wichtiger: Was wird werden? Denn es ist natürlich, daß die Leserschaft, die auf eine große Anzahl Exemplare abonniert, diese Gratisbeigaben sammeln und — sobald sie vollständig sind — als Lockmittel zum Abonnentenfänger benutzen. Keiner kann ihnen dies wehren. Man denke sich nur einmal, daß x-tausend Monatshefte in den Leserkreisen laufen und diese x-tausend gesammelten Gratis-Beilagen nun plötzlich als Prämie angeboten werden. Ganz abgesehen davon, daß vielleicht von den vielen tausend Einzelabonnenten doch auch der eine oder andere sich statt der Gratis-Beigaben Bücher kaufen würde. Das ist die Gefahr, die wir als Sortimenter in den »Gratis-Zugaben« erblicken.

Wir möchten an die Herren Verleger die dringende Bitte richten, ihre Reklame doch so zu machen, daß sie Verlag und Sortiment wirklichen Nutzen bringt, nicht aber diesen in Frage stellt und das Sortiment sicher schädigen wird.

Ortsverein Bremer Buchhändler.

### Erwiderung.

Zu obiger Einsendung des Ortsvereins Bremer Buchhändler möchte ich zunächst erwähnen, daß es sich bei der Lieferung des »Westermanns Monatshefte-Atlas« um einen Bestandteil meiner Westermanns Monatshefte selbst handelt, den allerdings meine Propaganda-Abteilung als kostenlose Lieferung aus propagandistischen Gründen angekündigt hat.

Durch die Notiz: »Wohin soll es führen?« sehe ich, daß das Bremer Sortiment der Meinung ist, daß durch diese Ankündigung Nachteile für dasselbe entstehen. Nachstehend gebe ich deshalb folgende Aufklärung:

Der Westermanns Monatshefte-Atlas wird voraussichtlich etwa 50 Karten umfassen. Jedem einzelnen Heft soll eine Karte beigelegt werden, sodaß der Atlas in etwa vier Jahren vollständig vorliegen wird. Nur die Bezieher, die »Westermanns Monatshefte« vier Jahre ohne Unterbrechung halten, werden deshalb den Atlas vollständig haben. Das Sortiment wird also von jedem Bezieher mindestens 96 Mark einnehmen, die den Bezugspreis für Westermanns Monatshefte für die Dauer von vier Jahren darstellen. Selbstverständlich sind später hinzukommenden neuen Beziehern die bisher erschienenen Karten nachzuberechnen, sofern sie nicht »Westermanns Monatshefte« nachbeziehen.

Der »Westermanns Monatshefte-Atlas« selbst kann nicht gehandelt werden, weil die Karten als Bestandteil meiner »Westermanns Monatshefte« natürlich gebrochen sind. Er genügt aber den Beziehern, um den Inhalt von »Westermanns Monatsheften«, soweit er auf dem geographischen Gebiete liegt, zu verfolgen. Er genügt weiter, um größere Reisen zusammenzustellen, beim Rätselraten zu helfen usw.

Bei vielen Beziehern wird aber der Wunsch laut werden, außer dem geographischen Atlas auch einen solchen, der die Geschichte und die Weltwirtschaft behandelt, zu besitzen. Deshalb wird durch meine Propaganda die Nachfrage auch nach anderen Atlanten sich steigern. Das beweisen die vielen Anfragen, die an den Verlag nach einem guten bereits vollständigen Atlas gekommen sind.

Es ist ein Irrtum, wenn in der Notiz von x-tausenden von Monatsheften gesprochen wird, die die Leserschaft beziehen. Es scheint hier offenbar eine Verwechslung mit einer anderen Zeitschrift vorzuliegen. Die Gefahr, die hier gesehen wird, scheidet also aus. Von den vielen Zuschriften, die ich nach der Ankündigung der Lieferung des »Westermanns Monatshefte-Atlas« bekommen habe, seien nur einige erwähnt, die ich im Original der Schriftleitung des Börsenblattes vorgelegt habe.

20. Juni 1929. Süddeutschland. »Die in diesem Schreiben erwähnte Absicht, in Ihre Westermanns Monatshefte kostenlos eine Atlaskarte beizulegen, finde ich zur Unterstützung beim Werben von Abonnenten als eine äußerst gute Idee. . . . Auf dieser Basis könnte man sich langjährige Bezieher sichern.«

26. Juni 1929. Rheinland. »Den meisten Erfolg verspreche ich mir mit dem Prospekt »Westermanns Monatshefte-Atlas«.«

13. Juli 1929. Österreich. ». . . Die beiden obigen Abonnements sind bereits durch Ihre neue »Atlaswerbung« gewonnen worden.«

17. Juli 1929. Süddeutschland. »Ihr Schreiben vom 12. Juli habe ich erhalten und habe gern davon Kenntnis genommen, daß Sie für die Zukunft eine kostenfreie Beigabe des »Westermanns Monatshefte-Atlas« in den Westermanns Monatsheften erscheinen lassen. Ich bin auch der Überzeugung, daß dies von der gesamten Leserschaft gern aufgenommen wird und großen Beifall findet.«

Wie meine Arbeit für das Sortiment sonst aufgefaßt wird, beweisen die nachstehenden drei Urteile (von vielen hundert):

Eine Buchhandlung in Plauen schreibt am 16. Mai 1929:

»Im Besitze Ihres Briefes vom 15. Mai erwidere ich Ihnen, daß ich mich für Ihre Monatshefte zu Beginn des neuen Jahrgangs ganz besonders verwenden werde. Ich hoffe meine Fortsetzung auf das Doppelte zu erhöhen. Sie sind es wert, daß man sich für Ihre Monatshefte einsetzt, denn es gibt nicht gleich eine Firma wieder, die dem Sortimenter so entgegenkommt, wie Sie es tun. Es ist deshalb unbedingte Pflicht auch unsererseits, das anzuerkennen und tatkräftig zu werben. Ich danke Ihnen nochmals herzlich und werde Ihnen durch die Tat zeigen, wie ich mein Wort halte.«

Eine Buchhandlung in Göttingen schreibt am 30. April 1929:

». . . Ich gestatte mir dabei, Ihnen zu sagen, daß die Art und Weise, wie Sie für Ihre Monatshefte, gleichzeitig aber für das Sortiment werben, nur als vorbildlich bezeichnet werden kann.«

Eine Buchhandlung in Breslau schreibt am 12. Mai 1929:

». . . Ich empfinde es sehr angenehm, wie Sie als Verleger mit dem Sortiment arbeiten und ihm sogar Privatbestellungen überweisen. Leider sind Sie meist ein weißer Hahn auf einsamer Flur.«

Da der »Westermanns Monatshefte-Atlas« einen Bestandteil meiner »Westermanns Monatshefte« selbst bildet und ohne Aufschlag des Bezugspreises geliefert wird, werde ich in Zukunft bei der Propaganda diese Tatsache für sich sprechen lassen und von der Ankündigung einer kostenlosen Lieferung absehen, wodurch auch den Wünschen des Bremer Ortsvereins Rechnung getragen ist.

Braunschweig.

Georg Westermann.