

Die Zerstreuung eines Buches durch die Welt ist fast ein ebenso schwieriges und wichtiges Werk als die Fertigstellung desselben.

Schiller, Brief an Friedrich Cotta. Jena, 1. Sept. 1794.

haben den Antrag gestellt, die literarischen und künstlerischen Erzeugnisse getrennt von den Erzeugnissen der Papierindustrie zu einem besonderen Kapitel zusammenzufassen. Dieser Antrag ist vor einigen Tagen dem Reichswirtschaftsministerium erneut vorgetragen worden. Falls dieser Wunsch nicht verwirklicht werden kann, müßten auf jeden Fall die Erzeugnisse des Buch-, Kunst- und Musikalienhandels in anderer Weise gruppiert werden, als es in dem Entwurf geschehen ist.

Wir haben dem Reichswirtschaftsministerium einen entsprechend umgestalteten Entwurf für die in Frage kommenden Gegenstände vorgelegt.

Copyright für Übersetzungen.

An uns wurde die Frage gerichtet, ob die Übersetzung eines Werkes, dessen Originalausgabe den Copyrightschutz erlangt hat, ohne weiteres in den Vereinigten Staaten geschützt sei, der Copyrightvermerk also übernommen werden könne oder ob die Übersetzung gesondert angemeldet werden müsse, wenn ein Urheberrechtsschutz in den Vereinigten Staaten gewünscht wird.

Das Copyrightamt in Washington verwies in seiner Auskunft auf Sektion 6 des amerikanischen Copyrightgesetzes, wonach die Übersetzung eines Werkes ein neues Schriftwerk darstellt, welches nur durch eine neue Registrierung gegen Nachdruck geschützt wird. Es bleibt der Vereinbarung zwischen dem Verfasser, dem Verleger und dem Übersetzer überlassen, welcher von den drei Genannten die Neuanmeldung beantragen und wem von ihnen der Copyrightschutz gewährt werden soll.

Verkehrsordnung.

Es ist im Buchhandel üblich, die Abrechnung an Hand der Verlegerfakturen vorzunehmen und nicht — wie eine bei uns anfragende Firma annahm — nach Maßgabe der vom Verleger überhaupt nicht kontrollierbaren Eingangsdaten der einzelnen Pakete. Als Lieferungszeitpunkt im Sinne des § 30 der Verkehrsordnung muß das Datum der Verlegerfaktur gelten.

Mit der Einsetzung eines bestimmten Fakturendatums will der Verleger zweifellos auch zum Ausdruck bringen, für welches Halbjahr er die Lieferung gelten lassen will. So ist es auch üblich, daß eine Faktur vordatiert wird, z. B. auf den 1. Juli, wenn der Verleger für das Ende Juni gelieferte Kommissionsgut die Abrechnungsfristen des zweiten Halbjahres gelten lassen will.

Noch einmal Leihbücherei-Hauffe.

Aus Anfragen zufolge meines Artikels im Börsenblatt Nr. 24 vom 28. Januar mußte ich ersehen, daß Kollegen, die bislang noch keine Leihbücherei ihrer Buchhandlung angegliedert hatten, sich nun ernsthaft mit dem Gedanken tragen, in letzter Stunde doch noch gegen die große Konkurrenz der »Buch-Verleihe« anzugehen, indem sie teils aus Lagervorräten, teils durch Neuanschaffungen eine Leihbücherei einrichten.

Da nun in meinem ersten Artikel das Bestehen einer Leihbücherei vorausgesetzt war, so habe ich noch auf einige nicht unwesentliche Punkte hinzuweisen.

Im Gegensatz zur Vorkriegszeit, als der Buchhändler die Bücher für die Leihbücherei nur broschiert bestellte und vom Buchbinder in Halbleder oder Leinen einbinden ließ, werden heute meistens die Bücher beim Verleger gebunden bestellt und im Original-Einband der Bücherei einverleibt. Man geht dabei von dem Grundsatz aus, daß ein zerlesener Band sich auch bezahlt gemacht hat und schon aus hygienischen Gründen durch ein neues Buch ersetzt werden sollte, sofern überhaupt noch Nachfrage danach ist. Eine nicht unwesentliche Rolle spielen dabei die Schutzumschläge der Neuanschaffungen, die sich zur Ausstellung im Schaufenster oder Schaukasten mit wirkungsvollen, handgeschriebenen Plakaten vorzüglich eignen, oder, nach Gruppen zusammengeheftet, auch als illustrierter Katalog die Wahl des Lesers erheblich erleichtern.

Bei Zusammenstellung oder Erweiterung einer Leihbücherei darf keinesfalls von dem Grundsatz ausgegangen werden, daß die Ladenhüter oder billige, wertlose Bücher gerade gut genug sind, in die

Bücherei aufgenommen zu werden. Der heutige Leser läßt sich nicht mit unbekanntem Werken abfinden, denn er sucht in der Bücherei das gute oder aktuelle Buch. Es ist auffallend, daß am häufigsten besonders teure Werke wie Seidel, Wunschkind; Grimm, Volk ohne Raum; Munthe, San Michele verlangt werden, abgesehen von den aktuellen Büchern wie Rumpelstilzchen; Winnig, Weg; Ewers, Horst Wessel u. v. a. Da sich heute in einer Leihbücherei sämtliche Schichten ihren Lesebedarf holen, so muß auch die Bücherei sehr vielseitig sein, trotzdem kann festgestellt werden, daß am häufigsten nach Gegenwartsbüchern, Kriminalromanen, Abenteuerromanen und humoristischen Romanen gefragt wird. Daneben besonders stark Karl May, wie überhaupt auch der Verleih von Jugendschriften (insolge Streichung der Schuletats) erheblich reger geworden ist. Der Ausbau dieser Abteilung kann empfohlen werden.

Über die Kartei als grundsätzliches Organisationsmittel habe ich bereits im vorangegangenen Artikel geschrieben, es bliebe bloß noch zu erwähnen, daß ein Nummernverzeichnis in Buchform ratsam ist, sofern nicht vorgezogen wird, die Bücher nur nach Verfassern und Gruppen abzustellen.

Meine Lesebedingungen lauten:

Bei Entnahme des ersten Buches ist Pfand zu hinterlegen, das gegen Vorzeigung der Quittung jederzeit in bar zurückgezahlt wird. Die Leihgebühr ist im voraus zu entrichten.

Wird das Buch länger als eine Woche behalten, ist für jede angefangene Woche die Leihgebühr zu zahlen. Gegebenenfalls nötig werdende Mahn- und Abholkosten hat der Entleiher zu tragen.

Jede Beschädigung oder Verschmutzung ist zu vermeiden. Bei Verlust und unsachgemäßer Behandlung haftet der Entleiher bis zur vollen Höhe des Anschaffungspreises.

Die Bücher dürfen nicht weiterverliehen werden. Wer entliehene Bücher zurückbehält, verschenkt oder verkauft, macht sich strafbar.

Der Umtausch der Bücher kann beliebig oft vorgenommen werden.

Erfüllungsort für beide Teile: Bad Warmbrunn.

Die erste Bedingung gilt nur pro forma, da es sich leider nicht mehr durchführen läßt, von jedem Leser Pfand zu erheben, doch empfiehlt es sich in Zweifelsfällen oder bei ungenügenden Ausweisen von der Pfand-Bedingung Gebrauch zu machen. Bei straffer Führung der Lese-Stammkarten, bei wöchentlicher Kontrolle und vierwöchentlicher Abholung der Bücher bei säumigen Lesern ist kaum mit Verlust zu rechnen. Es kann behauptet werden, daß eine gut geführte Leihbücherei ohne größere Regiekosten mühelos die monatliche Miete und weitere Unkosten herausholt.

Nun noch etwas über die Werbung. Jedem Kollegen, der seine Bücherei neu ankündigt oder neu empfehlen will, möchte ich den Weg der Postwurfsendung vorschlagen. Bestimmend für den Erfolg ist natürlich der wirkungsvolle Text der Wurfsendung. Der Börsenverein hat einige gute Werbematern, die sich vorzüglich eignen, so z. B. . . . und abends ein Buch . . . (aus der Leihbücherei . . .). Gleichzeitig empfiehlt sich ein Dauerabonnement in der Tagespresse und gute, öfters wechselnde Dekorationen. Wenn dann noch jeder Kunde persönlich zur Benutzung der Leihbücherei aufgefordert wird, kann der Erfolg nicht ausbleiben.

Zum Schluß möchte ich noch auf die gute Werbewirkung von Mügges Buchschoner mit Firmenaufruf hinweisen, wie überhaupt eine der Buchhandlung angeschlossene Leihbücherei eine Werbung, und, wenn von sachkundiger Hand geleitet, ein enges Bindeglied zwischen Buchhändler und Bücherfreund darstellt.

Mit weiteren Ratschlägen stehe ich Kollegen, denen meine Ausführungen nützlich sein können, jederzeit bereitwilligst zur Verfügung.

Bad Warmbrunn.

Hanns Weifer
i. Fa. Oswald Weifer.

Zeitschriften-Agenten.

Der Bezirksverband Rheinland-Westfalen im Reichsverband Deutscher Buch- und Zeitschriftenhändler hat es unternommen, einen Fachkalendar für Zeitschriften-Agenten 1933 herauszubringen, ein hübsch gebundenes Büchlein in Taschenformat, das eine kurze Betrachtung an dieser Stelle wohl verdient.

Dieser Fachkalendar will und wird der ständige Begleiter jedes Zeitschriften-Agenten sein, da er in lebensvollen Aufsätzen die wichtigsten Fragen aus dem Beruf des Agenten behandelt. Über die verschiedenen Zeitschriften-Gattungen wird da gesprochen, über die Organisation der Abonnenten-Versicherung, für die ein großer Teil aller Zeitschriften-Agenten sich heute besonders einsetzt. Weiterhin wird das Wesen der Werbung behandelt, sowie auch der Konkurrenzkampf und die Möglichkeit, ihn