

Die zur Hebung des Buchabsatzes gegründete »Alliance du Livre«, von der an dieser Stelle schon die Rede war, macht weitere Anstrengungen, sich das Interesse der Fachkreise zu sichern. Nach einer Versammlung der Schriftsteller wurde von ihren Gründern — dem Dichter Georges Duhamel und Fräulein Chouveau, der Vorsitzenden der französischen Sortimentervereinigung — eine Versammlung der Verleger einberufen. Man hofft, durch Zusammenarbeit aller am Buch Interessierten dem französischen Gedanken und der französischen Kultur einen neuen Aufschwung zu geben. Zur Mitarbeit sind alle die aufgerufen, die das Buch lieben.

Kanada

Das englische Fachblatt »Publishers' Circular« berichtet über den Preis des englischen Buches in Kanada und die Ungleichheit der Preise englischer und amerikanischer Ausgaben. Es werden Beispiele aufgeführt, aus denen hervorgeht, daß die amerikanischen Ausgaben meist billiger als die englischen sind. Diese Preisungleichheit bereitet dem kanadischen Buchhändler, der gern die englischen Originalausgaben vertreiben würde, die oft besser ausgestattet sind als die amerikanischen Ausgaben, große Schwierigkeiten. Das auch bei uns übersetzte Buch »Seven Pillars of Wisdom« z. B., das in England 30 Schilling kostet, wird in Kanada für 9 Dollar angezeigt, wogegen die amerikanische Ausgabe 5 Dollar kostet. »The Life of Lloyd George« wird in Kanada für 6 Dollar, in New-York für 4 Dollar je Band verkauft. Der englische Verleger bemerkt dazu, daß die Rechte für die kanadische Ausgabe an ein kanadisches Haus übertragen wurden und er daher für den dortigen Preis nicht verantwortlich sei, in den meisten Fällen aber würde ein Abkommen mit amerikanischen Verlegern getroffen, um einen gleichen Verkaufspreis festzulegen.

In einer späteren Stellungnahme eines kanadischen Verlegers zu dieser Frage wird darauf hingewiesen, daß Kanada ein eigenes Urheberrecht besitzt, wonach auf dem kanadischen Markt entweder der englische Verleger und sein Vertreter oder der amerikanische Verleger und sein Vertreter oder der kanadische Verleger allein das Recht besitzt. Selten nehmen zwei oder drei dieser Gruppen daran teil. Der Verkaufspreis braucht daher in keinem Verhältnis zu dem in England oder Amerika gültigen zu stehen, ebensowenig wie der Preis eines amerikanischen Buches in England sich nach dem amerikanischen Preis richtet.

Niederlande

Von seiten der Verleger wurde im »Nieuwsblad voor den boekhandel« die Frage aufgeworfen, ob die Buchhändler durch mangelhafte Werbung nicht selbst ihr Geschäft beeinträchtigen. Darauf sind aus den Kreisen der Buchhändler zahlreiche Antworten eingegangen, die vom »Nieuwsblad« zusammenfassend besprochen werden. Hier folgen die wesentlichsten Punkte: Wenn ein Verleger einem Buchhändler 500 Werbebedruckschriften schickt, dann muß er sich vorher gefragt haben, ob der betreffende Buchhändler auch wirklich 500 Werbebedruckschriften verteilen kann und ob ihm auf Grund der hierbei entstehenden Unkosten dies zugemutet werden kann. — Der Buchhändler, der allein mit dem Leser in Berührung kommt, verspürt die Folgen einer falschen oder übertriebenen Anpreisung, wenn er z. B. einem Kunden ein laut Werbebedruckschrift als »Welterfolg« hingestelltes Werk verkauft hat und das betreffende Werk dann als Fehlgriff erkannt wird. So verlangt der Buchhändler »Wahrheit in der Werbung« und verweist die Massen-Reklame mit schreienden Anpreisungen auf das Gebiet der Massenerzeugnisse und Marken-Artikel. — Das Lesepublikum richtet sich neuerdings auch nach den Empfehlungen von Rundfunk-Buchbesprechungen. Wenn aber der Kunde von einem Buch auf Grund dieser Anpreisungen »etwas anderes« erwartet hat, dann kann er seine Enttäuschung wiederum nur dem Buchhändler kundtun, den er beim Kauf des Buches gar nicht einmal um Rat gefragt hatte! — Ein Buchhändler stellt fest, daß er mit persönlich gehaltenen Werbebeschreiben mehr ausrichten kann als mit in Massenauslage gedruckten Werbebedruckschriften des Verlegers. Als wirksamstes Werbemittel wird eine Karte bezeichnet, auf die kurze Inhaltsangaben und der Preis des Buches gedruckt sind, sodas diese Karte zusammen mit dem Buch im Schaufenster ausgestellt werden kann.

Die diesjährige Buchwoche fand vom 1. bis 8. Mai statt. Der Werbeausschuß der mit der Leitung beauftragten Haag'schen Buchhändlervereinigung hatte eine Werbung mittels Kraftwagen veranstaltet, die die Hauptstädte aufsuchten und auch die entlegeneren Gegenden auf das Buch aufmerksam machten. Eine beträchtliche Zahl von Verlagsunternehmen hat sich an diesem Werbeumzug beteiligt.

Anfang dieses Jahres wurde von den beteiligten Organisationen beschlossen, daß nach Ablauf von drei Jahren alle als Buchhändler und Verleger tätigen Personen über ein Zeugnis verfügen müssen, das von dem Ausschuss für fachliche Unterrichtung im Verlags- und Buchhandelswesen ausgestellt wird. Mit Rücksicht darauf, daß eine

Teilnahme an Lehrgängen nur denen möglich ist, die in Amsterdam, Utrecht oder im Haag tätig sind, wird nunmehr ein schriftlicher Fachkursus eingerichtet und zur allgemeinen Teilnahme an diesem zweijährigen Lehrgang aufgefordert.

Der vom Börsenverein angeregte Austausch von jungen Buchhandlungsgehilfen hat im »Boekverkooper«, dem Fachblatt des Niederländischen Buchhändlerverbandes, durch eine Besprechung der hiermit verknüpften Fragen lebhaften Widerhall gefunden. B. Montagne, der Verfasser des Berichts im »Boekverkooper«, schließt mit der Frage, ob die Leitung des Niederländischen Buchhändlerverbandes sich nicht der Sache annehmen möchte, womöglich gemeinsam mit der Vereinigung zur Förderung der Belange des (niederländischen) Buchwesens.

Aus Anlaß des hundertjährigen Bestehens des bekannten niederländischen Verlagsunternehmens von Nijgh & Van Ditmar N.V. widmet die niederländische Tages- und Fachpresse dem Gründer des rotterdamschen Buchhandels umfangreiche Aufsätze, die einen Rückblick auf die Gründung des Hauses und auf seine Tätigkeit geben.

Norwegen

Im Rahmen seiner Propaganda für das Buch hat das norwegische Buchpropagandaamt acht große Omnibusse als wandernde Buchausstellung die norwegischen Städte besuchen lassen. Unterwegs wurden in den Städten Vorträge über das Thema der Ausstellung: Haushaltsfragen, gehalten. — Der Norwegische Buchhändlerverein bereitet zum Herbst eine Buchausstellung in Oslo vor.

Der langjährige Redakteur der Norwegischen Buchhändlerzeitung, S. J. Saffner, ist zurückgetreten. An seine Stelle ist der Sekretär des Norwegischen Buchhändlervereins, Björn Skaar, zum Redakteur gewählt worden.

Polen

In Warschau ist unter dem Vorsitz des ehemaligen Außenministers August Zaleski ein Bücherrat gebildet worden. Der Gedanke, eine solche Einrichtung zu schaffen, wurde schon im Oktober 1926 vom Zweiten Bibliophilenkongress in Warschau ausgesprochen. Der Kongress wählte damals einen Ausschuss, der einen »Rat für den nationalen Schutz des polnischen Buches« errichten sollte. Damals begann die Krise des polnischen Buches, die seitdem eine ständige Erscheinung geworden ist. Der Bücherrat ist jetzt auf Initiative des polnischen Verlegervereins gebildet worden. Er will alle am Buche interessierten Kreise erfassen: Verleger, Schriftsteller, Drucker, Papierfabrikanten, Buchbinder usw., und hat sich die Aufgabe gestellt, eine ständige Werbung für das Buch zu entfalten. Er will dem katastrophalen Zustand des polnischen Buchhandels entgegenwirken. Der Rat macht zu seiner Aufgabe die Werbung für das polnische Buch in Polen und im Auslande, die Werbung von Lesern, die Verbreitung von Kenntnissen über die Herstellung von Büchern, die Bekämpfung von pornographischen Büchern und der Schundliteratur. Der Rat beabsichtigt, Ortsgruppen in Polen und im Auslande zu gründen, Preisauschreiben und Ausstellungen zu veranstalten, Stipendien zu stiften, Kataloge und Werbeplakate herauszugeben usw. Die Mitglieder des Rats sind ordentliche, außerordentliche, fördernde und Ehrenmitglieder. Förderndes Mitglied ist, wer eine einmalige Zahlung von mindestens 500 Zloty leistet oder sich zur Zahlung eines Jahresbeitrages von mindestens 100 Zloty verpflichtet.

Rumänien

Das hier bereits angekündigte Jahrbuch der rumänischen Verleger und Buchhändler (Anuarul general al Editorii și Librăriei Românești 1937, 223 S.) ist jetzt erschienen. Es ist von der Vereinigung rumänischer Verleger (Asociația Editorilor Românie, Bukarest I, Calea Victoriei 29) herausgegeben und von M. Zoneghin und Bogdan Barnara bearbeitet. Es stellt sich als stattlicher Band von über zweihundert Seiten vor, dessen letzter Teil von einem Adreßbuch der Verleger und Sortimenter ausgefüllt ist. Der Band wird eingeleitet von Vorworten und Aufsätzen, die sich mit dem rumänischen Verlag und Buchhandel im allgemeinen befassen. Ein großer Raum (S. 21—139) ist ausführlichen Darstellungen der rumänischen Buch- und Zeitungsverlage gewidmet, die auch den der rumänischen Sprache nicht Mächtigen durch die zahlreichen eingestreuten Abbildungen ein anschauliches Bild vermitteln. In einer weiteren Abteilung werden bedeutende verstorbene Verlegerpersönlichkeiten dargestellt. Ihr schließen sich einige Aufsätze mit buchhändlerischen Themen, z. B. das Schaufenster des Buchhändlers, die Beziehungen zwischen Verleger und Buchhändler, literarisches Urheberrecht an. Der letzte Teil, S. 167—215, enthält zwei Listen der rumänischen Verleger und Buchhändler, nach Städten und dem Alphabet der Firmen geordnet. Nähere Angaben über Inhaber, Gründungsdatum usw. finden sich meist nur bei den größeren Firmen.