

viel Bücher auf dem Transportwege — die Rücksendungen vom Sortiment zum Verleger nehmen dabei eine unrühmliche Rolle ein — infolge unsachgemäßer Verpackung und übertriebener Sparsamkeit mit dem Material beschädigt und dadurch unverkäuflich werden. Neben den Verlusten entstehen für den Verleger wie Sortimenten Arger, Unannehmlichkeiten mit den Kunden, Schreibereien und eine Menge Mehrarbeit. Gewiß, auch das richtige Packen will gelernt sein, aber man sollte es auch dem Ungeübtesten gegenüber wirklich nicht nötig haben, darauf hinzuweisen, daß zum Beispiel bei Büchern verschiedenen Formats die Ecken der größeren besonders geschützt werden müssen, wenn es nicht möglich ist, auch mit solchen Büchern ein gleichmäßiges Paket zustande zu bringen. Also nochmals: eine sachgemäße Verpackung und vernünftige Verwendung von Material würde manches Buch vor Beschädigung und damit vor Unbrauchbarmachung bewahren.

#### Umtauschsendungen richtig behandeln!

Es kommt in jedem Sortiment im Laufe des Jahres bestimmt einige Male vor, daß eine Umtausch-Sendung vom Verleger zurückkommt, ohne daß der Auslieferer den Ladenpreis angegeben hat. Anstatt daß das Buch ohne weiteres zum Versand gegeben oder ins Abholersfach gestellt werden kann, muß erst der Preis festgestellt werden. Eine Arbeit, die dem Sortimenten erspart werden könnte, wenn, wie es eigentlich selbstverständlich ist, bei jedem Umtausch der Preis des Buches angegeben würde.

## Zeitschriften- und Zeitungswesen

#### Buchbesprechungen

Nach einer Mitteilung der Reichsschrifttumskammer kommen von den Buchverlegern immer noch Klagen darüber, daß die gemäß der »Gemeinsamen Anordnung der Präsidenten der Reichsschrifttumskammer und der Reichspressekammer zur Neugestaltung des Buchbesprechungswezens im Bereiche der Deutschen Presse« vom 5. Juni 1935 beilegte und freigemachte Bestätigungs-karte von einzelnen Schriftleitern nicht pünktlich oder zum Teil gar nicht an den Buchverleger zurückgeschickt wird. An die Beachtung dieser Vorschrift wird nachdrücklich erinnert.

#### Das Verbot der Kunstkritik in Kraft

Der Präsident der Reichspressekammer weist noch einmal darauf hin, daß mit Ablauf des 30. Juni 1937 die von dem Herrn Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda erlassene Anordnung über das Verbot der Kunstkritik vom 26. November 1936 in Kraft getreten ist. Es dürfen jetzt also in der deutschen Presse nur noch solche Kunstbetrachtungen erscheinen, deren Verfasser in die Sonderliste der Kunstschriftleiter eingetragen sind oder deren Verfasser auf Grund der Zweiten Anordnung über die Anlage der Sonderliste der Kunstschriftleiter vom 24. Juli 1937 die Genehmigung erhalten haben, sich als gelegentliche Mitarbeiter der Presse auf dem Gebiete der Kunstbetrachtung zu betätigen.

#### Vertrieb deutscher Zeitungen und Zeitschriften in Österreich

Der Präsident der Reichspressekammer teilt für den Vertrieb deutscher Zeitungen und Zeitschriften nach Österreich folgendes mit: Für die Eingliederung der Vertriebsstellen in Österreich, die deutsche Zeitungen und Zeitschriften in Österreich vertreiben, ist die Buchhändlerzwangsgilde in Wien zuständig. Alle deutschen Verlage, die durch eine österreichische Firma deutsche Zeitungen und Zeitschriften in Österreich vertreiben lassen, sind daher verpflichtet, dafür Sorge zu tragen, daß die österreichische Firma der Buchhändlerzwangsgilde angehört. Soweit dies noch nicht der Fall ist, müssen diese Firmen von den deutschen Verlagen zur Anmeldung bei der Buchhändlerzwangsgilde aufgefordert werden. Es wird besonders darauf hingewiesen, daß hierunter auch die Filialen oder Vertriebsstellen deutscher Verlage in Österreich fallen. Gleichzeitig sind diese österreichischen Vertriebsstellen anzuweisen, Verhandlungen mit österreichischen Behörden stets nur im Einvernehmen mit der Buchhändlerzwangsgilde zu führen.

#### Belegstücke an Inserenten zu Vorzugspreisen

Wie bereits früher bekanntgegeben, dürfen Belegstücke eines Zeitschriftenheftes, das Anzeigen eines Werbungtreibenden enthält, zu einem Vorzugspreis bis zu 50% des regulären Stückpreises an diesen Werbungtreibenden abgegeben werden. Die Belegstücke haben ausschließlich der Unterstützung der Werbung des Inserenten zu dienen.

#### Jede Kordel ist wertvoll!

Gern beteiligen wir uns an dem Kampf gegen den Rohstoffverlust. Aber man darf es z. B. nicht unnötig erschweren, daß die Kordeln von den Paketen abgelöst und wieder verwendet werden können. Ein Knoten am Anfang und zwei (oder drei) am Ende genügen. Dazwischen brauchen die verschiedenen Verbindungen nur durch Umwickeln festgehalten zu werden, denn die Packer bzw. die Offner der Pakete haben keine Zeit, an jedem Paket viele Knoten zu lösen, sondern die müssen zerschnitten werden, und weil auch zum Zusammenknoten die Zeit zu schade ist, fliegen solche Kordeln in die Papierkiste. Helfen alle Firmen mit, indem sie die Packer anweisen, keine Zwischenknoten zu machen, dann kann mancher Knäuel Kordel gespart werden.

#### Laßt Bücher sprechen!

Die unter dieser Überschrift erschienene Notiz in den »Anregungen und Wünschen« in Nr. 122 hat verschiedentlich Beachtung gefunden. Es wurde bestätigt, daß Bücher leider nur sehr selten als Geschenk bei Hochzeiten oder anderen Familienfesten Verwendung finden. Es wurde, um zur Überwindung des bestehenden Vorurteils beizutragen, angeregt, eine Liste von Büchern in allen Preislagen zu schaffen, die sich zum Geschenk bei Familienfesten besonders eignen. Es muß sich dabei selbstverständlich ausschließlich um Bücher handeln, die über den Tag hinaus Wert behalten und von dem Beschenkten auch aus diesem Grunde geschätzt und in Ehren gehalten werden. Die immer wiederholte Aufklärung seitens des Buchhändlers und sein Vorgehen mit gutem Beispiel wurde ebenfalls gefordert.

Dem Sinne der Veröffentlichung entspricht es nur, wenn der Inserent Belegstücke zu einem bis 50% ermäßigten Preis erhält, soweit sie von ihm lediglich der darin enthaltenen Anzeige wegen, also etwa für die Unterrichtung eigener Reisender und Vertreter oder seiner Großabnehmer über seine Werbemaßnahmen benötigt werden. Dagegen ist eine derartige verbilligte Lieferung von Zeitschriften zu anderen Zwecken — so sind in einem Falle die Hefte in Friseurgeschäften als Pflanzstoff ausgelegt worden — nach der Anordnung des Präsidenten der Reichspressekammer über Gewährung von Vorzugspreisen und Gratislieferungen von Zeitschriften vom 13. Juli 1934 nicht gestattet.

#### Internationale Richtlinien in der Werbung

Die Internationale Handelskammer hat auf ihrem Kongreß, der Anfang Juli in Berlin tagte, internationale »Richtlinien für die Ausübung der Werbung« angenommen und die Einsetzung eines »Internationalen Werberates« beschlossen. Der Kontinentale Reklameverband und die International Advertising Association haben auf ihrer Tagung, die inzwischen stattgefunden hat, diese Richtlinien begrüßt und ihnen zugestimmt. Der Präsident des Werberates der deutschen Wirtschaft weist nunmehr alle, die sich in der deutschen Werbung, sei es als Werbungtreibende, Werbefachleute, Werbungs-mittler oder Werber betätigen, ausdrücklich auf diese Richtlinien hin und ersucht, sie zu beachten.

Die internationalen Richtlinien für die Ausübung der Werbung lehnen sich weitgehend an die vom Werberat der deutschen Wirtschaft aufgestellten Grundsätze an. Unter anderem fordern sie, daß die Werbung so gestellt sein soll, daß sie nicht nur mit den Gesetzen, sondern auch mit dem religiösen, vaterländischen, sittlichen und geschmacklichen Empfinden des Landes, in dem sie auftritt, in Einklang steht. Die Werbung muß ferner wahr sein, sie hat sich jeder Irreführung zu enthalten. Insbesondere gilt dies für die Angabe über die Art, über den Preis, die Gebrauchsfähigkeit und die Verkaufsbedingungen, etwaige Nebenleistungen usw. Die Werbung soll nicht dazu benutzt werden, um die Richtigkeit anderer Anzeigen und den Wert anderer Waren in Zweifel zu ziehen. Übertreibungen sollen vermieden werden. Die Werbung muß vermeiden, daß eine Verwechslung mit Waren anderer Gewerbetreibender möglich ist. Die Nachahmung einer fremden Werbung soll unterbleiben. Besonders wichtig ist auch der Grundsatz, daß die Werbung sich darauf beschränken soll, die Vorteile der eigenen Waren und Leistungen hervorzuheben. Herabsetzende Vergleiche müssen unter allen Umständen unterbleiben, da sie nicht nur das gegenseitige Vertrauen zwischen den Werbungtreibenden, sondern auch das öffentliche Vertrauen in die Werbung beeinträchtigen.

Zur Überwachung dieser für die internationale Werbung aufgestellten Grundsätze ist bei der Internationalen Handelskammer ein »Internationaler Werberat« gegründet worden. Beschwerden über Verstöße gegen die internationalen Richtlinien können über die Landes-