

meist sorgfältig in einer Rolle verpackt werden. Wie wäre es nun, wenn der Sortimentler, soweit es irgend möglich ist, nicht jeden Schutzumschlag einzeln bestellte, sondern diese Bestellung zusammenfassen würde. Dann könnte es doch vielfach vermieden werden, daß die umständliche Verpackung jedesmal für einen einzelnen Schutzumschlag erfolgen müßte. Bei größeren Verlegern würden mehrere Schutzumschläge auf einmal bestellt und es würde ihnen dadurch viel Arbeit erspart. Man könnte diese Arbeit verlagsweise beim eintretenden Fall durchführen, man könnte halb- oder vierteljährlich das Lager darauf durchsehen, je nach Eigenart des einzelnen Betriebes. F. C o p p e n r a t h.

Angeforderte Besprechungsexemplare

In den Schriftleitungen muß öfters die Beobachtung gemacht werden, daß bei Anforderungen von Besprechungsexemplaren seitens der Verleger eine Ablehnung verbunden mit einem Angebot zum ermäßigten Preise erfolgt. Ein Schriftleiter wird nur ganz selten von solchem Angebot Gebrauch machen, denn er besitzt meist die Berechtigung, Bücher zum Nettopreise zu beziehen und kann schon aus diesem Grunde auf ein solches Angebot verzichten. Darüberhinaus erscheint die Handlungsweise der Verlage logischerweise unzweckmäßig. Man stelle sich vor: ein Schriftleiter sucht sich aus der ungeheuren Menge des deutschen Schrifttums für seine Zeitschrift gerade das angeforderte Buch zur Besprechung aus. Es wird entweder zum Thema der betreffenden Zeitschrift passen oder zum Spezialgebiet des Schriftleiters gehören. In beiden Fällen liegt die günstige Situation für eine eingehende Würdigung des betreffenden Buches vor, die der Verleger auswerten sollte.

Verständlich ist in jedem Falle, wenn die Übersendung eines angeforderten Besprechungsexemplares abgelehnt wird, auch ohne Begründung. Unverständlich bleibt aber das Angebot zum ermäßigten Preise.

H. H e r z i g e r.

Keine Fakturierung nach Nummern!

Eine Anzahl Verlage ist dazu übergegangen, die Sendungen nicht nach Einzeltiteln, sondern nach Nummern, ohne nähere Titelangabe, zu fakturieren. — Das Sortiment ordnet sein Lager in den seltensten Fällen nach Verlegern, sondern systematisch und dann im Alphabet der Verfasser. Wie soll nun bei den Abrechnungsarbeiten die betreffende Nummer herausgefunden werden? In dem Verlagskatalog sind die letzten Erscheinungen noch nicht verzeichnet, ein Nummern-Register mit Verweisen auf die Titel fehlt, Remittendensakturen werden oft nicht geliefert. Es wäre angebracht, daß solche zeitraubenden und die Arbeit des Sortimenters erschwerenden Einrichtungen wieder verschwinden.

G. B r a u n, Marburg.

Auswertung des Börsenblattes

Den Artikel »Richtige Auswertung des Börsenblattes« in Nr. 24 habe ich dankbar gelesen und werde ihn praktisch verwenden. Jede Anzeige wird von mir genau gelesen und mit einer Kennnummer versehen, z. B. 1: unbedingt notwendig, 2: nützlich, 3: wichtig, 4: angenehm, 5: überflüssig. Mit dieser Auswahl des Wichtigsten entlaste ich mich. Bei der zweiten Lektüre frage ich mich: für wen kommt das und das Buch in Frage. In den nächsten Tagen wird das Börsenblatt immer mehr zergliedert, sodaß dann nicht viel übrig bleibt. Ich gebrauche dann zur Werbung meinen Firmenstempel mit dem Vermerk darüber »Bestellung hierauf erbittet«. Nun wünsche ich mir sehr einen Austausch von Werbemitteln, durch die man bequemer, schneller und erfolgreicher für das Buch Absatz schaffen kann. Wer ist zu einem solchen Austausch bereit?

Dürerhaus P a u l F a l l, Marienwerder, Wpr.

Dringende Bitte an die Herren Verleger

Täglich gehen Meldungen ein, daß bestellte Bücher vergriffen sind, daß Neuauflage in Vorbereitung bzw. im Druck ist und daß die Bestellung vorgemerkt ist zur Lieferung sofort nach Erscheinen der Neuauflage.

In den wenigsten dieser Meldungen ist der Termin des Erscheinens der Neuauflage genannt. Es macht sich dann immer eine Rückfrage beim Verleger erforderlich. Das verursacht bei-

den Teilen Zeitaufwand, Arbeit und Kosten, die vermieden werden können, wenn der Termin für das Erscheinen der Neuauflage gleichzeitig mit der ersten Mitteilung bekanntgegeben wird. Wiederholt ist im Börsenblatt auf diese Notwendigkeit hingewiesen worden, jedoch mit geringem Erfolg. Es dürfte deshalb angebracht sein, erneut die Bitte an die Verleger zu richten, bei solchen Meldungen immer die Erscheinungstermine der Neuauflagen so genau als möglich anzugeben, damit auch der bestellende Sortimentler seinen Kunden entsprechend unterrichten kann. Denn der Kunde will doch selbstverständlich wissen, wann er mit der Lieferung des Buches in Neuauflage rechnen kann; und der Sortimentler muß wissen, ob er die gegebene Bestellung aufrechterhalten kann oder den Verleger bitten muß, sie zu streichen, wenn der Kunde nicht bis zum Erscheinen der Neuauflage auf die Lieferung des Buches warten will oder kann.

In sehr vielen Fällen werden bei solchen Meldungen seitens der Verleger auch weder Bestelldatum noch Bestellzeichen angegeben, oftmals fehlt sogar die Titelangabe des bestellten Buches. In großen Sortimenten ist es dann oft sehr schwierig und zumindest mit viel Zeitaufwand verbunden, festzustellen, um welche Bestellung es sich handelt. Auf den Bestellzetteln angegebene Bestellzeichen bzw. Bestellnummern werden doch zu dem Zweck vermerkt, damit sie auch auf solchen Meldungen über vergriffene Bücher wiedergegeben werden. Das wird leider oft unterlassen, selbst bei vielen vorgedruckten Verlegermeldungen werden die Bestellzeichen nicht eingesetzt, obwohl dies in den Vordrucken vorgesehen ist.

Das Sortiment wird dem Verleger dankbar sein, wenn er bei allen Mitteilungen, die sich auf Bestellungen beziehen, immer das Bestellzeichen und Bestelldatum sowie selbstverständlich den Titel des bestellten Buches angibt. Das bedeutet für den Verlag keine besondere Mühe, erspart aber dem Sortimentler viel unnötige Arbeit und oft sehr großen Zeitverlust.

G. E. S t e c h e r t & C o., Leipzig.

Mehr Adreßbuch!

Es ist wiederholt vorgekommen, daß mir Guthaben durch Postanweisung statt — falls nicht durch Barfaktur — durch Postscheck zurücküberwiesen wurden. Im Adreßbuch gibt jede Firma ihre Bankverbindungen an. Es wäre also das Gegebene, dort nachzusehen. Es ist verwunderlich, daß dies hier und da nicht getan wird. Für die Zukunft daher die Bitte: »Mehr Adreßbuch!«

F. A. S c h r e i b e r.

Immer wieder: Postscheck-Nummer und Format der Fakturen

Ich habe früher schon angeregt, daß die Verleger doch möglichst einheitliche Formate zu den Rechnungen benutzen und dann auf eine bestimmte Stelle (am besten unter das Datum) deutlich gedruckt die Nummer des Postscheckkontos setzen möchten. Wenn man viele Postschecks auszuschreiben hat und immer diese Nummer an allen möglichen Stellen der Rechnung suchen muß — da geht einem manchmal die Galle über.

Jeder kennt die meterlangen Rechnungen, die das Sortiment im Laufe des Jahres erhält, zu zahlen hat (soweit sie nicht vom Kommissionär eingelöst sind) und dann einräumen muß. Das alles wäre einfacher durch gleichmäßige Formate. Aber nun kommt besonders in neuerer Zeit hinzu, daß die Verpacker der Verleger die Pakete so unsinnig verkleben, daß es Mühe kostet, sie zu öffnen. Man muß vorsichtig die Rechnung ablösen, denn sonst werden die Fakturenpakete noch dicker, oft ist sie aber auf dicke Pappe so fest aufgeklebt, daß man sie nicht ablösen kann. So wird viel Zeit wegen dieser unsinnigen Verpackungsweise verloren. Ein Streifen Papier läßt sich lösen, aber die ganze Faktur festzukleben, ist eben nur bei Unkenntnis der Praxis möglich. Man sollte sich das Leben gegenseitig nicht unnötigerweise erschweren!

O t t o C a r i u s, Darmstadt.

Ist eine frühzeitigere Bekanntgabe der Neuerscheinungen möglich?

Vor mir liegt eine »Export and Colonial Number« des englischen Börsenblattes »The Publisher's Circular« vom An-