

worden war; die gebrauchten Bekleidungsstücke wurden einem Althändler zum Verkauf übergeben. Man kann sich leicht ausrechnen, daß sich das neue Verkaufssystem für den Fabrikanten wundervoll bezahlt gemacht hatte.

Einen ganz neuen Weg im Bücherverkauf hat der Londoner Verleger Hanap eingeschlagen. Er gibt Detektivbücher heraus, die er an sorgfältig ausgewählte Adressen versendet. Bei allen Büchern sind die die Lösung enthaltenden letzten Seiten versiegelt und um den spannenden Schluß des Kriminalfalles lesen zu können, muß man erst die Siegel erbrechen. Ist dem Leser aber der Roman so langweilig, daß er sich für die Lösung des Rätsels nicht interessiert, so nimmt der Verlag das Buch zum vollen Wert wieder zurück. Eine derartige Verkaufsmethode ist auf dem Gebiete des Buchhandels sicher eine „Neuerscheinung“.

Da den Ärzten von ihren Standesorganisationen bisher nur Ankündigungen in sehr beschränktem Umfange erlaubt worden sind, so erregte ein Vorschlag eines durchaus ernsthaften und angesehenen Arztes in einer amerikanischen Fachzeitschrift besonderes Interesse. Er schlug nämlich vor, daß Chirurgen zukünftig ihre Namensinitialen an die Operationsstelle dem Kranken eintätowieren sollten. „Eine größere Operation ist zweifellos ein Kunstwerk“, führte der Arzt in seiner Zuschrift aus, „wenn Schriftsteller und Künstler ihre Werke signieren, so kann ich nicht einsehen, warum der Chirurg nicht dasselbe Recht für sich in Anspruch nehmen sollte.“ In seinen letzten Konsequenzen möchte ich mir diesen Vorschlag aber lieber doch nicht durchdenken.

So grotesk einige Verkaufs- und Reklameeinfälle auch anmuten mögen: in manchem Fall hat die betreffende Idee ihren Zweck jedenfalls vollauf erfüllt und einen Namen oder ein Fabrikat bekannt gemacht. Und das war sicherlich die Hauptsache.

(Aus dem Englischen von Frank Andrew)



Küken unter Küken

Photo: Gaartz (Schloß Grabow)