

Peter Hobbing in Leipzig.

[38363]

Die zahlreichen Bestellungen auf das kürzlich angezeigte kleinere Werk Cronaus veranlassen mich, auch das größere:

Buch der Reklame.

Geschichte, Wesen und Praxis

der

Reklame,

geschildert

von

Rudolf Cronau.

Preis geheftet 5 M.; gebunden (fest) 6 M.

wiederholt anzukündigen.

Zur Charakteristik des originellen Buches setze ich einige Urteile (wörtliche Auszüge) hierher, deren über hundert, je nach der Tendenz der Blätter natürlich sehr verschieden lautend — vorliegen.

Der Kunstwart schreibt in einer eigenen Abhandlung, betitelt: „Die Ziehmutter des Ruhmes“: Aus Rudolf Cronau's Feder entfloß das „Buch der Reklame“, das, in schlängelnde Weinwand gebunden, mit gewaltigen Bildern und Probe-Anzeigen ausgestattet, nun allen billigen Wünschen genügen dürfte. Gelehrte, Künstler, Buchhändler, Kaufleute, Politik- und Zeitungsmenschen, Krieger, ja selbst Könige und Kaiser unterrichtet hier einer, der sowohl Theoretiker, als, wie seines Wertes Ausstattung bezeugt, auch Praktiker ist. Ohne Spaß: es ist manches sehr lustig und interessant zu lesen in diesem Buche. Ganz im Ernst auch: der Verfasser trifft häufig den Nagel auf den Kopf. Einigemal freilich schlägt er auch auf das zierlichste daneben, indem er den Nagel wo anders steckt, als da, wo er steckt: z. B., wenn er die Derwische, die sich in der Verzückung die Wange durchbohren, die Säulenheiligen und Asketen, die jungen Indianer, die mit durchstochenen Muskeln sich zum Beweis ihrer Mannhaftigkeit aufhängen lassen, unter dem Gesichtspunkte der Reklame betrachtet, oder wenn er Böcklins wunderbares „Spiel der Wellen“ nicht nur bespricht, sondern sogar abbildet als ein Beispiel der Reklame. —

Westdeutsches Gewerbeblatt: Trotz der Tausende von Händen, welche heute für Reklame arbeiten, und der Millionen von Mark, welche dafür ausgegeben werden, besaßen wir bis jetzt über die Geschichte und das Wesen dieser Macht, welche seit den ältesten, uns denkbaren Zeiten über den Menschen regiert, kein Werk, das sich so eingehend mit derselben beschäftigt. Nach kurzer Erklärung von Bedeutung und Wert der Reklame schildert uns der Verfasser in der ersten Abteilung in historischer Treue mit urwüchsigem Humor die Mittel derselben. In den folgenden 4 Abteilungen macht er uns mit Wahrheit und Dichtung aus den einzelnen Klassen der Menschheit bekannt, wobei an Hand vorzüglich gewählter Beispiele mit unerbittlicher Satire unsere menschlichen Schwächen gezeihelt werden. —

Neueste Erfindungen (Wien, Hartleben): Es ist eine hochinteressante und unsere Zeit durchaus charakterisierende Publikation, die uns hier vorliegt. Die Reklame, das amerikanische Schöß- und Lieblingskind, der deutsche Wechselbalg — hier haben wir das ewig geldsuchende Lied und seine Variationen. Selbstverständlich ist das Buch nicht in dem Sinne verfaßt, dem

Reklamewesen Eingang und Verbreitung zu verschaffen; der Zweck der Arbeit des Verfassers war vielmehr der, über den Begriff der Reklame klarstehende Ideen zu geben und zu lehren, das Echte und Wahre vom Falschen, Schwindelhaften zu unterscheiden. Das ganze Werk gliedert sich in fünf Abteilungen, wovon die erste die Mittel der Reklame, die zweite die Reklamen von Zaubern, Priestern und Wunderthätern, die dritte auch die Wahl- und politischen Agitationen, die vierte die Reklamen von allerlei Querköpfen und die fünfte jene von allerlei fahrenden Leuten und Leuten enthält. Gewiß, das Werk ist in jeder Beziehung sehr lesenswert und namentlich die amerikanischen Verhältnisse erfahren eine ganz eigentümliche, aber charakteristische Beleuchtung. Wir möchten das beachtenswerte Werk den weitesten Kreisen empfehlen. [D. K.]

Erfelder Zeitung: Von der äußeren Gestalt des Buches auf den Inhalt übergehend, wollen wir zunächst nicht veräumen, darauf hinzuweisen, daß der Verfasser nicht dem Leser nach dem Munde reden, sondern ihm Wahrheiten sagen will, und daß er daher ungeschert überall die geheimen Fäden bloßlegt, mit denen die Reklamehelden auf allen Gebieten des Lebens, der Berufe und Beschäftigungen ihre Angelegenheiten lenken, und ebenso erbarmungslos die schwindelhaften Ausschreitungen der Reklame an den Pranger stellt und lächerlich macht. Es wird kaum einen Menschen geben — er müßte dann gerade ein Ausbund von Bescheidenheit und Selbstverleugnung sein —, der hier in dem Buch der Reklame nicht sein eigenes Bild gezeichnet fände oder wenigstens gelegentlich einen Wischer abbekäme. —

Leipziger Tageblatt: So wird denn auf allen Gebieten menschlicher Thätigkeit dem Reklamewesen scharf auf die Nähte gesüht. Das Buch ist ebenso unterhaltend wie belehrend. Gar manchen werden die Augen über das und jenes tellergroß aufgehen. Den hoch interessanten Betrachtungen ist fortlaufend ein nicht minder interessanter, reicher Schatz von Illustrationen eingefügt.

Thurgauer Zeitung (als Beschluß einer langen Besprechung): Unser Schlussurteil geht nun dahin, daß das vorliegende Werk, soweit es seine logischen Schranken nicht überschreitet, sowohl in belehrender als unterhaltender Hinsicht vortrefflich genannt werden darf, daß es aber in den künstlich aus Volksbildungswut herbeigezogenen Kapiteln sehr oberflächlich ausgefallen ist. Darum raten wir dem Verfasser, bei einer zweiten Auflage, die wir ihm prophezeien und gönnen, die nationaldoctrinalen und gartenlaubliberalen Predigten wegzulassen, um dafür das Sachliche, welches sich hier mit dem Humoristischen deckt, noch behaglicher zu gestalten. Dem Leser aber raten wir, jedenfalls die Hefte I, IV und V*) zu kaufen. Mehr und Lustigeres, als er ahnt, wird er drin finden. Es ließe sich und schaut sich etwa wie die „fliegenden Blätter“, giebt aber mehr Gewinn.

*) Diese Abteilungen sind in dem Auszuge „Lehrreiches und Ergögliches von der Reklame“ vereinigt.

Schuhmacher-Fachblatt.

[37945]

Von der in meinem Kommissionsverlag erscheinenden

Neuen

Wiener Schuhmacher-Zeitung

gebe ich Probenummern gratis ab und bitte ich solche zu verlangen.

Leipzig, Oktober 1889.

Eduard Schmidt.

[37351] Thätiger Verwendung werden empfohlen folgende altbewährte technische Artikel meines Verlags:

Musterbuch für Schlosser.

Gitter, Thore, Füllungen, Balkon- u. Treppengeländer, Träger zc.

IV. umgearbeitete Auflage.

4 Doppelhefte in kart. Umschlag mit je 32 lithogr. Tafeln. — Preis 16 M.

Einzelne Doppelhefte apart 4 M.

Ausgabe in 8 einzelnen Heften à 2 M 50 J.

Musterbuch für Schlosser.

Neue Folge.

Eisenmöbel, Füllungen, Geländer zc.

32 Tafeln in kart. Umschlag. — Preis 4 M.

Motive für Grabgitter.

Ballustraden,

Einfriedigungen in Schmiedeeisen.

32 Tafeln in kart. Umschlag. — Preis 4 M 50 J.

Bezugsbedingungen:

In Rechnung 25%, bar 40%.

Barauslieferung durch Herrn L. Staackmann in Leipzig.

Dresden, Oktober 1889.

E. G. Dieze.

[37988] Soeben erschien:

Dr. E. G. F. Brislanowski.

Mitteilungen

aus seinem Leben und seinen Briefen

von

Epis Melena.

Nebst einer Würdigung

der Schriften Dr. E. G. F. Brislanowski's

von

Pastor Emil Knodt.

80. 376 S.

Preis: geh. 5 M ord., 3 M 75 J no., 3 M 30 J bar;

eleg. geb. 6 M ord., 4 M 50 J no., 4 M bar.

Abnehmer sind Bibliotheken und Mitglieder von Lesevereinen.

Da die Auflage nur gering ist, können wir nur in mäßiger Anzahl à cond. liefern.

Hochachtungsvoll

Hannover, den 8. Oktober 1889.

Schmorl & von Seefeld.