

Auf englischen Karten findet man 1 inch = 15,78 miles, d. i. 1 : 1 000 000. Ist auf Karten weder Verhältniszahl noch Maßstab angegeben, so muß das Verjüngungsverhältnis ermittelt werden, indem man die Länge eines Meridiangrades auf der Karte mißt und diese durch die wahre Länge eines Meridiangrades dividiert. Ist z. B. auf der Karte ein Meridiangrad 5 cm lang, so ist unter der Annahme von 11121 m für die mittlere Länge eines Meridiangrades das Verjüngungsverhältnis 5 cm : 1112100 cm, d. i. 1 cm : 222420 cm oder rund 1 : 222000 (f. Gelcich). Der Maßstab läßt sich auch mit Hilfe des Kartometers von Dürr ermitteln und, wo dieses nicht ausreicht, wie bei speziellen Ortsplänen, durch Vergleichung von Entfernungen auf Karten, deren Maßstab bekannt ist.

8. Die Projektion. Zur vollständigen bibliographischen Beschreibung einer Karte gehört auch die Angabe der Projektion derselben. Auf die Feststellung der Kartenprojektionen kann hier nicht eingegangen werden. Es sei dafür auf die verschiedenen Lehrbücher der Kartenprojektion sowie auch auf die Kartenkunde von Gelcich verwiesen.

9. Größe oder Format und Zahl der Blätter und etwa vorhandener textlicher Beigaben. Die Größe der Karten wird in Zentimetern angegeben, wobei Höhe und Breite innerhalb der Umrahmung der Karte gemessen werden. Hat die Karte keine Umrahmung, so wird die Blattgröße gemessen und der Größenangabe der Zusatz »Blattgröße« beigefügt. Besteht eine Karte aus mehreren Blättern, so sind die Zahl der Blätter und die Größe jedes einzelnen Blattes anzugeben. Ist eine Karte zusammengefaltet und mit einem Umschlag versehen, so ist außer der Größe auch das Format des Umschlagtitels anzugeben. Das Format wird nach der Höhe des Kartenblattes bis zu 25 cm als 8°, bis zu 35 cm als 4°, bis zu 45 cm als 2°, über 45 cm als groß 2° bezeichnet, bei überwiegender Breite als quer 8° usw. Hat eine Karte runde, herzförmige, sternförmige oder sonstige ungewöhnliche Form, so ist dies bei der Wiedergabe des Titels zu berücksichtigen. Auf die Größen- und Blattzahlangabe der Karte folgt die Angabe der Zahl der Seiten oder Blätter und des Formats etwaiger textlicher Beigaben zur Karte. Mitunter ist der Text auf die Rückseite der Karte gedruckt, was in Verzeichnissen mitgeteilt werden muß. Atlanten werden im allgemeinen bibliographisch wie Bücher aufgenommen.

10. Die Art der Ausführung. Die Karte kann entweder handschriftlich durch die Feder hergestellt oder durch Holzschnitt, Kupferstich, Landkartensatz, Lithographie, Autographie oder durch irgendein photomechanisches Verfahren wiedergegeben sein. Außerdem ist sie entweder schwarz oder farbig, mit Flächenkolorit oder Randkolorit. Buchhändlerische Verzeichnisse müssen angeben, in welcher Weise eine Karte hergestellt und koloriert oder farbig gedruckt ist. Zu erwähnen wäre auch, wenn z. B. in älteren astronomischen Karten und Atlanten gewisse Sterne ausgestanzt und mit verschiedenfarbigem Seidenpapier hinterklebt sind, um sie stärker hervortreten zu lassen, wenn das Blatt gegen das Licht gehalten wird.

Die Titelaufnahme muß auch ersehen lassen, ob eine Karte auf Papier, Pergament, auf Stoff (in der Dresdener fgl. Sammlung befindet sich eine »auf leibfarbenen Taffet gedruckte Mappa von Kroatien« von 1664) gezeichnet oder gedruckt ist. Die Dresdener Sammlung besitzt u. a. auch eine silberne Flasche, »darauf eine Mappa über Germanien gestochen«, sowie »einen Globus terrestris von Silber, welchen der Atlas trägt, zu einem Trinkgeschirr dienlich«, wie es in einem alten Inventar heißt. Ferner muß in Verzeichnissen angegeben werden, ob die Karte roh in Blättern, zusammengeleimt, gefaltet, auf Pappe, Leinwand oder Seide aufgezogen (ganz oder zerschnitten) ist, in einem Papp-, Pergament-, Leder- oder Leinwandfutteral steckt.

11. Erscheinungsvermerk, d. i. Ort und Jahr des Erscheinens, Namen des Verlegers bzw. Druckers.

12. Das Beiwerk, wozu Motti, Vermerke über Privilegien, Drucker- und Verlegerzeichen, Wappen, Kartuschen, Abbildungen von Städten, Landschaften, Völkern, berühmten Personen, Kostümbildern, Tieren, Pflanzen usw. zu rechnen wären.

13. Den Preis.

Beispiele von Titelaufnahmen möge man in den Hinrichsschen Verzeichnissen, in den Instruktionen für den alphabetischen Katalog der preussischen Bibliotheken und in Antiquariatskatalogen einsehen. Der Antiquar wird vielfach in der Lage sein, den Titeln von Karten und Atlanten allerlei Bemerkungen anzufügen, die sich auf Seltenheit oder Bedeutung derselben in der Geschichte der Kartographie beziehen, die darauf hinweisen, ob und aus welchem Werke etwa eine Karte stammt, in welcher Bibliographie oder in welchem Quellenwerke die betreffende Karte erwähnt oder beschrieben ist. Der Erhaltungszustand, die etwaige Herkunft aus einer berühmten Sammlung ist ebenfalls zu erwähnen. Die

Literatur zur Geschichte der Kartographie ist sehr umfangreich; es muß des Raumes wegen darauf verzichtet werden, an dieser Stelle Titel zu geben.

Daß die Beschaffung von Karten unter Umständen für den Buchhändler mit erheblichen Schwierigkeiten verbunden ist, werden sich vermutlich diejenigen ins Gedächtnis zurückerufen können, die 1870 viel Nachfrage nach, aber keinen Vorrat von Karten hatten. Jedermann wollte damals eine Kriegskarte haben. Viele Offiziere mußten sogar ohne Karte ins Feld rücken und waren froh, wenn sie einen Baedeker oder ein anderes Reisebuch mitnehmen konnten. Aber trotz des wegen der Truppenbeförderungen anfangs erheblich beschränkten Post- und Bahnverkehrs wurden doch große Mengen von Kriegskarten verkauft. Wer an einer Hauptbahnlinie wohnte, konnte womöglich einen Schaffner oder Bahnbeamten zur Beforgung veranlassen oder mußte sich selbst auf die Suche nach Karten machen, wie es Herr Justus Pape ging, der damals in Gotha Karten für die 22. Division in Kassel einkaufen sollte und zu dieser Reise mit Hindernissen, die unter gewöhnlichen Verhältnissen zehn Stunden gedauert hätte, wegen der zahlreichen kriegerischen Hemmnungen vierzig Stunden brauchte, wie er sehr anschaulich in seinem vor einiger Zeit erschienenen Werke »Auf nach Frankreich!« erzählt.

### Kleine Mitteilungen.

**Kunst und Praxis im graphischen Gewerbe.** (Vgl. Nr. 57, 63 d. Bl.) — In der Gutenberghalle des Deutschen Buchgewerhauses in Leipzig hielt Herr Dr. Johs. Schinnerer, auf Anregung der Leipziger Handelskammer und des Deutschen Buchgewerbevereins am 16. d. M. den dritten Vortrag der für diesen Monat vorgesehenen Reihe.

»An den beiden ersten Abenden, die wir dem Thema »Kunst und Praxis im graphischen Gewerbe« widmeten,« — führte der Redner aus — »beschäftigten uns überwiegend die Gegenstände der Reklame, die dem persönlichen Verkehr zu dienen bestimmt sind: als Briefköpfe, Besuchskarten und ähnliche Drucksachen — heute dagegen wollen wir uns der anderen Gruppe zuwenden, die die Beachtung von seiten eines bei weitem größeren Interessentenkreises anstrebt. Gemeint sind die Inserate, Kalender, Firmensignete und Etiketten. Die Zeiten, in denen ein Inserat eigentlich weiter nichts war, als eine nüchterne gedruckte Mitteilung, wie sie heutzutage eigentlich keinem Kaufmann mehr etwas nützen könnte, liegen noch nicht allzu weit zurück, und doch hat sich in diesen verhältnismäßig kurzen Jahren ein bedeutender Umschwung geltend gemacht. Man hat es allgemein eingesehen, daß bei der ungeheuren Flut der täglichen Ankündigungen in den Zeitungen der einzelnen Anzeige eine Besonderheit eignen müsse, die sie herausheben und vor andern auszeichnen soll, damit des flüchtigen und gleichgültigen Lesers Aufmerksamkeit gefangen genommen und ein tieferes Interesse für den Kern der Sache bei ihm wachgerufen werde. Das kann nun auf mancherlei Art geschehen. Man kann nach dem Vorbilde der Inserate der Berliner Warenhäuser — die mit dieser Besonderheit zuerst begannen — ein charakteristisches Schlagwort, einen geschickt formulierten Satz in eine weiße ausgesparte Fläche setzen oder einen Schritt weiter gehen, wie der Künstler des Kaufhauses des Westens Aug. Hielentat, einen figürlichen und humoristischen Schmuck hinzutun. Läßt sich ein längerer Text nicht gut vermeiden, so Sorge man dafür, daß die einzelnen Gruppen von Waren, die man etwa anzubieten hat, nach Arten und Preisen sorgfältig und übersichtlich durch Querlinien voneinander getrennt werden, und stelle das ganze Satzgefüge in eine kräftige und ornamentale Umrandung. So wird es wirken und seinen Zweck erfüllen. Die Firma Rud. Mosse wählte in mancherlei Anzeigen einen andern Weg: sie rundete das Satzgebilde ab oder ließ den Text sich kelchartig verjüngen, genau nach den Vorbildern der alten Drucker, deren Schlußzeilen in dieser Form auslaufen.

Mit zunehmendem Verständnis für das Wesen des Inserats verschwanden auch allmählich jene, auf denen ein störendes Liniengewirr und eine Anzahl wahllos gruppierter, verschiedener Schriftarten jede Orientierung unmöglich machten. — Unter den Musterbeispielen, die später durch Lichtbilder vorgeführt wurden, befanden sich auch eine Anzahl recht originell und humoristisch wirkender Ankündigungen. Auf einem Inserat — höchst auffällig durch seine langgestreckte Form — begegnen wir einem Mann der seine gewaltige Rechte beschwörend gen Himmel redt und