

er mit dem Einräumen in die Regale beschäftigt, wobei ein Teil der Bücher, die er im Arme hält, zu Boden fällt. In beiden Bildern ist ein Plakat mit dem Spruche angebracht: »Schaff gute Bücher in Dein Haus, sie streuen reichen Segen aus«. Diese beiden Marken werden von der Buchhandlung nicht verkauft oder verschenkt, sondern dienen nur als Werbemittel dadurch, daß sie auf jeden Brief und jede Rechnung sowie auf Pakete und Prospekte aufgeklebt werden. Außer dem erwähnten Texte werden noch zwei andere auf dem Plakate benutzt. Diese Texte sollen dem Publikum sagen, daß die Buchhandlung ein gut sortiertes Bücherlager hat, daß es sich Bücher kaufen soll und daß Bücher zu jeder Gelegenheit als Geschenkartikel geeignet sind. Natürlich soll auch die Firma, die am Fuße deutlich angebracht ist, durch die Marke in Erinnerung gebracht werden. Noch deutlicher tritt die Absicht der Wortwirkung in vier Marken der Firma Sigmund Harl in Nürnberg in die Erscheinung. Auf der ersten Marke stehen zwei Kinder — Knabe und Mädchen — vor einem vom Zeichner personifizierten Fragezeichen. Darunter die Worte: »Wo — bekommen auch wir schöne Bücher? Da geht ihr in die Buchhandlung Sigmund Harl« usw. Die zweite Marke bringt ebenfalls eine Kinderszene mit der Unterschrift: »Ich! und meine Freunde — — — kaufen nur bei« usw. Auf der dritten Marke blicken drei Erwachsene sehr interessiert in ein Buch. Unterschrift: »Woher! dieses interessante Buch? Nun! Aus der Buchhandlung von« usw. Das vierte Bild zeigt einen etwas corpulenten Herrn, der im Sturm laufe dahereilt. Große Schweißtropfen fallen von seiner Stirn, und der Zylinderhut wird vom Winde fortgeführt. Das Hündlein folgt nur mit Mühe seinem Herrn. Unterschrift: »Ausgerechnet! vergesse ich die Bücher zum Geburtstage, aus der Buchhandlung« usw. Man sieht, an Ausrufe- und an anderen Interpunktionszeichen ist nicht gespart, um die suggestive Wirkung der Worte zu erhöhen. Eine fünfte Marke hat einen mehr auf die Propaganda des Buchhändlers als des Buches abzielenden Charakter: Gule auf einem Buche sitzend, am Kopf der Name Sigmund Harl, am Fuße die Worte »Buchhandlung, Nürnberg« usw. Die ganze Serie ist in zweifarbigem Druck in verschiedenen Farben und auf verschiedenfarbigem Papier gedruckt erschienen. Als Werbemittel in erster Linie für den Buchhändler oder die Buchhandlung und in zweiter Linie für das Buch selbst muß auch die Marke der Firma W. H. Moll in Bielefeld angesprochen werden: Ein älterer Mann in mittelalterlicher Tracht mit Barett, auf einem Stuhle sitzend und mit beiden Händen ein Buch aufgeschlagen vor sich haltend (Bruststück). Am Kopfe das Wort Buchhandlung, am Fuße die Firma. Die Marke ist in dreifarbigem Druck hergestellt. Dieselbe Werbeabsicht tritt bei der ebenfalls in drei Farben gedruckten Reklame-marke der Firma J. C. Busser in Basel hervor, die von dem Baseler Künstler J. Moos gezeichnet, auf blauem Hintergrunde mit Wolken einen mit sicherem Strich ausgeführten Sämann, die Saat ausstreuend, zeigt. Er steht auf einem mit Früchten befränzten Sockel, der als Inschrift die Firma trägt und darüber durch die schwach angedeutete Silhouette der Stadt Basel abgeschlossen wird. Neben der Reklame für die Firma ist die Absicht der Erzielung einer rein künstlerischen Wirkung unverkennbar. Die Marke dient als Briefverschlusssmarke. Eine ebenfalls künstlerisch hochstehende Marke ist die der Firma Heinrich Enderlen in Stuttgart. In drei Farben variiert, zeigt sie einen am Stoc einhererschreitenden Mann in alttümlicher Tracht mit Halskrause, Kniehose und Schnallenschuhen, ein Buch unter dem Arme tragend. Daneben die Initialen H. E. und darunter auf schwarzem Hintergrunde die weiße Silhouette der Stuttgarter Stiftskirche und des alten Schlosses, sowie die Firma H. Enderlen, Hofbuchhändler, Stuttgart. Die Marke der Firma R. Köster & Wobbe in Bergedorf zeigt einen jungen Schiffer auf einem segelnden Kahn, dessen Ladung aus Büchern mit darauf sitzender Gule besteht. Bücher im Arm haltend blickt der Schiffer über das Wasser nach dem Lande, wo ein hoher Leuchtturm winkt. Als Umrandung ist ein Tau gewählt. Am Fuße befindet sich der Firmeneindruck. Die Marke der Firma A. Michelsen in Speyer ist in zweifarbigem Druck hergestellt. Auf blauem Grunde liegt ein alttümliches Buch mit Schließen unter

einem Baum mit Früchten. Am Stamm ist das Wappen der Stadt Speyer angebracht, von einem Band mit der Inschrift Buchhandlung A. Michelsen umflattert. Die Firma Brüder Sutschky in Wien bedient sich einer in Schwarzweiß-Mannier gehaltenen Marke, in deren Mittelpunkt ein hochragender Turm steht. Das umgebende Stadtbild ist silhouettenartig angedeutet. Darüber befindet sich eine breite, mit Wolken belebte Himmelsfläche und rechts oben in der Ecke der Wahlspruch »Ad lucem«. Die Firma ist am Fuße eingedruckt. Das Bild selbst läßt irgendwelche Beziehungen zum Buche nicht erkennen. Gedacht ist die Marke zum Zwecke des Briefverschlusses. Gelegentlich ihres 50jährigen Bestehens hat sich die Buchhandlung Georg Verza in Landsberg a. L. eine Marke herstellen lassen, die, in den Farben rot und blau erschienen, ein charakteristisches Stadtbild mit Turm — offenbar aus Landsberg — zeigt. Im Vordergrund liegt ein Buch, auf dem ein Tintenfaß mit darin steckender langer Feder steht. Am Kopfe steht der Name Georg Verza 1863—1913 und am Fuße die Worte Buchhandlung, Landsberg a. L. In dem Bilde soll die Eigenschaft des Geschäfts als Schreibwarenhandlung mit zum Ausdruck gebracht werden. Das charakteristische Gebäude der Nürnberger Mauthalle beherrscht die farbige Marke der Firma Heerdegen-Barbed in Nürnberg. Das Gebäude erhebt sich auf einem großen Folianten, aus dem zwei Lesesitze heraushängen. Der Firmaeindruck ist in sehr wirkungsvoller Weise am Fuße des Bildes angebracht.

Stand bei diesen Marken ihr Zweck als Briefverschlusssmarken im Vordergrund, so tritt in einer ganzen Serie von 10 Stück der Firma Georg Biseh in Mülhausen i. E. die Absicht, den Bedürfnissen der Sammler entgegenzukommen, zutage. Charakteristische Städtebilder mit Türmen aus verschiedenen elsässischen Städten, alttümliche Bauten sind als Motive gewählt und mit schwarzgoldener Umrandung in rostroter Farbe eingedruckt. Am Kopfe steht die Firma, am Fuße der Name der Stadt, aus der das Motiv stammt. Die Serie macht mit den künstlerisch gezeichneten Städteansichten einen sehr gefälligen Eindruck.

Für diejenigen Buchhandlungen, die davon absehen wollen, sich eine eigene Marke zeichnen zu lassen, ist neben der Verkleinerung des bekannten Münchner Plakats Gelegenheit gegeben, sich der von der Firma Wilh. Langguth in Eßlingen herausgegebenen Marken zu bedienen, die mit beliebigem Firmen- und Textindruck versehen werden können. Sie tragen ein durchaus künstlerisches Gepräge und sind sehr geschmackvoll in Vierfarbendruck ausgeführt. Die Motive sind: lesendes junges Mädchen auf Steinbank im Freien — Buchhändlerwappen — Bücher, Tintenfaß mit Feder, darüber Gule — Bücherliebhaber in der Bibliothek, modern — dasselbe Motiv mit älterem Leser mit Barett in alttümlichem Gewande — Mutter in altdeutscher Tracht mit Haube in einem Buche lesend mit zwei Kindern, die ihr über den Rücken schauen. Die Marken können mit Sinnsprüchen versehen für M 4.50 das Tausend bezogen werden, mit Firmeneindruck für M 7.— das Tausend. Von 1000 Stück an 10 % Extrarabatt.

Die in zweifarbigem Druck ausgeführte Marke der Firma Karl Villaret in Erfurt zeigt einen jungen Mann, der eine Statuette in der Hand hält und diese sinnend betrachtet. Der Ausdruck lautet: Kunsthandlung K. Villaret, Erfurt, Bahnhofstr. 5a.

Eine umfangreiche Serie von Marken hat die Musikalienhandlung von Carl Simon, Berlin, herausgegeben. Soweit sie das Sortiment betreffen, handelt es sich um folgende, nach Photographien reproduzierte Bilder: Das Geschäftshaus mit entsprechender Angabe der Firma und Straße — desgl. Inneres des Musikalienfortiments und Antiquariats — Harmonium-Ausstellungsraum — Harmoniumsaal — derselbe von der anderen Seite (Bemerkung am Kopfe: Harmonium-Hausmusik-Abend an jedem Donnerstag — Okt./Mai abends 6 Uhr, am Fuß: Eintritt frei! Programm, sowie Prachtkatalog 8 kostenlos). Auch sonst ist auf den Marken auf kostenlose Lieferung von Katalogen hingewiesen. Auf die Marken dieser Firma, soweit sie den Musikverlag betreffen, soll später Bezug genommen werden.

(Fortsetzung folgt.)