

bestimmt gewesen. Von der infolge des Sammelports hervorgetretenen starken Nachfrage verspricht sich die Firma nicht viel und hat deshalb von der beabsichtigten Ausgabe einer zweiten Marke vorläufig Abstand genommen. Eine vom Verlag Moritz Schäfer in Leipzig für sein Fachblatt »Die Mühle« herausgegebene farbige Marke, die in drei kreisförmigen Feldern, eine Windmühle, Wassermühle und Kunstmühle in einem von Getreideähren umgebenen Ornamente wiedergibt, darf als durchaus zweckentsprechend angesehen werden. Am Kopfe steht der Titel »Die Mühle« und am Fuße eine empfehlende Bemerkung nebst Angabe der Auflagenhöhe der Zeitschrift. Der Schwerpunkt der Reklamewirkung ist auf den Text gelegt. Sie wird vom Verlag als Briefverschlussmarke benutzt. Für die Zeitschrift »Die Zivildversorgung« hat der bereits erwähnte Verlag Kamradtschast in Berlin eine farbige Marke herstellen lassen, die von wenig künstlerischer Auffassung zeugt und infolge schlechter Anordnung und Überhäufung mit Text wenig zweckmäßig erscheint. Der Verleger sagt selbst, daß die Ausführung »unter aller Kanone« sei und daß er die Absicht habe, andere Marken herauszubringen. — Eine künstlerisch gut ausgeführte und sehr zweckentsprechende Marke hat die Firma W. Girardet in Essen für die Sondernummer ihrer »Wochenschau« 1813—1815. Erinnerungsgabe herausgegeben. In zweifarbigem Druck hergestellt, zeigt sie einen verwundeten Trompeter, der, die blutige Binde um die Stirn gewunden, tapfer in sein Instrument bläst. Auch der Reklametext fügt sich harmonisch in das Ganze ein.

Die Marken des Musikverlages, die, soweit sie dem Verfasser bekannt geworden sind, durchweg aus Verkleinerungen von Titelbildern der Musikalien bestehen, sollen hier nur kurz registriert werden, zumal die Zweckmäßigkeit der Benutzung künstlerischer Umschlagbilder bereits an anderer Stelle erörtert worden ist. Die Firma C. F. W. Siegel's Musikalienhandlung (H. Pinnemann) in Leipzig verbreitet eine Serie von 12 meist von Leipziger Akademieschülern gezeichneten Notentiteln in farbiger Verkleinerung. Die Marken werden vom Verlag als Briefverschluss benutzt und unberechnet an die Sortimentler abgegeben. Über den Erfolg kann sich die Firma noch nicht äußern, weil ihr die Sache noch zu neu sei. Ebenfalls eine Serie von 12 Stück Marken in ähnlicher Ausführung hat die Firma P. Pabst in Leipzig herausgegeben. Die Firma August Scherl G. m. b. H. in Berlin bedient sich zur Propaganda der »Militärmärsche der Woche« und der »Tanzwalzer der Woche« ebenfalls verkleinerter Umschlagbilder als Reklamemarken. Das »Goldene Salon-Album« der Firma Paul Jschocher in Leipzig wird in gleicher Weise propagiert. Eine Serie von 9 Marken in dreifarbigem Druck, wird von der Firma Carl Rühle's Musikverlag in Leipzig und eine solche von 6 Marken (zweifarbiger Druck) von der Firma Carl Simon Musikverlag in Berlin verbreitet.

Auch der Lehrmittel-Verlag hat bereits die Reklamemarke in Gebrauch genommen. Zur Propaganda ihrer Globen benutzt die Firma Adolf Mang in Stuttgart ein einfaches Sujet mit farbigem Globusbild und reichlichem Text. Die Absicht der Textklame ist zu stark betont und ein künstlerischer Eindruck wohl nicht beabsichtigt gewesen. Zudem wird die Wirkung der Textklame durch allzu kleinen Druck beeinträchtigt. Zweckentsprechender und graphisch bedeutender ist die von einem tüchtigen Zeichner stammende Marke des Gea-Verlages G. m. b. H. in Berlin, die ein projiziertes Bild der Erdoberfläche mit wirkungsvoll angeordneter Firmenangabe zeigt. Die farbige Marke dient zum Verschließen von Briefen und gibt ein deutliches Bild der Verlagsrichtung. — Eine prächtig und scharf in feinstem Dreifarbendruck ausgeführte Markenserie von 20 Stück der Firma C. C. Meinhold & Söhne in Dresden besteht aus Verkleinerungen der bekannten Wandbilder dieses Verlages. Die Marken dienen teils zum Briefverschluss, teils werden sie den Katalogen beigelegt. Sie werden aber auch als Handels- und Sammelobjekt von den Papiergeschäften für wenig Geld an die Jugend abgegeben. Es ist keine Frage, daß der künstlerische Sinn der Jugend durch solche vollendete Wiedergaben wirklich hervorragend künstlerischer Bilder vorteilhaft beeinflusst werden kann.

Zum Schlusse seien noch die beiden Marken zur Propaganda der Internationalen Ausstellung für Buchgewerbe und Graphik Leipzig 1914 erwähnt. Die eine zeigt in sechseckigem Felde die bekannte geprägte Inschrift mit geprägter Umrandung, die andere hat den Greifen mit dem jugendlichen Reiter im Mittelpunkte mit entsprechendem Text umgeben. Aus Anlaß zweier auf der Bugra stattfindenden Buchhandlungsgehilfentagungen werden ebenfalls zwei Marken benutzt. Die eine für den Allgemeinen Buchhandlungsgehilfentag vom 4.—6. Juli zeigt eine Abbildung des Buchhändlerhauses in Leipzig und ist in drei Farben gedruckt, die andere, die der Pfingsttagung der Allgemeinen Vereinigung Deutscher Buchhandlungsgehilfen, bedient sich des Greifen, wie er auf dem Ausstellungsplatat der Bugra zu finden ist.

Es wäre sehr wünschenswert gewesen, wenn den Lesern dieses Blattes mit entsprechenden Abbildungen im Texte dieses Artikels hätte gedient werden können. Leider ließ sich diese Absicht nicht durchführen. Indessen wird die eine oder andere Buchhandlung, die sich mit der Absicht der Herausgabe einer Reklamemarke trägt, manche Anregung aus den Darlegungen schöpfen können. Das Ziel muß dabei darauf gerichtet sein, bei einer möglichst künstlerischen Ausführung die größtmögliche Propagandawirkung herbeizuführen, damit auch dieses kleine Reklamemittel seine Schuldigkeit tut, indem es das Buch und den Buchhändler populär machen hilft, was gerade in der gegenwärtigen Zeit als besonders wünschenswert erscheint.

### Wöchentliche Uebersicht

über

### geschäftliche Einrichtungen und Veränderungen.

Zusammengestellt von der Redaktion des Adressbuchs des Deutschen Buchhandels.

23.—28. Februar 1914.

Vorhergehende Liste 1914, Nr. 46.

\* = In das Adressbuch neu aufgenommene Firma. — B. = Börsenblatt. — G. = Handelsgerichtliche Eintragung (mit Angabe des Erscheinungstags der zur Bekanntmachung benutzten Zeitung). — Dir. = Direkte Mitteilung.

Blazek & Bergmann Filiale (Carl Blazek), Frankfurt (Main), veränderte sich in Central-Buchhandlung und Antiquariat Carl Blazek. [B. 49.]

Breunig, Ludwig, Inh.: Eduard Schreder, Dillingen, veränderte sich in E. Schreder vormals Ludwig Breunig. [B. 47.]

Buchhandlung der Evangel. Gesellschaft in Zürich u. Winterthur, Zürich. An Stelle des ausgeschiedenen Karl Schärer wurde Friedrich Haplauer zum Geschäftsführer bestellt. [G. 28./II. 1914.]

Burmeister, Ludwig, Rostock. Der Inhaber Ludwig Burmeister ist verstorben. [B. 44.]

Busch Nachf., Wilhelm, Johann Bauer, Bamberg, wurde im Adressbuch gestrichen.

\*Central-Buchhandlung und Antiquariat Carl Blazek, Frankfurt (Main), Kaiserstr. 63. Leipziger Komm.: Dpeg. [B. 49.]

Dietsch, A., Buchhandlung des Oltner Tagblatt, Olten. Die Procura des Ernst Jeker ist erloschen. [B. 48.]

Friedlein, D. G., Krakau. Leipziger Komm. jetzt E. Raumann. [B. 49.]

Hage & Clausen, Kopenhagen. Leipziger Komm. jetzt Boldmar. [Dir.]

Harpf, A. S., Königsberg, veränderte sich in Hans Harpf. Frau Martha Harpf wurde Procura erteilt. [G. 24./II. 1914.]

Hempel & Co. G. m. b. H., Berlin. Franz Michalak wurde Procura erteilt. [G. 24./II. 1914.]

Hermanns, Fr., Dresden. Alfred Eberhard Hermanns trat 16./II. 1914 als Mitinhaber ein. [G. 27./II. 1914.]

Homöopathische Central-Apotheke, Dr. Willmar Schwabe, Leipzig. Arthur Berthold wurde Procura erteilt. [G. 28./II. 1914.]

Hübner, Hans, Verlag, Prien, siedelte nach München O. VIII, Innere Wienerstr. 24, über. [B. 47.]

\*Jeratsch Nachf., Rudolf, Zittau, Baugnerstr. 9. Buch- u. Kunsth. Inhaber: Gustav Weinert. Leipziger Komm.: E. Raumann. [B. 46.]