

zusagen der neuzeitlichen Reklame, die ein unausgesetztes Bearbeiten des Interessentenkreises fordert, besser angepaßt wird. Ein Verlagsalmanach hat zwar immer noch eine längere Lebensdauer als der Verlagskatalog, doch versagt auch er schon einige Wochen nach dem Erscheinen und endet als einmal gelesenes »gutes Buch« im Bücherschrank; die Verlagszeitschrift hat dagegen immer wiederkehrende Wirkung — wenn sie durch eine geschickte Redaktion vor geistiger Inzucht bewahrt wird. Das setzt aber wiederum voraus, daß der Autorkreis des Verlags umfangreich und vor allem mannigfaltig genug ist. Und mit dieser Voraussetzung tritt die Spaltung im Charakter der Verlagszeitschriften ein: Die eine spricht aus vorhandenen Büchern heraus, die andere spricht in künftige Bücher hinein, die eine wirkt zum Buche dezentrisch, die andere konzentrisch. Verlage von Traditionen haben das Privileg der ersten: sie müssen den Autorenruf wachhalten; Verlage der Entwicklung finden dagegen die Zweckerfüllung nur in der zweiten: sie müssen den Autorenruf erwecken. Ist man sich von vornherein klar, welcher dieser beiden Wege einzuschlagen ist, und hält man an dieser Richtung zäh fest, so zäh, daß die Zeitschrift sich zum scharf umrissenen Bild der Verlagsrichtung ausprägt, dann wird sie — wie die Verlage einander divergent laufen — ihre Einheit, ihre Klasse für sich darstellen und trotz der Hochflut periodischer Druckschriften Beachtung finden.

Ist die Zeitschrift aber innerlich individuell, dann muß sie auch äußerlich ihre Eigenart betonen. Sie soll ja den Verleger vertreten, sie soll die öffentliche Visitenkarte des Verlags sein — warum hat sie es da nötig, sich hinter phantastische Namen zu verstecken? Ist nicht für jede Verlagszeitschrift der Titel in der Firma gegeben? Dadurch soll sie sich ja gerade von den allwissenden Familienblättern unterscheiden, daß sie eine ganz bestimmte literarische Richtung vertritt, und wodurch wäre die besser gekennzeichnet als durch den Namen des Verlags, der sie in die Welt schiebt? Jeder Sortimentierer weiß, wie sehr das bücherkaufende Publikum auf die Verlegerfirma achtet, wie neue Autoren oft allein durch die Bürgschaft des Verlags in das Publikum dringen . . . und daß diese Bürgschaft nicht selten nur in der Popularität seines Namens liegt. Mit stolzem Selbstbewußtsein sollten gerade junge Verleger die nackte Firma ihrer Zeitschrift voransetzen und sich nicht zu Namen versteigen, die nur den Eingeweihten, und oft auch diesen nicht einmal, deutbar sind.

Die heutige Reklame fußt ja mit ihrer Mittelbarkeit im Telegrammstil. Sie schleudert ein Wort hinaus — und das muß genügen. Zettlereien und Zigarettenfabriken, Schuhgeschäfte und Modenhäuser rufen ihren Namen und immer wieder ihren Namen; sie drehen ihn in blendenden Feuerrädern am Nachthimmel der Großstadt, sie setzen ihn an einsame Strecken der Eisenbahn, sie kleben ihn an Luftschiffe, die so hoch fliegen, daß ihn kein Mensch mehr zu lesen vermag, — aber sie tun es eben um ihres Namens willen, der irgendwo und irgendwann und irgendwie einmal als Begriff haften bleiben wird. Der Verleger gründet sich selbst eine Zeitschrift, ein Reklamemittel, das gar nicht nötig hat, mit Elektrizität, Naturschutzparagrafen und Zeppelinen zu rechnen, — aber er muß es nicht aus, er weigert sich, seinem Kinde seinen Namen zu geben, er greift in den lieben Himmel, ins Tierreich oder in Sagenwelten und verblüfft das Publikum mit einem Namen, der zur Benutzung des Konversationslexikons anregt; statt individuell zu sein, verliert er sich im Unpersönlichen. Es gibt heute bereits Verlagszeitschriften, die unter einer Flagge segeln, die wahrlich das Titelpreisausschreiben eines Familienjournals krönen könnte, Blätter, die wertvoll an sich, unter der Last eines falschen Namens leiden und als unfruchtbares Zwittergeschöpf zugrunde gehen.

Ich habe die Überzeugung, daß eine Verlagszeitschrift in ihrem propagandistischen Werte nur dann völlig ausgenutzt wird, wenn sie die Firma ihrer Verlagsmutter als Haupttitel führt. Man hänge nicht so an dem Wohlklang des Namens; Gehör und Auge müssen sich heute an so viel seltsame Dinge gewöhnen, daß man den Vorteil zunutze der Geschmeidigkeit wirklich nicht aufzuopfern braucht. Als der Name der Zigarettenfabrik Balschari an den Anschlagssäulen und Straßenecken auftauchte, wagten ihn wenige auszusprechen, fünf Wochen später war er geläufig wie

das tägliche Brot; so geht es auch mit den meisten Ausstellungs-namen: sie befremden im ersten Augenblick, haften aber dann um so besser.

Man kann Zeitschriftentitel und Buchtitel nicht vom gleichen Gesichtspunkte ansehen; eine Zeitschrift kommt ja dem Publikum viel öfter und in regelmäßigen Abständen vor die Augen, es wird also mit dem Mittel der Suggestion gewirkt; eine Zeitschrift wird dem Publikum in den allermeisten Fällen durch zahlreichen Aushang vermittelt, durch Plakate und periodische Prospekte, ein Buch stützt seinen Ruf mehr durch mündliche Übermittlung, das Gehör wird hier bedeutend seltener durch das Auge unterstützt, es muß darum ein bestimmtes Gewicht auf die Geläufigkeit des Buchtitels gelegt werden.

Es wird nun eingewendet werden, daß doch auch der symbolische Titel seine Berechtigung hat, nämlich dann, wenn die Zeitschrift historisch ist, wenn sie ihren Inhalt aus dem Verlagsarchiv nimmt, also die Unterströmung darlegt, die irgendeine literarische Erscheinung hochtrieb und lebensfähig machte. Ganz abgesehen davon, daß ich eine solche Zeitschrift nur bedingt als eine Verlagszeitschrift im Sinne des Werbemittels ansehe, wird sie auch über kurz oder lang ihre persönliche Quelle erschöpft haben und entweder ihre Tendenz ändern oder ihr literarhistorisches Programm auf der Basis verwandter Verlage erweitern müssen. Da ist es selbstverständlich nicht angebracht, daß die Zeitschrift den Namen der Verlagsmutter als Haupttitel führt; sie muß vielmehr den programmatischen Weg durch einen allgemeinen Namen festlegen. Glücklich ist es natürlich, wenn die Namenswahl so fällt, daß der Titel symbolisch zugleich beides enthält: einen Hinweis auf den eigenen Verlag und eine Vorstellung des Programms.

Ich kann das Thema heute nicht erschöpfen. Je tiefer ich in diese Materie eindringe, um so mehr erkenne ich, daß es nur ganz vereinzelte Verlagszeitschriften gibt, die ihrem Grundzweck gerecht werden; wollte ich daher meine Norm für die Ausgestaltung der Verlagszeitschrift weiterführen, so könnte es leicht sein, daß am gedachten Beispiel ein lebendes Vorbild erkannt wird. Auch so glaube ich, daß mein Artikel, der rückschauend sein sollte, schon mehr vorweggreift. . . .

Neue Buchführungsliteratur.

Lehrbuch der doppelten Buchführung für den Sortimentbuchhandel. Bearbeitet von Adelbert Kirsten, Prokurist und Hauptbuchhalter. XVI, 189 Seiten. Zwei Teile in einem Band nebst 19 gesonderten Geschäftsbüchervorlagen mit durchgeführtem sechsmonatigen Geschäftsgang. Osiander'sche Buchhandlung (Karl Koehler, Agl. Postbuchhändler), Tübingen, 1914. Broschiert M. 6.— bar, Subskriptionspreis bis 1. April 1914 M. 5.— bar. Übungshefte extra M. 2.— bar.

Der durch seine Mitarbeit an diesem Blatte den Lesern wohlbekannte Verfasser tritt mit dem soeben erschienenen Werke wiederum in die Bestrebungen ein, den Buchhandel zur Ausgestaltung seiner Buchführung zu veranlassen und selbst dazu eine Handhabe zu bieten. Wie alles, was den teilweisen Tiefstand unseres Berufes in kaufmännischer Hinsicht zu heben geeignet ist, dankbar begrüßt werden muß, so auch dieses Buch. Der Verfasser wendet sich mit seiner Arbeit an den Sortimentbuchhandel. Er wünscht ihr nicht nur Eingang bei den Prinzipalen, sondern möchte ganz besonders der Gehilfenschaft einen Wegweiser und Ratgeber auch über das eigentliche Buchführungsstudium hinaus geben. Diese Rücksicht auf die Jungmannschaft ist sehr willkommen zu heißen. Denn sorgen wir für deren bessere Ausbildung in der Buchführung, geben wir ihr Gelegenheit, sich beruflich mehr darin zu betätigen, und steigern wir dadurch ihr Interesse an diesem Teile der Berufsarbeit, so wird der Erfolg in späteren Jahren nicht ausbleiben. Dazu ist es freilich erforderlich, ihr mit Überzeugung die Wichtigkeit der Ausbildung auch auf diesem Gebiete vor Augen zu führen.

Zur Darstellung hat der Autor die doppelte Buchführung italienischen Systems gewählt. Er hofft durch diese Buchführungsform die doppelte Buchführung am besten dem Verständnis näher zu bringen und auch die Grundlagen für das Arbeiten in anderen Methoden der Buchhaltung zu schaffen. So lobenswert dieses Vorhaben ist, so be-