

teilung auf die verschiedenen Arbeitsgebiete. Ebenso wie die Bücherproduktion ist auch die Fachzeitschriftenproduktion ein getreuer Spiegel der Wandlung Deutschlands vom Agrarstaat zum Handels- und Industriestaat. 1840 verzeichnet die Statistik noch die gleiche Anzahl von Fachblättern auf beiden Gebieten, 1850 ist sogar die Landwirtschaft noch mit einem Blatt im Vorteil, 1860 aber haben bereits Handel, Gewerbe und Industrie einen Vorsprung von 5 Blättern, 1913 endlich ist das Verhältnis 440:1722! So wirkungsvoll und eindringlich diese Statistik der Lebenden ist, so vielfach erscheint daneben die Ruhestätte der Toten, der im Laufe der Zeit wieder eingegangenen Zeitschriften, deren Zahl man schätzungsweise auf 15 000 beziffert. Kein Name und Spruch kündigt mehr von ihrem Dasein. Sie ruhen auf einem markierten Friedhofe in Massengräbern von je 1000 Leichen und mit ihnen eine Unsumme menschlichen Unternehmungsgeistes und menschlicher Hoffnungen. Auch hier gilt des Lebens eisernes Naturgesetz, das immer einen Teil der Früchte vom Baume wirft, den er nicht tragen kann. Zwei Tafeln an der Wand zeigen eine Übersicht der Verteilung der Fachpresse auf die einzelnen Städte und eine Markierung derjenigen Orte auf einer Karte von Deutschland, in denen Fachblätter erscheinen. Berlin steht mit der Zahl von 1602 an der Spitze, ihm folgt Leipzig mit 607, München mit 266, Stuttgart mit 206 usw. Wir wenden uns, und unser Blick fällt auf Vitrinen mit interessanten Objekten aus der Geschichte der Fachpresse. Das Auge streift noch einen schönen antiken Wandfries, der das Innere des Heiligtums schmückt. Wir steigen hinab und betreten den Raum der Einzelaussteller, der den gleichen gelben Fußbodenbelag, aber eine Bepannung der Wandflächen mit dunkelrotem Stoffe aufweist. Hier ist dem Beschauer Gelegenheit gegeben, einen tieferen Einblick in das Wesen des Fachzeitschriftenverlags zu tun. Da sind die Wände reichlich mit Illustrationsproben und anderen farbigen und schwarzen Bilderdarstellungen geschmückt. Auf den Tafeln sind gebundene Jahrgänge und Einzelnummern aufgelegt. Auch der Buchverlag, der seine Entstehung der Fachzeitschrift verdankt oder sonst in ihrem Gefolge auftritt, hat dort Platz gefunden. Neben statistischen Darstellungen finden wir Landkarten mit Markierung der Verbreitung der einzelnen Blätter vertreten, und auch vom Plakat wird vielfach mit Erfolg Gebrauch gemacht. Ein in Weiß gehaltener Tisch mit Vitrinen und Glasaufsatz beherbergt die Ausstellung des Deutschen Buchgewerbe-Vereins und wird von einem Globus gekrönt, auf dem die Verbreitung des Archivs für Buchgewerbe über den Erdball durch bunte Fähnchen bezeichnet wird. Auch die Export-Revue bedient sich auf ihrem Tische mit Erfolg des Globus, um den internationalen Charakter des Blattes zum Ausdruck zu bringen. Auf wichtig und vornehm wirkendem Tische mit großem Glasaufsatz hat die Firma Herm. Schlag Nachf. in Leipzig ihre Zeitschrift »Goldschmiedekunst« zur Geltung gebracht. Der Charakter als Jagdzeitschrift wird in der Ausstellung des »St. Hubertus« von der Firma Paul Schettlers Erben Ges. m. b. H. in Rötten durch ein Hirschgeweih und schöne farbige Porträts fürstlicher Jäger gewahrt. Sehr eigenartig und treffend wird die Zweckbestimmung der Zeitschrift »Der Bergbau« (Verlag von Carl Vertenburg in Selskirchen) durch die schwarz-graue Wirkung der Dekoration und durch einen Bergmann mit Grubenlaterne veranschaulicht, zugleich auch durch Wiederholung des letzteren Bildes in Vergrößerung die Entwicklung der Zeitschrift gezeigt. In der Mitte der Ausstellung der Expedition der Europäischen Modenzeitung, Klemm & Weiß in Dresden steht die Büste des Schneidermeisters Heinrich Klemm, des Begründers des »Bibliographischen Museums«, das heute den Grundstock der Sammlungen des Deutschen Buchgewerbemuseums bildet. Mit reich dekorierten Wandflächen sind die Firmen Georg D. W. Callwey in München, Jüstel & Göttel in Leipzig, Wilhelm Knapp in Halle u. a., letztgenannte Firma auch mit einem stattlichen Regal ansehnlicher Verlagswerke vertreten. Im Gefolge der Zeitschrift »Der Lehrmeister im Garten und Kleintierhof« der Firma Bachmeister & Thal in Leipzig finden wir auch die Lehrmeister-Bibliothek in wirkungsvoller Anordnung. Im Mittelpunkt der Ausstellung des Verlages »Deutscher Buch- und Steindruck-

Ernst Morgenstern in Berlin stehen in geschmackvoller Anordnung musterghltige farbige Umschlagbilder der Zeitschrift »Deutscher Buch- und Steindruck«. Sehr schöne Plakatwirkungen erzielen: die Zeitschrift »Das Plakat«, Mitteilungen des Vereins der Plakatsfreunde, der Evangelische Presseverband für Deutschland, der Verlag Alfred Janssen in Hamburg (»Der Vortrupp«), der Gesamtverband der Christlichen Gewerkschaften Deutschlands usw. Ein Aquarium kennzeichnet den Stand der im Verlag von J. C. G. Wegner in Stuttgart erscheinenden »Blätter für Aquarien- und Terrarienfremde«. Einfachere Ausstellungen, die mehr auf Massenwirkung einer größeren Anzahl von Blättern berechnet sind, haben die verschiedenen kaufmännischen Verbände, der Zentralverband der Haus- und Grundbesitzer-Vereine, der Landesverein der ungarischen Fachschriftsteller in Budapest, der Verband Deutscher Gebirgs- und Wandervereine und die Zeitungsvereinigung Hannover veranstaltet. Eine mit Bildern reich ausgestattete Koje wird von der »Theosophischen Standard-Literatur« eingenommen.

An diesen Ausstellungsraum ist ein mit allen Errungenschaften der Neuzeit (Schreibmaschine, Parlograph usw.) ausgestattetes Redaktionszimmer angeschlossen, dessen Wände mit den Bildern hervorragender Zeitschriftenverleger geschmückt sind. Dort erblickt der Dilettant in Gestalt des Papierkorbes das Grab seiner Werke und der talentierte Schriftsteller den ihm »mit gewidmeten« Akkumulator des Redakteurs, ein Wandchränken, gefüllt mit Zigarren und Vikören. Man sagt, daß dieses Redaktionszimmer ein Märchen sei und in Wirklichkeit gar nicht vorkäme.

Eins ist sicher: Der Zeitschriftenverlag konnte sich hier nur im Feiertagsgewande zeigen. Daß aber nicht die Umschläge und Titel allein die Blätter machen, sondern zähe Arbeit, Mut, Lebens- und Menschenkenntnis und schließlich auch Geld, und daß die hier gezeigte Gesamtleistung einen sehr bemerkenswerten Ausschnitt aus unserem Geistes- und Wirtschaftsleben darstellt, diesen Eindruck dürfte jeder Besucher der Ausstellung der Fachpresse mit nach Hause nehmen in dem Gefühl, sein Wissen und Verständnis um ein wichtiges Stück bereichert zu haben. Dann wird er auch die beiden Inschriften über den Eingangstüren verstehen, die lauten:

- »Die Fachpresse ist der Spiegel deutschen Denkens und deutschen Erwerbsfleißes.«
- »Die Fachpresse ist das Sprachrohr von Wissenschaft, Kunst und Industrie.«

Kurt Poole.

Ueber Kauf- Lauf- und Kaufkunden.

Eine Sortimenters-Plauderei.

»Na, da könnte auch ich ein Liedchen singen«, höre ich den ehrsamem Sortimenters sagen. Und wahr ist's, man lernt sie kennen, solche und solche, und dabei bestätigt langjährige Erfahrung das Urteil über diese höchst merkwürdige Klasse Menschen immer mehr. Alle Kunden kann man in drei Sorten einteilen, das wären erstens die Kaufkunden, zweitens die Laufkunden und drittens die Kaufkunden, die den etwas anrühigen Namen nicht etwa ihrer kriegerischen Sinnesart verdanken, sondern vielmehr dem Gefühle des Haarausraufens, das sie beim Sortimenters auflösen.

Zunächst der Kaufkunde. Hab' die Ehre, Gut ab, das ist ein feiner Mann, ein gern gesehener Gast, der regelmäßig den Buchladen betritt und vom untersten Stütz aufwärts bis zum Chef mit ausgesetzter Herzlichkeit begrüßt und bedient wird. Doch auch die Art des Kaufkunden muß sich eine nochmalige Einteilung gefallen lassen, nämlich zunächst der Draufkunde und dann der Verschnaufkunde; ersterer hat seinen Namen von der unumstößlichen Tatsache, daß er auf den Anlauf eines Buches wie Blücher drauflos geht, er weiß, was er will, und nimmt den höchst beschäftigten Kulturträger so gut wie gar nicht in Anspruch, mit zwei Worten, ein »glattes Geschäft«. Anders dagegen der Verschnaufkunde, der kommt, »klönt« und kauft auch schließlich, aber ehe dies letzte erfreuliche Resultat eintritt, vergehen nicht nur Minuten, nein, viertel, halbe und ganze Stunden. Unser Freund verschnauft eine beträchtliche Zeit hinter hohen Stapeln von Büchern und Broschüren, das ganze Geschäft gerät in Aufregung, und wenn er geht, so türmen sich die Kataloge vom ältesten Hinrichs bis zum letzten wöchentlichen Verzeichnis, aber immerhin, er hat bestellt, er hat gekauft, auch ihm sei Preis und Dank. Es ist ratsam, den