

Der obere Rand trägt die Mahnung »Haltet Einkehr bei unsern Denkern und Dichtern!«, der untere die Worte »Das Buch gibt Freude und Trost!«. Das Bild wirkt in seiner Zeichnung und Farbgebung höchst anziehend und wird im Verein mit dem Aufruf in der Presse seine Wirkung nicht verfehlen. Eine andere Plakatreklame hat J. F. Lehmanns Verlag in München ins Werk gesetzt, die besonders auf die Notwendigkeit hinweisen soll, zu Weihnachtsgeschenken für unsere Krieger auch gute Bücher nicht zu vergessen. Im Verein mit anderen Verlagshäusern wurde ein Plakat hergestellt, das diese Woche in 5000 Auflage an das Sortiment versandt wird. Das Bild stellt einen strammen Feldgrauen dar, der, auf einem Wiesenhang sitzend, gerade eine Bücherendung ausgepackt hat und schon in das Lesen vertieft ist. Oben steht in breiter Schrift: »Schickt gute Bücher ins Feld!«, an anderer Stelle in kleinerer: »Gottlob, endlich auch einmal geistige Nahrung!«. Das Plakat enthält neun Felder, auf denen von den einzelnen Verlegern die geeigneten Bücher bezeichnet sind. Nach drei Monaten soll ein neues Plakat mit anderen Büchertiteln an dessen Stelle treten. Da nun einmal Reklame die Seele des Geschäfts ist, so ist in diesen Versuchen vielleicht auch der Anfang zu einer regelmäßigen, jährlich gegen die Weihnachtszeit einsetzenden Propaganda zu erblicken, die bei geschickter Abwechslung der Mittel, aber ohne Aufgabe der Organe: Zeitung und Plakat, alle Aussicht auf guten, dauernden Erfolg in sich vereinigen dürfte.

Neben ihrem seit Jahren bekannnten auswechselbaren Schaufensterplakat »Bücher, von denen man spricht«, für das auch für den Dezember wieder eine neue Einlage mit zwanzig Büchertiteln versandt wurde, hat die Firma K. F. Koehler in Leipzig ein ansprechendes Plakat herstellen lassen, das auf kleinem Querformat in Rot- und Schwarzdruck, von hübscher Einfassung umrahmt, die Worte trägt: »Legt Euren Liebesgaben Bücher bei! Unsere Soldaten brauchen auch draußen geistige Anregung!«. Eine Mahnung, die nicht allein dem Buchhändler, sondern auch unzähligen unserer Krieger, die im Schützengraben, auf einsamer Feldwache oder sonstwo eine Mußestunde auszufüllen haben, gewiß von Herzen kommen wird. Viele Feldpostbriefe, namentlich auch aus den Lazaretten, zeugen für ihre Berechtigung.

Die Firma A. Franke, vorm. Schmid & Franke, in Bern, hat sich sogar eigene Plakate für ihre Schaufenster in Querformat von etwa 14×23 cm anfertigen lassen, die am oberen Rande das Bildchen einer Tanne zwischen Schneegipfeln mit den Buchstaben A. F. zeigen. Von den Texten der fünf Plakate seien hier des beschränkten Raumes wegen nur drei angeführt: »Sollen wir in dieser ernstesten Zeit Weihnachten feiern? Sicher! Mehr als je sind wir der Heilsbotschaft bedürftig: Friede auf Erden!« — »Ein gutes Buch erfreut den Empfänger und ehrt den Geber« — »Bücher seien ein Luxus? Mit nichten! Was nützt mir der warme Rock, was das tägliche Brot, wenn die Seele hungert und dürstet? Sie schöpft Nahrung und Kraft aus den Geistes-schätzen, die im Buche aufgespeichert liegen.« Sehr treffend bemerkt Herr Dr. Franke in seinem Begleitschreiben: »Man hält Vorträge, man spricht von den Kanzeln herab, man redet zum Volk durch Broschüren und Zeitungen, da dürfen auch unsere Schaufenster nicht stumm bleiben. Sie können zum Publikum andauernd reden, als alle oben genannten Bundesgenossen, vom Morgen bis zum Abend, nicht am wenigsten Sonntags, wenn die Leute am besten Zeit haben.«

Ein originelles Kärtchen mit einem Verse versendet die Firma Franz Schneider Verlag in Schöneberg neuerdings mit ihren Künstlersteinzeichnungen »Aus eiserner Zeit«. Der Vers lautet:

»Schwerlich ist ein Mensch entzückt, wenn man ihm die Bilder knickt, oder mit der Handschuh-Hand Flecken tupft auf Blatt und Rand; ist ein Ding doch nur von Wert, wenn es rein und unverfehrt. Darum: sei nicht unverträglich, und wenn Dir's nicht ganz unmöglich, geh, geliebtes Publikum, sauber mit den Sachen um! Oder kaufst Du etwas ein, was nicht völlig ganz und rein?«

Dieser Mahnung dürfte der Erfolg kaum versagt sein. Auf einem schmucken Schaufensterplakat derselben Firma heißt es:

»So hab' ich's immer noch gemeint: Ein gutes Bild — ein guter Freund! Drum: wenn ihr grübelt, sinnt und denkt, was ihr

zu dieser Zeit wohl schenkt, die so gewaltig zu uns spricht: Vergesst gute Bilder nicht!«

Auch im Buchhandel Amerikas scheint das Plakat als Werbemittel im Gebrauch zu sein, denn Publishers' Weekly vom 7. November d. J. enthält dafür einige allgemein gehaltene Texte mit dem Schluß: Give Books this Christmas!. Das amerikanische Verlegerorgan hat auch dieses Jahr eine Weihnachtsnummer unter dem Sondertitel The Christmas Bookshelf 1914 in trefflicher typographischer Ausführung veröffentlicht.

Die Tätigkeit der buchhändlerischen Vereine nimmt sich in steigendem Maße der gemeinsamen Reklame an, und auch der Deutsche Verlegerverein hat sich dieses Jahr mit einem Flugblatt daran beteiligt. Er hat einen Mahnruf von Heinrich Thost, der mit den Worten »Sparet nicht an Büchern« beginnt und auch damit schließt, drucken lassen und ihn dem Sortiment zur Verfügung gestellt. Wie wir hören, sind davon bereits über 100 000 Abzüge verbreitet worden. Ein ähnliches Werbemittel der Firma K. F. Koehler in Leipzig, »Der Krieg und das Buch« von Dr. Mendheim, werden wir bei Erwähnung der Weihnachtskataloge kennen lernen.

Aber auch mit den sonst üblichen Vertriebsmitteln, mit Bücherverzeichnissen, wartet der Buchhandel, wenn auch nur in beschränktem Umfang, dieses Jahr auf, trotz der kriegerischen Zeitläufte und geringer Aussicht auf klingenden Erfolg, denn Hunderttausende der regelmäßigen Bücherkäufer stehen jetzt vor dem Feinde, während die Daheimgebliebenen sich einschränken müssen oder (zum Teil wenigstens) — sich einbilden, es zu müssen. Da sind zunächst als Handbücher für das ganze Jahr, nur wenig später als sonst, die umfangreichen Kataloge der Barsortimente erschienen. Beide Lager-Verzeichnisse, das der Firma K. F. Koehler und das der Firma J. Volkmann in Leipzig, sind wie ihre Nebenausgaben, der »Bücher-Katalog« und der »Literatur-Katalog«, in der bereits zur Überlieferung gewordenen Anordnung und Ausstattung herausgegeben worden und beide wieder an Umfang um etliche Bogen gewachsen. Wenn auch dieses andauernde Wachstum keineswegs immer einer wirtschaftlich gefunden Entwicklung entspricht, so ist in unsern Tagen darin gewiß mit Recht das Zeichen guten Vertrauens in die Zukunft zu erblicken, was für spätere Zeiten mit Genugtuung verzeichnet werden darf. Dasselbe gilt auch für den »Auslieferungs-Katalog« des Wiener Barsortiments Friese & Lang, der im 40. Jahrgang vor kurzem herauskam.

Dienen diese Kataloge in der Hauptsache nur dem Laden und dem Kontor des Sortiments, so sind die Weihnachtskataloge noch immer von den auf die Bücherkäufer berechneten Werbemitteln die im einzelnen wohl wirksamste Propaganda. Hiervon steht dem Sortimenter auch dieses Jahr eine größere Auswahl zur Verfügung. Da heute alles im Zeichen des Kriegs, unter dem Einflusse seiner, ungeheure Werte vernichtenden, aber auch sammelnden, aufbauenden und erhebenden Wirkungen steht, so kennzeichnen sich auch fast alle diese Verzeichnisse schon äußerlich als Zeitgenossen. So erscheint der große »Weihnachtskatalog 1914« der Firma J. Volkmann in Leipzig mit einem kriegerischen Umschlagbilde in Farbendruck, in seiner Anordnung den letzten Jahrgängen gleich, während die kleine Sonderausgabe der literarischen Rundschau »Bücher zur Weihnacht 1914« auf weißem Umschlag das schlichte Bild des Eisernen Kreuzes zeigt. Der »Literarische Weihnachts-Katalog 1914« der Firma K. F. Koehler in Leipzig wird mit einer Betrachtung »Der Krieg und das Buch« von Dr. Max Mendheim eingeleitet, die um ihrer klaren, überzeugenden Ausführungen willen nicht allein vom buchhändlerischen Geschäftsstandpunkt aus die weiteste Verbreitung verdient. Ein davon hergestellter Sonderabdruck von 100 000 Auflage ist denn auch vom Sortiment an die Rundschau verteilt worden. Nicht farbenprächtig, aber sehr anschaulich wirkt das Titelbild, auf dem Mars vom Weihnachtsmann tüchtige Scheltworte zu hören bekommt. Dem Bücherverzeichnis selbst ist ein Abschnitt über Kriegsliteratur vorangestellt. In derselben Anordnung wie bisher ist auch der »Illustrierte Literarische Weihnachtskatalog 1914« der Buchdruckerei der Wilhelm und Bertha von Baensch-Stiftung in Dresden erschie-