

3. Überweisungsliste zum Nachweis der Käufer der gelauften Bücher und der Preise. 28,5×19,7 cm. 5 Stück = 5 S bar.
4. Quittungen, die jedem Spender einzuhändigen sind. 9,5×17,4 cm. 20 Stück = 5 S bar.
5. Bestellzettel für das Werbematerial, der an die Adresse des 1. Schriftführers des Börsenvereins Herrn Georg Kreyenberg in Berlin W. 8, Mauerstraße 43-44, zu richten ist.

Es ist wohl das erste Mal, daß der Börsenverein dem Sortimentsbuchhandel Werbematerial für die praktische Vertriebsarbeit zur Verfügung stellt. Er folgt damit gewissen Wirtschaftsverbänden, die für die Gesamtheit der von ihnen vertretenen Produkte eine weitgreifende Propaganda entfalten, ohne die Grenze des Reklamespielraums nach der Seite des Einzelabstrates oder der Einzelware zu überschreiten. So wird z. B. die Verwendung von Elektrizität in ihren verschiedenartigsten Formen zu Beleuchtungs-, Heizungs-, Küchen- und anderen Zwecken durch Druckschriften, Reklamemarken, Plakate usw. empfohlen, während es den Produzenten der vielen dazu gehörigen Apparate und Vorrichtungen überlassen bleibt, für ihre Sondererzeugnisse zu werben. So setzt sich auch der Börsenverein für das Buch an sich ein, um Verlegern und Sortimentern in ihrer eigenen Arbeit zu nützen. Bei dem Ansehen, das sich der Börsenverein namentlich in letzter Zeit in der Öffentlichkeit zu erringen wußte, darf eine solche Mithilfe nicht unterschätzt werden, die in unserem Falle zum ersten Male den Weg von der wissenschaftlichen Bibliographie zum praktischen Werbemittel eingeschlagen hat.

Der Anlaß ist bedeutungsvoll genug. Wenn sich Behörden und angesehenere Kriegshilfsverbände zusammensinden, um den von geistiger Nahrung abgeschnittenen Kriegern Bücher und Schriften zur Unterhaltung und Erholung, zur Erbauung und Belehrung zuzuführen, dürfen die Buchhändler nicht fehlen, und es ist besonders erfreulich und anerkennenswert, daß es der Börsenverein gewesen ist, der den wesentlichen Teil der praktischen Arbeit, soweit er ihn nicht selbst übernahm, im Vertrauen auf die Bereitwilligkeit des Gesamtbuchhandels diesem zu sichern wußte. Was er dem Buchhändler, in der Hauptsache allerdings dem Sortimentsbuchhändler, für die Zwecke der Reichsbuchwoche an Werbematerial an die Hand gegeben hat, soll in nachfolgendem einer kurzen Betrachtung unterzogen werden.

Zuerst das Schaufensterplakat. Sein Zweck konnte nur sein, dem Publikum zunächst den Begriff der Reichsbuchwoche sinnfällig darzustellen. Wichtige Momente waren dabei die Mitwirkung der Behörden und die Eigenschaft der Buchhandlungen als Verkauf- und Sammelstellen. Daß die Vermittlung dieser Gedanken vorwiegend schrift- und nicht bildgemäß geschehen konnte, ist ohne weiteres klar. Es handelte sich also für den Zeichner im wesentlichen um die Schriftwirkung, während ihm für die bildmäßige Darstellung, auf die gänzlich zu verzichten nicht ratsam schien, ein verhältnismäßig geringer Spielraum blieb. Der Zeichner hat die ihm gestellte Aufgabe mit großem Geschick gelöst, indem er eine wirkungsvolle Kopfleiste in Silhouettenart schuf. Sie ist eine Art Triptychon. Die beiden kleineren Flügelbilder, die einen Fußsoldaten und einen Reiter auf einjamer Wacht in Feindesland zeigen, flankieren ein großes Mittelbild: lesende Soldaten im Unterstand, im Hintergrunde eine Bank mit Büchern belegt. Auch unter der Bank ist ein Teil dieses geistigen Rüstzeuges untergebracht. Der Gedanke, daß der harte Beruf des Soldaten mit seiner oft drückenden seelischen Einsamkeit einen Ausgleich durch die Zwiesprache mit den Büchern als geistigen Gefährten während der Zeit der Ruhe finden soll, ist mit einfachen Mitteln und leicht faßlich im Bilde dargestellt. Ergänzt wird er durch die in ihrer Bedeutung viel weiter und tiefer greifenden Dichterworte Friedrich Schillers:

»Ein edles Buch: — ein Teil der Kraft,  
die an des Reiches Seele schafft!«

Darunter in geschmackvoller typographischer Umrahmung der Text, kurz und bündig, wie er auf einem Plakat sein soll, auffällig in großen Lettern und guter räumlicher Verteilung: »Reichsbuchwoche. Vom 28. Mai bis 3. Juni 1916 wird mit Genehmigung der Behörden in allen mit diesem Plakat versehenen Verkaufsstellen Lesestoff fürs Feld verkauft und angenommen. Geeignete Bücher in jeder Preislage sind vorrätig«. Das Plakat wird unaufgezogen geliefert und sollte, wo es nicht als Anschlag an Tafeln oder Säulen verwendet wird, sauber auf Pappe aufgeklebt werden.

Das Buchzeichen, das dazu dienen soll, die Bekanntheit zwischen Spender und Empfänger der Bücher zu vermitteln und ersterem auch die Gewähr für eine gewisse Kontrolle zu bieten, zeigt eine hübsche, humoristisch abgestimmte Vignette, ebenfalls in Silhouettenmanier, einen auf dem Fußboden hockenden und sich an die Wand lehrenden lesenden Soldaten. Über ihm hängt das Gewehr. Der Aufenthaltsraum bietet sogar etwas Komfort, ein richtiges, mit

gebundenen Bänden besetztes Bücherbrett und einige Bilder im Hintergrunde. Darunter stehen die Verse:

»Laßt Deutschlands Helden Bücher haben,  
Sie sind der Seele Schützengraben.«

Über einem reichlich für die Adresse des Spenders ausgesparten freien Raum des Blattes lesen wir: Aus der Heimat mit den besten Grüßen und Wünschen für baldige gesunde Rückkehr übersandt von . . . . . Darunter befindet sich der Vordruck für das Datum.

Die Überweisungsliste, die gewissermaßen Rechenschaft über des Buchhändlers Tätigkeit im Dienste der Reichsbuchwoche geben soll, zeigt die verkleinerte Kopfleiste des Plakates mit der Unterschrift »Reichsbuchwoche vom 28. Mai bis 3. Juni 1916« und die Verse:

»Der Unterstand ist schlecht möbliert,  
der nicht ein Duzend Bücher führt.«

Der übrige vordere und hintere Teil der Liste ist als Formular eingerichtet mit Miniatur für Laufende Nr., Tag, Name des Käufers, Anzahl der gelauften Bücher und Ladenpreis.

Die Quittung für die Spender zeigt auf der linken Seite die gleiche Vignette wie das Buchzeichen mit der Überschrift »Reichsbuchwoche 28. Mai bis 3. Juni 1916« und unter dem Bilde den Vers:

»Leg' allen deinen Liebesgaben  
Ein Büchlein bei, den Geist zu laben.«

Der übrige Teil des Blattes ist eine formelle Quittung des Buchhändlers über die Gabe für den einzelnen Geschenkgeber, der ihre Weiterbeförderung an die zuständige Sammelstelle wünscht.

Die — wie der Leser schon gemerkt haben wird — unverkennbare und glückliche Anlehnung des Dichters an Wilhelm Busch spinnt sich sogar auf dem Bücherzettel weiter, mit Hilfe dessen der Buchhändler das von ihm benötigte Werbematerial (und zwar nicht direkt vom Börsenverein, sondern von dessen 1. Schriftführer, Herrn Georg Kreyenberg, Berlin W. 8, Mauerstr. 43/44) bestellen soll. Wieder finden wir auf der Adressenseite links die Vignette des Buchzeichens, aber darunter die Verse:

»Dem Feldgrauen sende ein Buch!  
Es ist wie ein lieber Besuch.«

Im übrigen unterscheidet sich die Karte nicht weiter von den gewöhnlichen Bücherzetteln im buchhändlerischen Verkehr. Höchstens fallen die Barpreise auf, glücklicherweise aber durch ihre Billigkeit, trotz des Papiermangels und der teuren Herstellungskosten. Der Börsenverein hat eben ein übriges getan, um zum Gelingen der Veranstaltung sehr wesentlich durch Übernahme der Hälfte aller Unkosten beizutragen.

Die Grundfarbe des gesamten Werbematerials ist gelb. Auch sonst ist eine gewisse Einheitlichkeit festgehalten worden. Zeichnung, Druckschrift und Verwendung der erwähnten hübschen Verse harmonisieren miteinander, ohne daß die Wirkung oder Zweckmäßigkeit des einen oder anderen Blattes darunter leidet.

So kann man wohl sagen, daß der Börsenverein die Buchhändler reichlich mit guter Munition versehen hat, um planvoll und ordnungsgemäß einen unblutigen Sieg in der Heimat zu erfechten, dessen Beute als Zeichen der Dankbarkeit und Anerkennung unseren Kriegern zufallen wird. Nun heißt es, den richtigen Gebrauch von dieser Munitionsmenge machen, damit man im Lande sieht, daß wir unser Festes für das Gelingen der Reichsbuchwoche einsetzen. Daß es außerdem der Börsenverein nicht daran fehlen lassen wird, die Arbeit des Buchhändlers durch geeignete Mitteilungen in der Presse usw. zu fördern, kann nur ein Ansporn mehr für Verleger und Sortimenten sein, seine Kräfte in den Dienst dieser Veranstaltung zu stellen.

Kurt Voelke.

## Unsere Berufsangehörigen im Felde.

### I. Deutsche Armee.

Dritte Folge III (vgl. zuletzt 1916, Nr. 64).

Name und Vorname:	Firma:	Dienstgrad u. Truppenteil:
Besht, Hans	i. H. Hermann Hillger Verlag in Berlin	b. e. Jäger-Pat.
Blazek, Anton d. J. <sup>1)</sup>	i. H. Hermann Hillger Verlag in Berlin	Flieger b. e. Flieger-Abt.
Bludau, Walter	i. H. Hermann Hillger Verlag in Berlin	b. e. Pionier-Pat.
Eggert, Walther	i. H. C. S. Beck'sche Verlagsbh. Oskar Beck in München	i. Bayr. Feld-Inf.-Regt. Nr. 1, Ers.-Pat.
Feyer, Georg	i. H. C. S. Beck'sche Verlagsbh. Oskar Beck in München	i. Bayr. Inf.-Regt. Nr. 3.

<sup>1)</sup> Siehe auch Bbl. 1914, Nr. 222.