

Es ist selbstverständlich und bedarf keiner besonderen Empfehlung, daß der deutsche Verleger nach Möglichkeit in seinen Veröffentlichungen Fremdwörter vermeidet. Mag er persönlich auch gegen Fremdwortverdeutschungen sein, so wird er schon aus kaufmännischen Gründen die in weiten Kreisen fast zur Liebhaberei ausartende Bewegung nicht gänzlich übersehen oder unberücksichtigt lassen können. Jedenfalls aber verdeutschte man nicht mit Gewalt, wie es leider gerade jetzt so häufig beobachtet werden kann. Wenn die Verdeutschung die Sache nicht so treffend kennzeichnet wie das Fremdwort, so ist letzteres ganz entschieden vorzuziehen.

Gewaltsame Verdeutschungen eingebürgerter Fremdwörter machen den Text nicht selten unverständlich und schmälern infolgedessen den Erfolg der Veröffentlichung.

Wenn möglich, umschreibe man in Inseraten kurz den Inhalt des betreffenden Buches; bei größerem Raum ist es sogar zweckmäßig, das Inhaltsverzeichnis, wenn auch nur auszugsweise, wiederzugeben. Von Sachregistern gilt das gleiche. Die möglichst genaue Inhaltswiedergabe ist von besonderem Wert bei Büchern mit hohen Ladenpreisen, z. B. wissenschaftlichen und Lehrbüchern. Der hohe Preis hält bekanntlich manchen Interessenten ab, ein Buch zu kaufen, das ihm unter Umständen von großem praktischen Nutzen sein könnte. Erst die Kenntnis des Inhalts, die bestimmte Schlüsse auf den Wert des Buches für den einzelnen ermöglicht, veranlaßt solche Interessenten zum Kauf. Auch manche Auswahl- und Ansichtsendung wird dem Buchhändler auf diese Weise erspart, da gewiß der eine oder andere das Buch schon nach Kenntnisnahme des Inhaltsverzeichnisses bestellt, ohne es sich vorher zur Ansicht vorlegen zu lassen.

Selbst bei Romanen — wie überhaupt bei belletristischer Literatur — kann die Wiedergabe des Inhaltsverzeichnisses von großem Wert sein. Meines Erachtens ist die kurze Zusammenfassung des Inhalts in solchen Fällen bedeutend werbeeffektiver als der Abdruck einer Reihe von Rezensionen, wie es im allgemeinen üblich ist. Damit soll selbstverständlich nicht gesagt sein, daß den Rezensionen in Inseraten keinerlei Werbewert innewohne. Wenn sie von angesehenen Zeitungen, Zeitschriften oder gar aus der Feder bekannter Autoritäten stammen, dabei kurz und treffend abgefaßt sind, mögen sie auch in Inseraten manchmal mit Vorteil zu verwenden sein.

Bei Büchern mit besonderer typographischer Eigenart oder besonders günstiger und übersichtlicher Gruppierung des Inhalts, z. B. bei Handbüchern mit lexikalischer Einteilung, wird die Wiedergabe einer Seite ev. in kleinerem Maßstabe sehr oft gute Wirkung haben.

Empfehlenswert ist auch die Wiedergabe des Umschlages, denn das Buch wird hierdurch dem Auge des Lesers sinnlich nahegebracht, und der Wunsch, es zu besitzen, wird viel nachdrücklicher erregt als durch einfache Titelanzeige. Häufig genug wird der Leser seinem Wunsche nachgeben, sobald sich in einer Schaufensterauslage das seinem Auge schon wohlbekannte Buch wieder in Erinnerung bringt.

Die typographische Ausstattung.

Aus welcher Schrift ein Inserat gesetzt wird, ist im allgemeinen ziemlich gleichgültig, die Hauptsache ist stets, daß die Schrift zweckmäßig gewählt wird. Eine Schrift kann man dann als zweckmäßig bezeichnen, wenn sie leicht lesbar ist und eine übersichtliche Anordnung gestattet. Ob die deutschen (Fraktur-) Schriften den sogenannten lateinischen (Antiqua) vorzuziehen sind, mag ich nicht entscheiden. Es ist über diese Frage in Zeitungen und Zeitschriften aller Richtungen, auch im Börsenblatt, so viel und zu viel von Kennern und auch vielen Nichtkennern gestritten worden, daß es überflüssig erscheint, das Thema hier nochmals zu behandeln. Einen Sieg haben weder die Verfechter der deutschen noch jene der lateinischen Schrift davongetragen. Der ganze Streit hat nur die Gemüter verwirrt, sodaß viele Besteller vom Drucker die Anwendung dieser oder jener Schriftart verlangen, ohne eigentlich recht zu

wissen warum. Beide Schriftcharaktere haben ihre Vorzüge und Nachteile; es gibt gut lesbare, schöne und charaktervolle, aber auch undeutliche, häßliche und charakterlose Schriften beider Arten. Man prüfe deshalb von Fall zu Fall, und wenn die vorliegende Schrift den gestellten Erwartungen entspricht, verwende man sie, ohne Rücksicht zu nehmen auf diese oder jene Anhängerschaft; man lasse vielmehr Gründe der Ästhetik und Zweckmäßigkeit allein entscheiden. Denn trotz der erbitterten Pressefehden hat sich doch nur wenig geändert, bis auf die vorhin erwähnte Verwirrung der Gemüter, die schon manche Verstimmung hervorgerufen hat, auch im Verkehr zwischen Verleger und Drucker.

Und dann ein anderer strittiger Punkt. Es herrscht vielfach die Anschauung, daß ein Inserat aus der gleichen Schrift gesetzt werden müsse, die für das Buch Verwendung gefunden hat. Ich halte das nicht für notwendig, glaube vielmehr, daß das mitunter die Wirkung des Inserates beeinträchtigen kann. Wenn z. B. der weitaus größere Teil einer Inseratenseite in Fraktur gesetzt ist, wird der reklametechnisch erfahrene Verleger ohne weiteres und mit Absicht zur Antiqua greifen, obgleich sein Buch aus einer Frakturschrift gesetzt ist. Es ist nicht einzusehen, warum man zu seinem eigenen Nachteil die Unübersichtlichkeit und Einseitigkeit solcher Inseratenseiten noch vergrößern soll, da doch hier ohne Mehrkosten lediglich durch die Wahl einer andersgearteten Schrift schon eine gute Reklamewirkung erzielt werden kann. Etwas anderes ist es, wenn durch das Inserat gleichzeitig eine Probe der Buchschrift gegeben werden soll, was wohl nur selten vorkommen dürfte. Dann müßte das aber durch einen entsprechenden kurzen Hinweis ausdrücklich betont werden. Im allgemeinen beachte man bei der Zusammenstellung von Inseraten den allen Erfahrungssatz, stets das Gegenteil vom Althergebrachten zu tun. Ist der Durchschnitt der Inserate in Antiqua gesetzt, verwenden wir Fraktur, überwiegt kompresser Satz, so wählen wir eine lichtere Anordnung und umgekehrt. Auch schräggestellte und bogenförmige Zeilen sind mitunter gut zu verwenden, wenn es auch von typographischen Ästheten nicht gern gesehen wird. Überhaupt, wo alles in wagerechter und senkrechter Linie sich bewegt, bevorzuge man Diagonalen und Bogen, wo alles fett und kräftig dargestellt ist, bringen wir zarte und lichte Töne, wo Licht ist, versuchen wir es mit Schatten, wir bringen (um es nochmals zu sagen) stets das Gegenteil vom Üblichen, damit unser Inserat absticht, herausfällt aus dem Rahmen des Ganzen, kurzum: wir geben unserem Inserat eine solche typographische Anordnung, daß es unbedingt ins Auge springen muß. Geschmacklosigkeiten müssen allerdings vermieden werden, unter Umständen nehme man die Mitarbeit eines Künstlers in Anspruch, sofern er reklametechnisch die notwendigen Garantien bieten kann.

Der Entwurf.

Wenn man sich darüber schlüssig ist, wie das Inserat ungefähr aussehen soll, fertige man für den Setzer eine flüchtige Anordnungs-skizze. Ich betone ausdrücklich: eine »flüchtige« Skizze, denn die wenigsten Inserenten werden in der Lage sein, das Aussehen eines Inserates vorher in allen Einzelheiten zu bestimmen. Deshalb würde sich die mühevollen Arbeit des genannten Skizzierens nicht lohnen, außerdem genügt die flüchtig hingeworfene Bleistiftskizze, um dem Setzer klarzumachen, welche Ausstattung und Anordnung man ungefähr erwartet.

An den Rand oder in die Skizze hinein macht man die notwendigen Bemerkungen über Schrift, Einfassung, Klischees usw. Es ist überhaupt zu empfehlen, derlei Notizen stets auf der Skizze oder auf dem Manuskript anzubringen, weil sie sonst aus dem Begleitbrief erst abgeschrieben werden müssen und leicht etwas übersehen werden kann. Es ist empfehlenswert, sich ein Schriftenverzeichnis der am meisten benutzten Blätter zuzulegen. Wenn das nicht möglich ist — Schwierigkeiten bietet es immer —, so lasse man dem Setzer die Wahl zwischen einigen Schriften, ähnlich, wie wir es bei nachstehender Skizze zeigen.