

Abfichten des Verlegers einzugehen, schon deshalb nicht allzu sehr gefürchtet zu werden, weil der Verleger für alle Fälle eine Entschädigung durch Bezahlung dieses Werbemittels erhält. Die Wege, die unsere Werbemittel nehmen, sind unbestimmbar. Wie Antiquariatskataloge oft noch nach Jahren wirken, so kann man dem Verlagsalmanach wohl zutrauen, daß er seine werbende Kraft in nicht minder, ja stärker nachhaltiger Weise auswirkt, weil mit ihm die Grenze des Katalogs überschritten und in das Reich der Bücher selbst der Übergang vollzogen ist.

Das Jahr 1920 hat uns eine größere Anzahl von Verlagsalmanachen gebracht. Als bemerkenswerte Erscheinung kann die Tatsache betrachtet werden, daß, während der Insel-Verlag zum erstenmal auf die Herausgabe des Insel-Almanachs verzichtet und dafür die neue Vertriebszeitschrift »Das Insel-schiff« geschaffen hat, gerade eine Reihe der jüngsten Verlagsunternehmungen sich des Almanachs als Werbemittel bedienen. Zu ihnen gehören der Hesperos-Verlag und der Musarion-Verlag in München, der Amalthea-Verlag in Leipzig, Zürich und Wien und der Verlag von Fritz Gurlitt in Berlin. Von älteren Verlagsfirmen, die Almanache herausgegeben haben, sind Morawe & Scheffelt und Paul Cassirer in Berlin zu nennen. Ein kleiner Kalender »Nordmark-Dichter-Kalender«, herausgegeben von der Fehrs-Gilde bei Westermann, wäre in diesem Zusammenhange noch zu nennen. Ein Almanach für sich ist der Almanach der Bücherstube von Horst Stobbe in München, weil er den Zwecken eines Sortimentengeschäfts dient.\*) Wenn wir diesen Erscheinungen im einzelnen unser Augenmerk schenken, so soll nicht etwa das Schwergewicht auf ihren literarischen Wert, sondern auf die Frage gelegt werden, in welcher Weise Verleger bzw. Herausgeber dem Werbezweck entsprochen haben und inwieweit es gelungen ist, aus dem Almanach ein kleines Spiegelbild des Verlags- oder Sortimentunternehmens zu machen, das geeignet ist, für die Arbeit der Herausgeberfirma das Verständnis zu fördern. In letzterem erblicken wir eine Art persönlicher Reklame mit geschäftlicher Rückwirkung. Der von Curt Mored herausgegebene Hesperos-Almanach\*\*) gibt das Bild eines Verlags, der die Meisterwerke der Weltliteratur den Bücherfreunden in wertvollen und sorgfältig gedruckten Ausgaben mit der Originalgraphik moderner Künstler vermitteln will. Diesem Zwecke dienen die Hesperosdrude von Werken Hölderlins, E. T. A. Hoffmanns, Goethes, H. v. Kleists, Wielands, Schlegels u. a. Im Inhalt des Almanachs ist die Anlehnung an die Verlagswerke gar nicht so eng. Es werden allerhand Rara in Versen und Prosa herangezogen. Aber der Herausgeber kommt damit doch dem Charakter und den Zielen des Unternehmens entgegen, indem er den Leser in eine besondere, teilweise von der Erotik der Romantik erfüllte Atmosphäre einführt, die gleichzeitig auch die Atmosphäre des Verlags ist. Damit ist die Charakteristik des Unternehmens gegeben. Das Gleiche gilt auch vom Bildschmuck, der sich aus Wiedergaben nach Radierungen, Federzeichnungen, Lithographien und Stichen von Rolf Schott, Carl Rabus (der auch die Umschlagzeichnung lieferte), Emil Birchan, Monnet, Schall und Gehner zusammensetzt. Auf bibliographische Hinweise ist sowohl bei den einzelnen Texten, als auch den Bildern Abstand genommen worden. Ein Programm des Hesperos-Verlags und ein kurzes Verlagsverzeichnis bilden den Anhang. Hierin und in der Kennzeichnung der geistigen Richtung des Verlags sind die Hauptmerkmale des Werbemittels zu erkennen. Im übrigen hat der Almanach, der in bezug auf seine äußere Ausstattung sich in den von der Zeit gebotenen Schranken bewegt, inhaltlich einen gewissen Liebhaberwert, entsprechend den Verlagswerken, die ebenfalls vorzugsweise für die Kreise der Bücherliebhaber bestimmt sind.

\*) Wir beschränken uns auf die der Redaktion zugegangenen Almanache und erheben keinen Anspruch darauf, alle derartigen Erscheinungen in den Kreis unserer Betrachtung einbezogen zu haben.

\*\*) Hesperos-Almanach. Herausgegeben von Curt Mored. Ein Sammelbuch literarischer Seltenheiten mit vielen Bildern nach Kupfern hervorragender Stecher und Radierungen und Lithographien neuerer Künstler. Kl. 8°. 104 S. München, Hesperos-Verlag. Steif broschiert mit farb. Umschlag. Ladenpreis M 2.50.

Der Musarion-Almanach\*) trägt bereits weit stärkere werbende Merkmale zur Schau, schon durch seine Teilung in die beiden Hälften »Literarischer Teil« und »Unsere Bücher«. Beide Teile stehen im engsten Zusammenhange. Das in verhältnismäßig kurzer Zeit errichtete umfangreiche Verlagsunternehmen besteht in seinem Grundstock aus den Gesammelten Werken Friedrich Nietzsche's. Angegliedert sind die bereits ziemlich großen Gruppen: Deutsche Literatur und Fremdländische Literatur und die Reihen »Musarion-Bücher«, »Fruchtschale«, »Der Liebesgarten«, »Die Novelle«, »Die Einsiedelei« und die »Sozialistische Bücherei«, sowie die Gruppe: Literatur-, Kultur- und Zeitgeschichte. Der Verlag hat es verstanden, eine große Anzahl bedeutender Autoren zu gewinnen. Verlagskatalog und Inhalt des Almanachs konnten dadurch in engste Wechselbeziehung gebracht und damit für Werbezwecke in sehr geschickter Weise dienstbar gemacht werden. Die vorangestellte Vorrede zu »Musarion« von Wieland läßt die Wahl des Verlagsnamens unter besonders bedeutungsvollem Lichte erscheinen. Die Mehrzahl der Beiträge in Versen und Prosa sowie der Abbildungen ist den Verlagswerken entnommen. Es sind aber auch eine Reihe Originalbeiträge enthalten, zu denen in erster Linie die Abhandlung Nietzsche's »Über das Pathos der Wahrheit« gehört. Daran vermag für den Nietzschefreund die Tatsache nichts zu ändern, daß die Hauptteile wortgetreu oder mit geringen Änderungen in andere Schriften Nietzsche's übergegangen sind. Auch in diesem Almanach ist im textlichen Teile von bibliographischen Hinweisen abgesehen worden. Nur im Inhaltsverzeichnis sind die Quellen aufgeführt oder wird darauf hingewiesen, daß es sich um einen Originalbeitrag handelt. Die Porträts von Wieland, Friedrich Nietzsche und Anatole France, dazu eine Reihe Voll- und Textbilder beleben das Ganze. Die Redaktion, die von großer Sorgfalt und Liebe zeugt, lag in den Händen von A. Schremmer und G. von Westermann. Die sehr ansprechende Umschlagzeichnung lieferte Rolf von Hoerschelmann. Der Almanach stellt eine Einführung in den Autorenkreis und in die Absichten und Ziele des Verlags dar. Inhalt und Ausstattung stehen in gutem harmonischen Verhältnis zu einander, sodaß man wohl sagen kann, man habe es mit einer Veröffentlichung zu tun, die dem Leser starke literarische Quellen und dem Verlage einen entsprechenden Abnehmerkreis erschließen kann.

Rein äußerlich betrachtet halten sich die beiden vorgenannten Almanache in gewissen Grenzen. Schon etwas anspruchsvoller tritt der Amalthea-Almanach\*\*) auf, der, ein Oktavband von 254 Seiten, als Verkörperung eines mit unheimlicher Schnelligkeit emporgewachsenen Verlagsunternehmens angesehen werden muß. Das Verlagsverzeichnis tritt hier wieder lediglich als Anhang auf, während der Schwerpunkt auf die Wiedergabe von Proben aus den Werken gelegt ist. Der Inhalt des textlichen Teils ist ungemein reichhaltig und vielseitig. Hier seien nur die Namen Gottfried Keller, Hermann Bahr, Grillparzer, Lenau, Feuchtersleben, Ada Christen, Ferdinand von Saar, E. v. Handel-Mazzetti, Franz Karl Ginzler, Rainer Maria Rilke, Richard Schaukal genannt, zu denen eine große Anzahl noch weniger bekannter Autoren tritt, die sich in ihren Versen und Prosastrichen offenbaren. In Überschriften und Fußnoten ist auf die betreffenden Bücher hingewiesen, wodurch die Verbindung mit dem Verlagsverzeichnis hergestellt wird. Nur bei dem in mancher Beziehung interessanten und abwechslungsreichen Bildschmuck ist von solchen Hinweisen abgesehen worden. Dem Almanach ist auch ein Kalendarium beigegeben. Die Mittel, Menschen mit Büchern zusammenzuführen, sind geschickt gewählt. So dürfte auch von diesem Almanach, trotzdem er den einheitlichen Zug des (übrigens selbst nicht ganz einheitlichen) Verlagsunternehmens vermissen läßt, eine starke werbende Kraft für Bücher ausgehen.

Als Spiegelbild der modernsten Richtungen in Literatur und Kunst — wobei zu bemerken ist, daß diese keineswegs als Allein-

\*) Musarion Almanach 1920. 8°. 130 S. München, Musarion Verlag. Ladenpreis: geheftet M 2.—.

\*\*) Amalthea-Almanach auf das Jahr 1920. 8°. 254 S. Zürich, Leipzig und Wien, Amalthea-Verlag. In Pappband gebunden; Ladenpreis M 10.—.