

ebenfalls abgelehnt. Ein Hörer sagte zu dem Komponisten: »Die Alceste ist gefallen«. »Ja, vom Himmel«, war die treffende und selbstbewußte Antwort des Komponisten.

Der Einwand, die Musik sei vielleicht »zu schwer verständlich« gewesen, dürfte ebenfalls nicht stichhaltig sein, denn auch die ganz durchsichtige, leichtfüßige Musik von Johann Strauß erlebte manchmal Ablehnung und Fiasko beim erstmaligen Hören. So wurde die graziose und schwungvolle Oubertüre zur »Fledermaus« wenn auch nicht gerade ignoriert, doch nur mit einem Höflichkeitsbeifall aufgenommen, als sie Strauß zum ersten Male spielte.

Im Jahre 1860 weilte Offenbach in Wien. Er und Johann Strauß widmeten dem Faschingsball-Komitee einen Walzer. Offenbachs »Abendblätter« wurden nach dem Bericht des Strauß-Biographen Lange geradezu enthusiastisch aufgenommen und mußten wiederholt werden. Er ist heute ziemlich vergessen. Hingegen gehört der von Strauß aus erwähntem Anlaß komponierte »Morgenblätter«-Walzer, von dem man bei der Erstaufführung kaum Notiz nahm, heute zu den meistgespielten, schönsten Walzern.

Beneidenswert der Buchhändler, der sich, wenn es ihm einmal wieder nicht gelang, das Geheimnis des Erfolges zu lüften, mit dem Wiener Walzerkönig tröstet: »Glücklich ist, wer vergißt, was nicht mehr zu ändern ist«. Mißerfolge lehren uns den Erfolg, wenn wir die Ursachen des Mißlingens bei uns selbst suchen und gesunder Optimismus, Verantwortungsgefühl und — Betriebskapital sich die Wage halten. Alle Sozialisierungspläne werden, was den Buchhandel betrifft, daran scheitern.

## Weihnachtskataloge.

Von Kurt Voelke.

### III.

Daß Verleger, die sich lange Zeit den modernen Formen geschäftlicher Werbung verschlossen hatten, sich dieser ohne Beeinträchtigung ihres Ansehens bedienen können, sofern das Werbemittel eine ideale Einheit mit dem Wesen des Verlages bildet, dafür erbringt ein kleiner Weihnachtskatalog der Firma S. Hirzel in Leipzig unter dem Titel Gute Bücher (8°, 32 S.) den Beweis. Mit farbiger Umrandung in schöner Fraktur gedruckt, enthält er ausführliche Besprechungen zunächst der Neuigkeiten des Jahres, an die sich Empfehlungen älterer Verlagswerke anschließen. Außer Bild- und Textproben finden wir auch kleine Mittel angewandt, um Stimmung für das Buch zu machen und den Wert des Bücherbesitzes hervorzuheben. Schon auf der ersten Umschlagseite fällt uns der Spruch »Im Buch spiegelt sich die Seele seines Besitzers« in die Augen. Die zweite Umschlagseite wird lediglich durch ein Zitat aus Freytags »Die verlorene Handschrift« gefüllt: »Die Bücher sind die großen Schatzkisten des Menschengeschlechts« usw. Große Sorgfalt und Liebe zur Sache haben dem Bearbeiter geholfen, ein inhaltlich und äußerlich zweckmäßiges Werbemittel zu schaffen, dessen Erfolg kaum in Frage gestellt sein dürfte. Es zeigt, daß jene vornehme verlegerische Zurückhaltung, welche die Anwendung eines lauten Werbeapparates schon aus Tradition heraus verschmäht, auf das Werbemittel selbst übertragen werden und dort sogar eine Erhöhung der Wirkung bedeuten kann.

Aus den Kreisen der christlich-katholischen Verleger liegen einige beachtenswerte Weihnachtsverzeichnisse vor. »Die neuesten Bücher aus dem Verlag J. P. Bachem in Köln« (8°, 16 S.) soll uns zunächst beschäftigen. In einer von anderen derartigen Verzeichnissen nur wenig abweichenden Art werden die Bücher empfohlen, wobei auch hier die Neuigkeiten des Jahres in den Vordergrund gestellt werden. Dagegen ist besondere Mühe darauf verwendet worden, dem Leser den Wert des Buches als Weihnachtsgeschenk in besonderem Lichte erscheinen zu lassen und gleichzeitig auf den großen Irrtum vieler Leute hinzuweisen, daß das Buch teuer geworden sei. Zu diesem Zwecke ist dem Verzeichnis eine Einleitung »Was schenken wir?« vorangestellt, außerdem aber auch unter dem Titel »Ist das deutsche Buch teuer?« auf einem besonderen Blatt eine Tabelle beigelegt, auf der die Preise der Bücher von 1914 und 1920 nebeneinander aufgeführt werden. Daneben stehen die Preise von 1914 und 1920 eines seidenen Unterrockes, eines Paares seidener Strümpfe, einer guten Zigarre, eines Glases Pilsener, eines Pfundes Butter usw. Damit ist der Beweis, daß das deutsche Buch immer noch billiger als jede andere Ware sei, in überzeugender Form erbracht, und der vernünftige

Leser wird sich sagen, daß es schließlich doch das Beste und Bequemste sei, ein Buch zu verschenken. Der Katalogbearbeiter kennt die Scheu des Publikums vor den scheinbar hohen Bücherpreisen und die merkwürdige Selbstverständlichkeit, mit der fast alle Preissteigerungen anderer Waren hingenommen werden. Er tut das Mögliche, das Buch zu retten, und hoffentlich nicht ohne guten Erfolg! — Bücherjahrgang 1921 nennt sich ein Weihnachtsverzeichnis der Firma Herder & Co. G. m. b. H., Verlagbuchhandlung, Freiburg im Breisgau (8°, 26 S.). Auf ein kurzes Titelverzeichnis von »Neuerscheinungen, die sich zu Geschenken besonders eignen« folgen in den Gruppen Schöne Literatur, Volksschriften — Jugendbücher — Literatur — Heilwissenschaft — Geschichte und Lebensbilder — Kunst — Lebensweisheit — Reiseschilderungen — Naturwissenschaft — Religiöse Schriften — Staats- und Wirtschaftsleben — Musik ausführliche Titelangaben mit kürzeren oder längeren Charakteristiken der Bücher, Erklärungen, Urteilen usw. Den Schluß bildet eine Liste weiterer guter Geschenkwerke mit weniger ausführlichen Titelangaben. Gut ausgewählte Bildproben bieten dem Auge angenehme Abwechslung und werben für illustrierte Werke. Schlichte, aber gute äußere Ausstattung. — »Unsere Veröffentlichungen« betitelt sich ein illustrierter Verlagskatalog des Rosella-Verlages in Trier. Äußere Merkmale dafür, daß wir einen Weihnachtskatalog vor uns haben, fehlen. Indessen möge er, da er eine Anzahl Geschenkwerke aufführt und vor Weihnachten erschienen ist, in diesem Zusammenhange nicht übersehen werden. Besonders bemerkenswert ist er dadurch, daß er im Text keine Preisangaben enthält, sondern diese auf einem besonderen Blatt, einem Preisschlüssel, eingelegt sind. Dadurch erhält der eigentliche Katalog längere Lebensdauer. Auf der Umschlagzeichnung sehen wir das Geschäftsgebäude im Straßenbilde, vor seinem Schaufenster einen Mann und zwei Kinder im Anschauen versunken, während im Vordergrund zwei Knaben ein in dem Laden soeben gekauftes Buch betrachten. Geschickt verteilter Bildschmuck und gute drucktechnische Ausstattung sind auch diesem Katalog eigen. — Ein hübsch mit Kopfoignetten geschmücktes Verzeichnis von Liebhaberausgaben unter dem Titel: Illustrierte Bücher und Luxusausgaben hat der Verlag von Artur Wolf in Wien herausgegeben (16°, 16 S.). Die gewählte Form der Bücherempfehlung und -Charakterisierung erscheint zweckmäßig und wirkungsvoll. Auf dem aus Buntpapier bestehenden Umschlag ist das ornamental gehaltene künstlerisch gezeichnete Titelblatt aufgeklebt.

Ganz in das Reich der Kunst führen uns zwei prachtvolle Kataloge von Verlegern künstlerischen Wandschmuckes, die Verzeichnisse Künstlerischer Wandschmuck für Haus und Schule\*) von V. G. Teubner und Künstlerischer Wandschmuck\*\*) von Mersfeld & Donner in Leipzig. Bemerkenswert an beiden Katalogen ist die Wiedergabe vieler Bilder in fast naturgetreuem Mehrfarbendruck. Hier ist die Werbekraft der Farbe von größter Wichtigkeit. Daneben zeichnen sich beide Verzeichnisse, vom Standpunkte des Werbefachmannes aus betrachtet, auch anderweitig durch große Zweckmäßigkeit aus. Teubner sucht die Notwendigkeit, den Katalog nur gegen Berechnung abzugeben, durch Beigabe einiger interessanter Artikel schmachtender zu machen, die neben den Abbildungen Platz gefunden haben, z. B. eine Arbeit von K. Stord über »Künstlerische Volkskultur«, eine Erinnerung von Hans Thoma »Wie ich dazu kam, Graphiker zu werden« u. a. In einem Vorworte wird auf Wert und Bedeutung der Künstler-Steinzeichnung und anderer bildlicher Erzeugnisse des Verlages besonders hingewiesen. Angehängt ist ein Verzeichnis wertvoller Bücher aus dem Verlage von V. G. Teubner. Der Katalog verrät die sorgsame Hand des Bearbeiters, der es verstanden hat, so gut wie keine beim Leser aufkommende Frage unbeantwortet zu lassen. Einfacher, aber in seiner Art nicht minder wirksam gestaltet ist der Katalog von Mersfeld & Donner. Abgesehen von einer längeren, zum Verständnis der Verlagsarbeit dienenden Einleitung und kurzen Bemerkungen unter den Abbildungen läßt man diese für sich selbst sprechen. Zu der Freude, diese Werbemittel wieder in ihrer gewohnten Vortrefflichkeit zu sehen, gesellt sich die Hoffnung, daß sie das ihrige zur Geschmacksbildung unseres Volkes beitragen werden.

Neben die Verlegergruppen, die sich verschiedentlich schon zur Schaffung von Werbemitteln zusammengeschlossen und versucht haben, auf diese Weise nicht nur Ersparnisse, sondern auch stärkere Wirkung zu erzielen, tritt erstmalig eine neue, die Vereinigung völkischer Verleger, die mit einem Weihnachtskatalog Das Deut-

\*) V. G. Teubners Künstlerischer Wandschmuck für Haus und Schule. Künstler-Steinzeichnungen (Original-Lithographien). 8°. 128 S. Leipzig, V. G. Teubner. M 4.50 no., Partierpreise.

\*\*) Künstlerischer Wandschmuck. Ein Ratgeber für Schule und Haus. Herausgegeben von Mersfeld & Donner, Kunstverlag, Leipzig. (Gr. 8°. 36 S.). Aufdr.: Preis M 3.50.