

Überhaupt ist es ja eine Binsenwahrheit, daß vorzugsweise das Neue und Ungewöhnliche in der Reklame sicheren Erfolg verspricht. Die Mißerfolge liegen stets auf den ausgefahrenen Spuren und ausgefahrenen Gleisen. Was hier für das Große gilt, gilt auch für das Kleine und Kleinste. Ein Prospekt mit einem Alltagsgesicht hat die beste Aussicht auf ein unrühmliches Ende in den Tiefen des Papierkorbes. Darum heißt das Gebot der Stunde: Nachdenken! Wie mache ich es? In sehr hübscher Weise hat sich die Kunststube Richardt in Bad Eilsen (Schaumburg-Lippe) bei ihrem Publikum durch einen Prospekt eingeführt. Es ist eine in schöner Ungerfraktur gedruckte vierseitige Abhandlung »Vom Wesen und Wert der Radierung«. Auf der ersten Seite am Kopfe sind die Firma und darunter die wenigen Schlagworte typographisch gut verteilt angebracht: »Gute, schöne Bücher« — »Ständige Ausstellungen« — »Besonders gepflegt: Originalradierungen erster Künstler« — »Unverbindliche Besichtigung gern gestattet«. Die Firma teilt mit, daß sie durch die Verbreitung dieser Reklamedrucksache ihren Absatz an Radierungen, aber auch an besseren Büchern wesentlich gesteigert habe.

Angeichts der Zunahme der Kongresse und Versammlungen aller Art tritt an den Buchhändler jetzt häufiger die Anforderung heran, kleine Bücherausstellungen oder Verkaufsstände auf kurze Dauer aufzustellen. Nicht immer stehen hierfür die geeigneten Möbel zur Verfügung. Infolgedessen dürfte es manchen Berufsgenossen interessieren, daß die Deutsche Gesellschaft für Auslandsbuchhandel einen praktischen, leicht transportablen Ausstellungsschrank unter der Marke »Expres« herausgebracht hat. Er stellt eine Kombination von Versandkiste und Ausstellungsschrank dar. Die Konstruktion ist derart, daß der zu einem Versandbehälter umgewandelte Schrank nicht nur seinen ganzen Oberbau, sondern auch alle Ausstellungsgegenstände in sich aufnehmen kann. Demnach kommt das Versenden der Gegenstände in besonderen Kisten in Wegfall. Sinnreich angebrachte Verpackungselemente schützen das Ganze vor Beschädigungen auf dem Transport. Leichte Beweglichkeit ist durch Rollen am Fuße gewährleistet. Die Aufstellung des Schrankes erfordert nur wenige Minuten. Er ist dort am Platze, wo ein weiterer Transport notwendig und für den Bücherverkauf — wie das sehr häufig der Fall — nur geringer Raum verfügbar ist.

So ließe sich an der Hand von allerlei Beispielen das Thema der »kleinen Mittel« noch weiter spinnen. Die allgemeine Teuerung, die sich ja leider auch auf alle Gebiete der Reklame erstreckt — man denke nur an die Herstellungskosten von Katalogen und Prospekten —, nötigt geradezu zu tieferem Nachdenken, wie man ohne allzu große Unkosten Zwecke erfüllen und Ziele erreichen kann, für die sonst viel erheblichere Mittel verfügbar wären. Infolgedessen ist die Politik der kleinen Mittel heute gerade für den Buchhändler zu einer ungeahnten Bedeutung gelangt. Wenn aus dem Vorstehenden hervorgeht, daß der Bronnen noch lange nicht erschöpft ist und daß außer den erkennbaren Wegen noch manche andere nach Rom führen, so kann wohl angenommen werden, daß dem Börsenblatt noch weitere zeitgemäße Propagandamittel aus der Praxis heraus gemeldet werden.

Kurt Voelke.

### Französische Buchpropaganda.

Nach dem Vorbilde der »University Press« in Amerika und ähnlichen Vereinigungen in anderen Ländern hat sich in Frankreich unter der Bezeichnung »La Société des Presses universitaires de France« eine Gesellschaft gebildet, die sich die Aufgabe gestellt hat, den Druck und die Verbreitung solcher Werke zu ermöglichen, die nur mit einer kleinen Auflageziffer rechnen können und deshalb aus finanziellen Gründen bei der gegenwärtigen Preisbildung vielfach nicht veröffentlicht werden können. Die Gesellschaft, die mit der tatkräftigen Unterstützung durch die Universitäten und weite Kreise der Wissenschaft und Industrie rechnet, will insbesondere auch der Verbreitung des französischen Buches und damit zugleich der Stärkung des französischen Einflusses im Auslande dienen.

Die Einzelheiten über die Organisation und die Ziele der Gesellschaft ergeben sich aus einem Artikel im »Petit Journal«, den wir nachstehend in Übersetzung wiedergeben (gekürzt):

»Das französische Denken ist heute von einer so großen Gefahr bedroht, wie es sie bisher noch nicht gekannt hat. Man hat immer über die Bedrängnis unserer Gelehrten gesprochen, über das Elend unserer Laboratorien, über die Gefahren, die in der Entwicklung und Verbreitung unserer Kultur durchzumachen sind durch die zu hohen Preise der französischen Bücher. Selbst jetzt, wo die Vorteile des Sieges dem französischen Einfluß gesichert sind, wo die verbündeten und alle neu entstandenen Nationen unserer geistigen Richtung angehören, ist die Verbreitung der französischen Ideen stark beeinträchtigt durch die Unmöglichkeit, sie unter die Allgemeinheit zu bringen. Um die Herausgabe der französischen Werke zu erleichtern, die heutzutage Schwierigkeiten aller Art begegnet, wäre es angebracht, eine Einigung der Künstler und literarischen Kreise, der Universitäten und Industriellen zu einer Genossenschaft für Druck und Herausgabe herbeizuführen. Herr Peter Marcel, Professor an der Schule der schönen Künste, einer der zwei Leiter der Gesellschaft, die dieser Sache auf die Beine helfen will, hat uns freundlicherweise von den bisherigen Resultaten Mitteilung gemacht. Er schreibt:

Von jetzt ab besteht die Société des Presses universitaires de France. Wir hatten zuerst daran gedacht, sie als Société anonyme zu gründen, haben uns aber dann für eine Société coopérative entschieden, die besser geeignet erscheint, intelligente Leute zu sammeln, die es dann zu organisieren gilt.

Die Aufgabe wäre? Die Werke im Volke verbreiten zu können, die, ihre Natur und die Beschränktheit des Absatzes betrachtet, nicht in großer Auflage erscheinen können und deshalb zu hohe Preise bekommen. Zum Beispiel kostet ein Druck, der vor dem Kriege 5 oder 6 Francs verlangte, heute das Dreifache. Eine Anzahl von Schriftstellern kann ihre Werke nicht veröffentlichen, die auf diese Weise auch für die Wissenschaft im allgemeinen, besonders aber für die französische Wissenschaft verlorengehen. Bestehen im Auslande ähnliche Unternehmen? Gewiß, und sie haben ihre Proben bestanden. In Amerika ist die University Press mit dem Druck aller Werke großer Persönlichkeiten und Gelehrten betraut. So ist es auch in England und Rumänien. Was in den verschiedenen Ländern gelungen ist und so gute Dienste leistet, das muß bei uns doch auch glücken und einen so guten Erfolg einbringen.

Das ist eine großartige Idee, und sie ist auch dazu angelegt, alle die anzuspornen, die betrübt darüber sind, die Herrschaft des Geistes bei uns im Lande und im Auslande den Abglanz unseres Gedankens bedroht zu sehen.

Die Universität von Paris selbst hat uns, als die finanzielle Frage angeschnitten wurde, ihre Mitwirkung ohne Vorbehalt versprochen. Nicht nur ihre bedeutendsten Professoren, ihr Rektor Herr Appell an der Spitze, haben seit Anbeginn ihren Beitritt erklärt, sondern die Universität selbst zählt zu unseren Unterzeichnern.

Die Société des Presses universitaires verspricht sich nichts davon, Geschenke zu machen, sondern will nur den Gelehrten und Forschern ermöglichen, auf allen Gebieten der Wissenschaft ihr Volk und die ganze Welt aus ihren Werken Nutzen ziehen zu lassen. Einem Unternehmen, an dem so viele Gelehrte, so viele Professoren, so viele unbeteiligte Schriftsteller interessiert sind, kann nicht der Gedanke des Krämergeistes untergeschoben werden.

Die erste Mitwirkung der Universität von Paris soll in ungefähr 14 Tagen praktisch werden. Ihr Verwaltungsrat ist gegründet: er umfaßt die Universitätskreise, die großen Gelehrten, gleichzeitig Kreise der Industrie. Neben diesem Rat hat man noch ein technisches Komitee geschaffen, dessen Aufgabe es ist, die Veröffentlichung der Werke, die einen wirklichen künstlerischen Wert haben, zu bestimmen. Diese Veröffentlichungen werden zum Selbstkostenpreis gemacht werden können, sei es auch nur mit einer Mindestersparnis von 25% von den gewöhnlichen Preisen.

Wird Paris sich allein diesen Vorteil zunutze machen? Nein, auch im übrigen Lande werden ähnliche Wohltätigkeitseinrichtungen geschaffen werden, sei es, daß jede Universitätsstadt eine Sektion unserer Gesellschaft besitzt, sei es, daß, was vorteilhafter scheint, jede dieser Städte selbständiger Sitz einer Organisation wird. Diese verschiedenen Gruppen sollen sich dann zu einer »Union de Coopératives« zusammenschließen, der die Verwaltung der Druckereien, die die Presses universitaires besitzen, obliegen wird.

Die Verbreitung der französischen Bücher im Auslande beschränkt sich mehr und mehr. Finden wir da kein wirksames Mittel, dieser Gefahr zu steuern? Das hoffen wir doch, und das wird eine unserer wichtigsten Arbeiten sein. Die Länder mit niedriger Valuta, besonders die von Mittel- und Osteuropa, können unsere Bücher nicht kaufen, da sie zu teuer sind. Was die hochvalutigen Länder anbetrifft, so scheint der französische Verleger sich nicht genug Mühe gegeben zu haben, dort seine wissenschaftlichen Werke zu verbreiten. Unsere Vereinigung wird sich bemühen, diesem doppelten Übelstand abzuwehren. Gegenüber den Ländern mit niedriger Valuta sollte man im eigenen Lande besondere