

Manch Buch ist teuer, dann sei nie vergessen:  
Was ist der Groschenwert am Geist gemessen!  
Bücherspruch von Carl Rocco.

Schaff gute Bücher in dein Haus,  
Sie strömen reichen Segen aus  
Und wirken als ein Segenshort  
Auf Kinder und auf Enkel fort.  
Spruch von Buchhändler Hermann Haessel.

Ein gutes Buch, des Hauses Segen —  
Sein Wort verweht nicht wie der Wind,  
Denn wenn es wird Dein Herz bewegen,  
So liest's noch Kind und Kindeskind.  
(Ohne Verfassername zitiert von Ludwig Hamann: Der Um-  
gang mit Büchern. S. 293).

Ein gutes Buch ist mir ein wahrer Schatz,  
In Räten dient es als Rat.  
Joh. Christoph Friedrich Haug: Epigrammatische Spiele  
(1807). 4. Buch, Nr. 11.

Ich wünschte, Ihr gäbet mir soviel Gelegenheit, mir Bücher zu  
kaufen, daß ich darüber mein Hausgerät verpfänden müßte.  
Lorenzo de Medici.

Wer Bücher kauft und nicht liest,  
Bei Tische sitzt und nicht isst,  
Auf die Jagd geht und nicht schießt,  
Ist ein Narr, daß ihr's wißt.

Man zahlt Unsummen, gilt es Zung' und Magen,  
Und für Zigarren, Weiber, Pferd und Wagen,  
Für Schmuck und Hüte, Roben, Fächer, Tücher,  
Doch keinen Heller hat man dort für Bücher . . .  
Theodor von Sosnosky.

#### Buchdruckerkunst.

Mit vierundzwanzig Bleisoldaten  
Berichtet mancher Heldentaten.

Frisch, frei, fröhlich, freundlich, frumb,  
Ist aller Buchdrucker Reichthumb.  
Spruch an einem Hause in Reutlingen (1673).

Kein voriges Alter und Volk ist seit der Erfindung der Buch-  
druckerei zu vergleichen mit einem jetzigen.  
Jean Paul: Levana oder Erzieh.-Lehre (1807). 1. Band.  
1. Bruchstück, 3. Kapitel, § 16.

Sucht man in seinen Gedanken ein umfassendes Bild von der  
Gesamtheit der Erzeugnisse der Buchdruckerkunst zu erfassen,  
so erscheint uns dieses Gesamtbild wie ein ungeheures, auf dem  
ganzen Weltall ruhendes Gebäude, in welchem die Menschheit ununter-  
brochen arbeitet und dessen ungeheurer Kopf sich in den tiefen Nebeln  
der Zukunft verliert.  
Victor Hugo.

Die Erfindung der Buchdruckerkunst ist das größte Er-  
eignis der Weltgeschichte.  
Victor Hugo: Notre-Dame de Paris (1831). Übersetzt von  
Kottenkamp. 5. Buch, 2. Kapitel.

Weil das mühe Bücherprägen Deutschland hat der Welt geschenkt,  
Ist es billig, daß vor allem Deutsches man zum Druck erdenkt.  
Logau.

Gutenberg war Geisterbanner,  
Denn das Geisterreich gewann er;  
Und wir danken's seinen Zwergen,  
Wenn wir was vom Guten bergen.

Im Anfang war das Wort,  
Es flog von Ort zu Ort;  
Mit Spießen und mit Stangen  
Hat's Gutenberg gefangen.

Was machte die Götter  
Unsterblich? Die Letter.  
(Fortsetzung folgt.)

**weidenmüller, werbeanwalt: die auslagen-werb-  
sache.** 8°, 16 S. berlin-paukow 1921. (Selbst-  
verlag) preis 6 mark.

Der Verfasser glaubt offenbar seiner Zeit vorauszuweichen und eine  
neue Schreibweise für sich einführen zu müssen, die von einer kleinen  
Minderheit blindwütiger Reformer propagiert, von allen vernünftigen  
Menschen aber abgelehnt wurde. Er braucht sich insoweit nicht  
darüber zu wundern, daß ihm diese Eigenmächtigkeit verdacht wird,  
zumal da der Leser sich noch mit einer Reihe ganz anderer Zumutungen  
abfinden muß, die Herr Weidenmüller an ihn zu stellen beliebt. —

Die »auslagen-werbsache« ist eine Verdeutschung des Wortes  
»Schaufensterreklame«. »zweck und sonderart der auslagen-werbsache«  
betitelt sich die Einleitung, an die sich zwei größere Kapitel »die durch-  
arbeitung der auslagen-werbsache für die sinneswirkung« und »die  
durcharbeitung der auslagen-werbsache für die bewusstseinswirkung«  
anschließen. Hierzu tritt noch ein weiterer Teil: »die auslagen-werb-  
sache in weiteren zusammenhängen betrachtet«.

Soweit die sprachlichen und orthographischen Eigenmächtigkeiten  
und Verirrungen des Verfassers ein volles Verständnis des normal  
gebildeten Lesers zulassen, handelt es sich um einen Versuch, die Schau-  
fensterreklame vom Standpunkte des praktischen Psychologen zu erfassen.  
Herr Weidenmüller wird zugestehen müssen, daß es der Wege ge-  
nug gibt, um die Materie in leichtverständlicher und doch nicht unwis-  
senschaftlicher Weise darzustellen. Wenn er statt dessen sich bewußt eine  
ganz lächerliche Drapierung des Gelehrten umhängt und sich in den  
wütesten Unverständlichkeiten ergeht, so braucht er sich nicht zu wun-  
dern, wenn die Kritik seine schriftlichen Ergüsse ablehnt. Daß es sich  
hier nicht um wenn auch nicht erlaubte, so doch zu dulden kleine  
Übergriife handelt, sondern geradezu um einen orthographischen und  
sprachlichen Dadaismus, das mögen die nachstehenden Beispiele er-  
weisen. Von den Ausdrücken »auslagen-werbsache«, »bewußtseinsliche  
wirkungsmöglichkeiten«, »augenwirkung im sinnesstück des angebotlichen  
arbeitsvorgangs«, »angebotliche nutzung der raumerfüllenden körperlich-  
keit angebotlicher darstellungsmittel«, »gefühlige spannungen« usw.  
möchten wir noch absehen. Wir geben nur den Schlusssatz des Globora-  
tes wieder und überlassen jedem Leser das Urteil über Weidenmüllers  
Darstellungsart selbst: ». . . solche forschungen aber sind dringlich  
notwendig, um unsere auslagner und werbeleiter von der falschen vor-  
aussetzung wegzutreiben, mit der sie heute noch zumeist ihre arbeit  
tun: daß die geschäftsstrafe, das geschäftswesen ihrer stadt, ihres lan-  
des eine äußerliche ansammlung von selbständig wirkamen werbsachen-  
auslagen wäre, von denen jedes dann zur höchsten werblichen leistung  
gesteigert würde, wenn sie alle anderen aus dem arbeitsablauf der an-  
gebotsempfänger ausgeschaltet hat — hinter und über solcher einzel-  
betrieblichen auffassung aus der enge des eigenen werbewerks heraus  
steht die neue erkenntnis, die immer mehr großbetrieblich erzogene  
kaufleute zur werbegenosenschaft treibt: daß man mit jeder auslagen-  
werbsache notwendig und unentrinnbar in einer verflechtung der sinnes-  
und bewusstseinswirkungen steht, die fast immer auf irgend eine weise  
für die steigerung der eigenen auslöswirkung genutzt werden kann —  
mag sie zunächst auch noch so sehr als hemme den ablauf der angebot-  
lichen bewusstseinsarbeit sperren. wie die ganze volkswirtschaft für  
jahre und jahrzehnte notwendig unter dem leitzeichen der kräftever-  
einigung, der geschäftsverschmelzungen arbeiten muß — so muß alle  
angebotliche nachrichtengebung bis in jede auslagen-werbsache hinein  
vom leitgedanken der werbegenosenschaft, vom willen zur gegenseitigen  
wirkungsteigerung durchkräftet sein!«  
Kurt Voelke.

#### Für die buchhändlerische Fachbibliothek.

Alle für diese Rubrik bestimmten Einsendungen sind an die Redaktion  
des Börsenblattes, Leipzig, Buchhändlerhaus, Gerichtsweg 26, zu richten.

Vorhergehende Liste 1921, Nr. 270.

**Bücher, Broschüren usw.**

Buch- und Kunstdruck. Wegweiser für Drucksachen-Herstel-  
ler u. -Verbraucher. 22. Jahrgang, Heft 1 vom Oktober 1921.  
Erfurt, Gebr. Richters Verlagsanstalt. Aus dem Inhalt: Rückblick  
auf die Frankfurter Herbstmesse. Von H. Sch. — Fritz Hansen:  
Das Gesicht der Messe. — Erhöhung der Druckpreise. Von R. H.  
Bucherer, Max, und Fritz Chloßky: Der Original-Holzschritt.  
Eine Einführung in sein Wesen u. seine Technik. 2. vermehrte  
und umgearbeitete Auflage. 4°. 104 S. Mit 3 farb. Tafeln u.  
vielen Abbildungen. München 1922, Ernst Reinhardt. Mk. 25.—,  
geb. Mk. 38.—.