

Büchermarktes nebst Nachrichten und Charakteristiken über eine Auswahl guter neuer und älterer Bücher geht hervor, daß man dazu beitragen wollte, das bewährte Alte nicht ganz durch das Neue überwuchern zu lassen. Diese Bemerkung ist später, als sich das Blatt lediglich in den Dienst der Berichterstattung über die Neuigkeiten stellte, in Wegfall gekommen. Die Nummern der ersten Jahrgänge kamen allerdings inhaltlich nicht über das rein bibliographische hinaus, wenn man nicht eine Abteilung »Voranzeigen, Charakteristiken und Notizen über gute neue und ältere Bücher« ausnehmen will, die in der Hauptsache aber aus bezahlten Anzeigen der Verleger bestand. Diese verlegerischen Selbstanzeigen, auf die man vielleicht große Hoffnungen gesetzt hatte, nahmen in der Folge immer geringeren Raum ein und verschwanden schließlich gänzlich. Ohne das Format oder den Umfang wesentlich zu ändern, wurde in der Folgezeit, nachdem das Interesse des Sortimenters gewonnen war, an der inneren und äußeren Ausgestaltung der Zeitschrift erfolgreich gearbeitet. Der Umschlag wurde mit dem Bilde je eines Autors geschmückt und dieses in eine ornamental gehaltene Umgebung gebracht. Der Bibliographie wurden z. B. recht wertvolle, immer aber interessante literarische Abhandlungen vorangestellt. Innerhalb der Bibliographie wurde der Inhalt der wichtigsten Neuigkeiten kurz umschrieben. Solange diese Zeitschrift von der Firma K. F. Koehler in Leipzig herausgegeben wurde, ist indessen niemals von dem Prinzip der Einfachheit und Billigkeit abgewichen worden. Für ganz geringes Entgelt wurde das Blatt an das Sortiment (auch mit Eindruck der Firma auf dem Titelblatt) geliefert. Es hatte auch stets eine hohe, in den besten Zeiten nahe an die 100 000 heranreichende Auflage. In ihrem Bestreben, die Konkurrenz zu überbieten, schuf die Firma F. Voldmar die Vertriebszeitschrift »Blätter für Bücherfreunde«. Das von der Firma K. F. Koehler beachtete Prinzip der Einfachheit und Billigkeit kam hier nicht in Betracht. Das neugegründete Blatt trug von Anfang an äußerlich und innerlich richtigen Zeitschriftencharakter. Das Format war größer, es gab einen grünen Umschlag, der von Franz Stassen, später von Herougezeichnet war (Pallas Athene, aus dem Blätterwalde hervortretend, mit dem Motto: »inter folia fructus«). Nicht nur Aufsätze literarischen Inhalts, sondern auch Lese- und Bildproben wurden gebracht, während die »Literarischen Neuigkeiten«, um einer Vergrößerung des Inhaltes und einer Vertüerung aus dem Wege zu gehen, keine Textillustrationen aufnahmen. Die Bibliographie selbst zeigte fast das gleiche Bild wie die der »Literarischen Neuigkeiten«. Da das Blatt naturgemäß viel teurer war als sein Konkurrenzunternehmen, so hat es niemals auch nur annähernd dessen hohe Auflageziffer erreicht. Mir scheint, daß die »Literarischen Neuigkeiten« dem Zwecke einer Vertriebszeitschrift doch besser entsprochen haben, weil sie stets sich die Möglichkeit der Massenverteilung zu erhalten wußten. Der dem Leser gebotene Stoff war leicht zu übersehen und hat ihn nie durch seine Fülle verwirrt. Unstreitig bestand eine solche Gefahr bei den minder beweglichen »Blättern für Bücherfreunde«. Der gebotene Lese- stoff war meist sehr umfangreich, und es war fraglich, ob das Lesebedürfnis des Empfängers, wie es der Zweck erforderte, lediglich gereizt oder befriedigt wurde. Mit dem Eintritt des letzteren Falles mußte die Wirkung der Zeitschrift verpuffen. Wie dem auch sein mochte, so dürfte doch darüber kein Zweifel bestehen, daß beide Unternehmungen zur Belebung des Büchermarktes beigetragen haben in einer Zeit, in der dieser eine solche Belebung sehr wohl gebrauchen konnte. Dabei möge es dahingestellt bleiben, ob die Wirkung nicht noch eine bessere gewesen wäre, wenn die Firma Voldmar ihre Zeitschrift ebenfalls auf Massenvertrieb eingestellt hätte. Andererseits birgt die Billigkeit eines solchen Vertriebsmittels auch die Gefahr weniger sorgfältiger Verteilung durch das Sortiment, wie es überhaupt für die allgemeine Verbreitung mißlich erscheinen mußte, daß eine Abhängigkeit vom guten Willen des Sortimenters bestand, wo oft die Vertriebsmittel in verstaubten Fächern ein Dornröschendasein fristeten, ehe sie als Verpackungsmittel neue Wege wanderten (in Einzelfällen wohl zum Verleger zurück!) oder ihr Ende in der Makulatur fanden. Es ist, soviel ich mich erinnern kann, deshalb auch häufig in den leitenden Kreisen des Barsortiments der Gedanke erwogen

worden, ohne Beeinträchtigung der Interessen der Abnehmer im Sortiment direkte Wege zum Publikum einzuschlagen und damit die beabsichtigte Belebung des Büchermarktes herbeizuführen. Beide Vertriebszeitschriften, »Literarische Neuigkeiten« und »Blätter für Bücherfreunde«, erschienen auch nach der Zusammenlegung der großen Barsortimente nebeneinander weiter, bis die Entwertung des Geldes und die allgemeine Teuerung eine Verschmelzung herbeiführten. Das neue Blatt heißt »Literarische Neuigkeiten« und führt den Untertitel »Blätter für Bücherfreunde«. Illustrierte periodische Übersicht über die Neuerscheinungen der Literatur«. Das Format ist das Großformat der »Literarischen Neuigkeiten«. Der Bibliographie vorangestellt sind literarisch-bibliographische und andere den Bücherkäufer interessierende, vielfach illustrierte kürzere oder längere Aufsätze, eine Personalchronik und eine Abteilung Kleine Mitteilungen. Die gut gegliederte Bibliographie der Neuigkeiten bringt keine bloßen Titel mehr, sondern überall kurze Darstellungen des Inhaltes. Den Schluß bilden »Proben aus neuen Büchern«, meist mit Bildern, und Verlegeranzeigen. Die mir vorliegende letzte Nummer beansprucht dadurch einen Raum von nicht weniger als 32 Seiten. Von den »Blättern für Bücherfreunde« wurde außerdem der grüne Umschlag mit dem (verkleinerten) Bilde der Pallas Athene übernommen. Der Ladenpreis eines solchen Heftes beträgt M. 1.50 und ist unter den heutigen Verhältnissen immer noch als mäßig zu bezeichnen. Indessen scheint es, als ob die Möglichkeit der Massenverbreitung dieser Veröffentlichung auf lange Zeit hinaus durch die ungünstige wirtschaftliche Lage unterbunden sei. Andererseits dürfte das Sortiment in einer Zeit, in der es für diese Vertriebsmittel etwas mehr aufwenden muß, für eine zweckmäßigere Verwendung eher Sorge tragen. Ohne Zweifel ist die Zeitschrift in der augenblicklich gebotenen Form ein sehr praktisch gestaltetes und dort, wo sie in die richtigen Hände gelangt, auch ein werbewirksames Vertriebsmittel. Bei dieser Gelegenheit sei auch einer nicht den Büchern, sondern den Lehrmittelmarkt behandelnden Vertriebszeitschrift, des Blattes »Schulwart, Pädagogische Neuigkeiten. Zentralorgan für Lehr- und Lernmittel. Vierteljahresschrift, herausgegeben unter Mitwirkung hervorragender Schulmänner und Fachleute«, gedacht, das ebenfalls im Verlage der Koehler & Voldmar A.-G. & Co. in Leipzig erscheint. In ihm sind die bei K. F. Koehler früher erschienenen »Pädagogischen Neuigkeiten« und das Voldmarische Lehrmittelblatt »Schulwart« vereinigt. Die Zeitschrift, die in ihrer neuen Gestalt jährlich viermal erscheint, bedient sich, offenbar weil es hier auf die größeren Raum beanspruchenden Bilder ankommt, des Quartformats. An erster Stelle stehen auch hier einige interessante Aufsätze. Der zweite Teil bringt in guter systematischer Gliederung den Bericht über neue Lehrmittel, wobei fast überall eine genaue Beschreibung des neuen Lehrmittels, häufig unter Beiziehung von Bildern, geboten wird. Die dritte Abteilung »Neue Bücher« stellt einen ausführlichen pädagogischen Literaturbericht mit guter Begriffsvermittlung des Inhaltes der Neuerscheinungen dar. Gut bearbeitet ist auch der 4. Teil: Zeitschriftenchau und Kleine Mitteilungen. Der 5. Teil endlich bringt eine ausführliche pädagogische Bibliographie in systematischer Gliederung. Der Rest besteht aus Verlegeranzeigen. Auch dieses Blatt ist mit einem Umschlag versehen und macht einen recht stattlichen Eindruck. Es dürfte in den Fachkreisen, für die es bestimmt ist, längst zu den unentbehrlichen Orientierungsmitteln gehören und bereits sehr viel für die Verbreitung neuer Lehrmittel beigetragen haben.

Um die durch den Krieg unterbrochenen geschäftlichen Verbindungen des deutschen Buchhandels mit dem Auslande wiederherzustellen, gibt die Deutsche Gesellschaft für Auslandsbuchhandel in Leipzig seit dem Jahre 1921 die vornehm ausgestattete Zeitschrift »Das Deutsche Buch, Monatschrift für die Neuerscheinungen deutscher Verleger« heraus. Das in Großformat erscheinende, bei Poeschel & Trepte in Leipzig gedruckte Blatt besteht aus einem redaktionellen und einem bibliographischen Teil. Im redaktionellen Teile finden sich wertvolle Originalarbeiten oder Textproben aus hervorragenden Werken. Sehr sorgfältig gegliedert ist die Bibliographie. Wo die Titelanzeige für die Begriffsvermittlung des Inhaltes nicht