

Redaktioneller Teil.

(Nr. 225.)

Kataloggrundschau.

Von Kurt Fleischhad.

III.

(Schluß zu Vbl. Nr. 293.)

Der Gruppe der Gesamtkataloge mit ihrem reinen Nachschlagecharakter folgt nach den Teilverzeichnis, die Nachschlage- und Werbekataloge zugleich sind, die Reihe der ausgesprochenen *Werbekataloge*. *J. A. Brochhaus* in Leipzig eröffnet den Reigen mit seinem bekannten almanachähnlichen Katalog: *Den Freunden des Verlags J. A. Brochhaus*. 3. Folge. 1923/1924. Diese 3. Folge ist im Andenken an den vor 100 Jahren verstorbenen Gründer des Verlagshauses Friedrich Arnold Brochhaus eingeleitet durch zwei Gedächtnisartikel und den Abdruck eines Aufsatzes und eines Briefes des verdienstvollen Buchhändlers. Dieser Teil, der auch gesondert auf besserem Papier erschienen ist, fand bereits im Vbl. Nr. 189 vom 15. August 1923 seine Würdigung. Daß der Geist des alten Brochhaus noch lebt, zeigt der Verlagsbericht 1923, der stolz von der Vollendung des »neuen Brochhaus«, des ersten nach Beendigung des Weltkrieges vollständig neu bearbeiteten, mehrbändigen Lexikons berichten kann. Daß der Geist des alten Brochhaus noch lebt, zeigen auch die anderen Neuerscheinungen, die neuen Bände in der Sammlung »Reisen und Abenteuer«, Fridtjof Nansens *Rußlandbuch*, »Der Weg nach Osten« von Colin Ross und die übrige Verlagstätigkeit, die in dem Werbealmanach zum Ausdruck kommt, sowohl im Textteil mit seinen knappen Proben als auch in dem angefügten Kataloganhang. Neben den alten bekannten Verlagsgesichtern stellen sich dem Katalogreferenten jüngere Verleger vor, die durch ihre Produktion sicheren Geschmack in literarischer und buchhändlerischer Hinsicht verraten. Zu ihnen gehört der *D. C. Necht Verlag* in München, der in einem typographisch wohlgestalteten Katalog seine und seiner Schwesterfirmen (Gesellschaft für zeichnende Künste, Wieland-Verlag und Orchis-Verlag) bisher erschienenen Werke aufzählt. Aus der Fülle der Erscheinungen seien die Veröffentlichungen der Gesellschaft für zeichnende Künste, die neue *Molière-Ausgabe*, die zum Teil im Offsetdruck hergestellten Kunstpublikationen: *Leopold Zahn: Moritz von Schwind*; *Kurt Pfister: Der junge Dürer*; und die *Brindmeher'schen* Veröffentlichungen über *Stinnes* und die *Rathenaus* und die *Vorzugsdrucke russischer Literatur* hervorgehoben. Die wahre Buchpflege, die hier zum Ausdruck kommt, die das Äußere nicht über den Inhalt stellt, die es aber deshalb durchaus nicht vernachlässigt, spricht unzweifelhaft auch aus den Büchern des *Wolkenwanderer-Verlages* in Leipzig. Schon der Katalog hebt sich auffällig aus der Masse der Erscheinungen heraus. Er verzeichnet nicht nur die Titel, sondern läßt auch durch die Wiedergabe der Titelblätter und einzelner Probeseiten anschauliche Bilder von Form und Inhalt der Verlagswerke aufsteigen. Die Zeit der Romantik soll nach dem Geleitwort für die Verlagstätigkeit des *Wolkenwanderer-Verlages* wegweisend sein, ein Ziel, das nicht nur durch Neudrucke romantischer Literatur des vorigen Jahrhunderts, sondern auch durch die Verbreitung geistesverwandter, zeitgenössischer Werke erreicht werden soll. Die Spezialisierung auf eine bestimmte literarische Richtung findet ihren Gegensatz in dem Spannungskreis, der die Tätigkeit des *Sibyllen-Verlages* in Dresden umfassen soll. Das vollständige Verlagsverzeichnis dieses jungen, selbstbewußten Unternehmens zeigt *Kunstbücher*, *Literatur über Zeit- und Tagesfragen*, *Geisteswissenschaften* und *Dichtungen* in einer ansprechenden Form an. Das schmale Taschenformat und ein einfach-vornehmer Umschlag tragen dazu bei, diesem Katalog von vornherein Wohlwollen zu sichern. Echt friedensmäßig mutet der Bücherkatalog des Verlags *J. Brudmann A.-G.* in München an, der auf einem leicht getönten Kunstdruckpapier hergestellt und mit zahlreichen Abbildungen geschmückt ist. Neben den Anzeigen der bekannten Geschenk-

werke der *Brudmann A.-G.* tauchen Hinweise auf die wertvollen Neuerscheinungen auf kunsthistorischem Gebiete: *Zsenheimer Altar*, photographische Originalaufnahmen, herausgegeben von *Wilhelm Binder* und *Fritz Goetz*; *Jacobi: Die deutsche Buchmalerei*, und *Singer: Französische Buchillustration*, und auf die in beschränkter Auflage erschienene Gesamtausgabe der Werke *Houston Stewart Chamberlains* auf. Der Charakter des *Brudmann'schen* Verlages kommt gut zum Ausdruck in dem (anscheinend von *Preetorius* geschaffenen) Umschlag. Der *Geschenkatalog*: Das wertvolle Buch verrät auch schon durch sein äußeres Kleid seinen Verlag *Walter de Gruyter & Co.* in Berlin, der seine sämtlichen Kataloge in einen gleichfarbigen Umschlag hüllt und dadurch den Bücherkäufern, die schon eines seiner Verzeichnisse benutzt haben, die Gedankenverbindung erleichtert. Das Verzeichnis »Das wertvolle Buch« kommt für die Kreise in Betracht, die gehaltvolle, ernste Literatur suchen, sei es aus dem Gebiete der schönen Literatur, der Kunst, Geschichte und Kulturgeschichte oder der Naturgeschichte und Technik. Den verhältnismäßig umfangreichsten Teil des Katalogs beansprucht der Abschnitt *Lebensbilder—Lebensweisheit*, aus dessen Inhalt die verschiedenen Werke *Rudolf Eudens* als Beispiele genannt seien. Die Charakteristiken der Verlagswerke — sie sollten in Werbekatalogen niemals fehlen —, die im »wertvollen Buch« als selbstverständliche Ergänzung der Titelangaben erscheinen, stehen im Katalog des *Propyläen-Verlages* *Urteile der Presse* über Werke aus dem *Propyläen-Verlag* in Berlin im Vordergrund. Geschickt wertet dieser Verlag die in maßgebenden Zeitschriften oder von bekannten Kritikern erschienenen Rezensionen seiner Verlagswerke zu einer suggestiven Werbearbeit aus. Nicht ganz geschickt erscheint mir nur der Titel: *Urteile der Presse . . .*, denn er vermag keine Charakteristik der im Inhalt genannten Werke zu geben. Als Gegenbeispiel sei auf das Verzeichnis von *Lehr- und Vermitteln für Volksschulen*, *methodischen Hilfsbüchern* und *Werken zur wissenschaftlichen Weiterbildung* verwiesen, das die Verlage *Ferdinand Hirt* in Breslau und *Ferdinand Hirt & Sohn* in Leipzig herausgebracht haben. Hier wird durch die Andeutung des Inhaltes auf dem Titelblatt die richtige Einstellung des Benutzers hervorgerufen. Der Katalog ist natürlich in erster Linie für pädagogische Kreise bestimmt, doch zeigt ein umfangreicher Teil des Verzeichnisses, daß die Verlage *Hirt* bestrebt sind, ihren Verlagsrahmen erheblich weiter zu spannen. Auf welcher Grundlage das geschieht, das lassen die ausführlichen Ankündigungen über *Esperantoliteratur*, über die »*Jedermanns Bücherei*« und über die »*Werke der Schau und Forschung* aus dem Kreise der *Blätter für die Kunst*« erkennen. Bemerkenswert ist der ausdrückliche Hinweis auf die Bezugsmöglichkeit durch den *Sortimentsbuchhandel*, der Hinweis, »daß gute Vertriebsstellen die beste und bequemste Versorgung mit Büchern gewährleisten und der Förderung der Volksbildung allenthalben dienen«. Die Rücksicht auf den *Sortimentsbuchhandel* zeichnet auch das Verlagsverzeichnis *Hammer oder Amboß?* — des *Anthropos-Verlages* in *Prien* aus. Hier ist bei allen Anzeigen und bei der Nennung der Firma der Verlagsort weggelassen, sodaß die Interessenten gar nicht in die Lage kommen, die Bücher direkt beim Verleger zu bestellen. »*Hammer oder Amboß, leben oder gelebt werden?*«, mit dieser mahnenden Frage tritt der Verlag an die Bücherkäufer und vorläufigen Nicht-Bücherkäufer heran, wohl wissend, daß sich der größte Teil, wenigstens in der Theorie, für die eigene Führung des Schicksals entscheiden wird. Ein für die Richtung des *Anthropos-Verlages* und für die »anderen« geschickt gewählter Titel. Neuartig für einen buchhändlerischen Katalog ist bei diesem Verzeichnis das stufenmäßig geschnittene *Randregister*, das die einzelnen Stichwörter: *Willensbildung*, *Psychologie*, *Menschenkenntnis*, *Lebenskunst*, *Mystizismus* und *Optimismus* auf den ersten Blick erkennen läßt. Von den weiter vorliegenden Verzeichnissen sind noch bemerkenswert an dem Katalog der Bücher des Verlags *Georg Müller* in München,