

Von der Werbestelle.

Vorankündigung von Werbemitteln des Verlags.

Alster-Verlag, Hamburg: in Vorbereitung 18seitiger illustrierter Katalog, Format 140×215 mm; bis 10 Exemplare kostenlos, weitere Exemplare 50 Pfg. pro Stück; Firmeneindruck zum Selbstkostenpreis.

Richard Eckstein Nachf. (Otto Reiland) Leipzig: in Vorbereitung a) Prospekt über die „Bücherei von Berg und Wald, vom Weidplad und Schuppenwild“, sechsseitig; b) Plakat, dreifarbig, Format 45×60, den neuen Sagen „Von der Strecke“ betreffend. Bedarfsanmeldung sofort erbeten. Größere Mengen und Firmeneindruck zum Selbstkostenpreis.

Frankfurter Societäts-Druckerei G. m. b. H., Abt. Buchverlag, Frankfurt a. M.: in der zweiten Novemberhälfte erscheint ein 18seitiger Prospekt, Format 14,7×23 „Zu den Angriffen gegen Offendowsk“; Lieferung bis zu 2000 Exemplaren kostenlos; Firmeneindruck nur ab 1000 Exemplare. Bedarfsanmeldung umgehend erbeten.

Holbein-Verlag, München: In Vorbereitung Prospekte über Weihnachtsneuigkeiten: a) handkolorierter Prospekt über „Mittelalterliche Volksbücher“; wird an Geschäftsfreunde kostenlos abgegeben; b) Prospekt „Skizzenbuch Alt-Münchner Maler“ mit zweifarbigen Lichtdrucken; wird gegen Kostenanteil von M. — 20 pro Stück abgegeben, Firmeneindruck gegen Vergütung der Selbstkosten.

Holzwarth-Verlag, Bad Reichenhals: In Vorbereitung vierseitiger Prospekt über Neuigkeiten mit Abbildungen aus Meiert-Bilderwerken, wird bis zu 500 Stück kostenlos (ohne Firmenaufdruck) abgegeben; Scheibenplakate über Meiert-Bilderwerke; farbiges, handkoloriertes Plakat über den Roman „Der schwarze Magier“.

Jüdischer Verlag G. m. b. H., Berlin: Mitte November erscheinen: a) vierseitiger neuer Prospekt über Groneman „Handloch und Zarsenstreich“, Format 16×24 cm; b) größerer Prospekt über die Werke von Mendele Moicher Szwim, David Perelson, Sammy Gronemann, Perls Tagebücher usw. Beide Prospekte auch in größerer Anzahl kostenlos, Firmeneindruck zum Selbstkostenpreis; Ende November erscheint Gesamtatlas, Umfang 3 bis 4 Bogen mit Bildern; zwei Exemplare un berechnet, weitere Exemplare und Firmeneindruck gegen Berechnung eines Teiles der Selbstkosten. Sofortige Bedarfsanmeldung erbeten.

Krüger & Co., Leipzig: Ende November erscheint vierseitiger illustrierter Prospekt, Format 15×22 cm, über populärmedizinische und augendiaagnostische Schriften. Bis 50 Stück gratis, je 1000 mit Firmeneindruck 4,35 M. Bedarfsanmeldung umgehend erbeten.

Erich Matthes, Leipzig: Ende November erscheint ein „Zweifäusler-Almanach“ mit Wiedergaben von Schriftproben und Holzschnitten und Federzeichnungen der neuesten Zweifäuslerdrucke. Ein Exemplar kostenlos, weitere Exemplare 20 Pfg. pro Stück.

Oskar Meißner Verlag, Verdau: Ende November erscheint ein illustrierter vierseitiger Quartprospekt der allen befreundeten Firmen kostenlos zur Verfügung steht, Firmeneindruck von 1000 Stück ab kostenlos; ein zweifseitiger Prospekt betreffend die Roman Zeitschrift „Meißners Buch-Roman“ in Zeitungsformat, der Prospekt steht allen Firmen in jeder Anzahl kostenlos zur Verfügung, Firmeneindruck von 1000 Stück an kostenlos.

Gerhard Merian, Berlin: Mitte November erscheint ein achtseitiger Prospekt über „Du und die Welt“ und seine drei Folgen, Format 9×11,5 cm, Gewicht 3 g; der Prospekt steht Geschäftsfreunden kostenlos zur Verfügung; Firmeneindruck von 50 Stück an 4.— M.; ein vierseitiger Prospekt, Format 12,5×19 cm, Gewicht 3 g, über Faust, Eckermann und Werther; der Prospekt steht Geschäftsfreunden kostenlos zur Verfügung.

Rüsch'sche Verlagsbuchhandlung, Großenwörden: Im November erscheint ein vierseitiges Verzeichnis über die „Deutsche Bücherei“, Format 15×23 cm, Gewicht ca. 5 g, Abgabe kostenlos, Firmenaufdruck zum Selbstkostenpreis.

Leopold Voss, Leipzig: Mitte November erscheint ein achtseitiger Prospekt über „Liesdi-Doermer, Technik der Experimentalchemie“, 5. Aufl., Format 16×24 cm, Gewicht ca. 10 g; achtseitiger Prospekt mit Gebrauchsangabe über „Kroll's Stereoskop-Bilder zum Gebrauche für Schielende“, 9. Aufl., Format 9×17 cm, Gewicht ca. 5 g, Firmenaufdruck auf Wunsch. Baldigste Bestellung erbeten.

Verlagsbuchhandlung v. J. J. Weber, Leipzig: im November erscheinen: a) achtseitiger illustrierter Prospekt betreffend Goethe-Literatur, Hendrich, Ring der Ribelungen, Schreckenbach-Neubert, Martin Luther, Format 17,7×23,2 cm; b) vierseitiger Prospekt betreffend Romane von Alfred Voss, Format 17,7×23,2 cm; c) vierseitiger Prospekt betreffend Werke von Fritz Philipp; Veyerlein, Sechs trübliche Legenden; Voss, Wenn Götter lieben; Göschel, Heimdall; Storm, Abschied; Sanders Zitatentexten, Format 17,7×23,2 cm. Prospekte in mäßiger Anzahl zu sorgfältiger Verbreitung kostenlos.

Georg Westermann, Braunschweig: in Vorbereitung Weihnachtsverzeichnis, Firmeneindruck auf Wunsch.

Angebote für das Sortiment.

Sonderfenster- und Werbematerial bieten an:

Jüdischer Verlag G. m. b. H., Berlin stellt für im November und Dezember zu veranstaltende Sonderfenster Verlagswerke mit glatt 40% in Kommission bei sechswochentlicher Abrechnung zur Verfügung.

Rüsch'sche Verlagsbuchhandlung, Großenwörden stellt für Sonderfenster „Die deutsche Bücherei“ (eine Sammlung ausgewählter Bücher für das deutsche Haus) zur Verfügung. Bedingtlieferung auf 3 Monate mit 35%, Verzeichnis kostenlos.

Weltbund-Verlag, Hamburg liefert für ein Sonderfenster „Neuerwerbungen des Weltbund-Verlags“ Verlagswerke mit 40% Rabatt, Partie 11/10 auf 4 Wochen in Kommission; Schaufensterplakate und Prospekte in beizenzter Anzahl kostenlos.

Georg Westermann, Braunschweig: für Timm Kröger-Sonderfenster je 2 Exemplare mit 40%, einzelne Exemplare mit 35%, Partie 9/8 (bei gleichen Preisen auch gemischt, bei größeren Abschlüssen Sonderbedingungen; Plakate kostenlos. Ein Sonderexemplar von Krögers Werken erhalten die Firmen, die bis zum 8. Dezember ein Lichtbild ihres Kröger-Sonderfensters einsenden.

Angebote für den Verlag.

Sonderfenster und Werbematerial wünschen:

Ruhstische Buchhandlung Walter Probst, Eisleben wünscht Kommissionsendungen in Belletristik und billigen, guten, gebundenen Büchern, Reise- und Memoirenwerke für Weihnachtsausstellungen, die an drei Sonntagen vor Weihnachten in einem großen Saale der Stadt stattfinden; Abrechnung bis 15. Januar.

Sprechsaal.

(Ohne Verantwortung der Redaktion; jedoch unterliegen alle Einsendungen den Bestimmungen über die Verwaltung des Börsenblatts.)

Gedanken in der Werbung.

Dem hier schon erwähnten, in London geprägten Schlagwort »Wahrheit in der Werbung« hat ein englischer Verleger ein zweites hinzugefügt: »Gedanken in der Werbung« (»Thoughts in Advertising«). »Advertise« können wir ruhig mit Werbung übersetzen, nicht nur mit »Anzeigen«, denn der Werbemann, besonders in Amerika, nennt sich Advertising man, und dies hat schon zu einer Kürzung Adman geführt, was natürlich ein Ueingeweihter noch in keinem Wörterbuch finden wird. »Gedanken in der Werbung« enthält noch größere Wahrheit als das erste Schlagwort. Denn an Gedanken fehlt es am meisten. Seit Jahr und Tag gehe ich in meiner Stadt an einem Buchladen vorbei, dessen Inhaber ein besonderes Vergnügen daran zu haben scheint, einzelne Bücher nach eigenen Gedanken aus der Masse hervorzuheben (wie in allen Fenstern unserer Buchläden herrscht in ihm noch Massenbetrieb, natürlich bei »allen« schöne Ausnahmen zugegeben). Bei einem Roman eines kürzlich verstorbenen vielgelesenen Verfassers steht »Der beste Roman aller Völker und Zeiten«. Jedesmal, wenn ich das lese, muß ich den Kopf schütteln. Erstmal kann wohl ein einzelner Mann ein solches Zeugnis ausstellen? Kann man überhaupt irgendein Buch so hochtrabend bezeichnen? Vielleicht könnte man sich den Don Quixote oder den Wilhelm Meister so bezeichnen denken, aber das Buch, wenn auch vielgelesen, eines eben noch Lebenden? Und dann wie gedankenlos, wenn man nichts weiß als: gut, besser, am besten. Vor der Gefährlichkeit der Superlative ist immer schon gewarnt worden. Was kommt nach dem besten Buch? Man denkt da an die letzte, allerletzte und allerallerletzte Vorstellung eines Wanderzirkus. Wer aber einen guten Gedanken in der Werbung hat, der hat schon gewonnenes Spiel, und einen solchen Gedanken kann jeder haben, vielleicht der jüngste Gehilfe, dazu braucht man nicht ein hochwissenschaftlich erzogener Reklamekünstler zu sein.

Da las ich in der amerikanischen Verlegerzeitung:

1492 hat Kolumbus Amerika entdeckt.

1924 hat Amerika Kolumbus entdeckt.

Es stand über der Anzeige der Neuherausgabe der Briefe des Kolumbus über seine Entdeckung und gleich daneben die Bemerkung, daß ein diesem Buch gewidmetes Buchfenster in New York sehr bald leer war, weil alle verfügbaren Stücke des Buches ausverkauft worden waren.

Bei diesem Werbegeanken beachte man die Einfachheit der Wortstellung, die verblüffende Ähnlichkeit der Wörter und die geschickte Umdrehung der Ziffern der Jahreszahl. Der Gedanke muß aber ein wirklicher Einfall sein, kein allzu ausgeklügelter Gedanke. Da zeigt z. B. ein englischer Verleger ein neues Buch an. Die Anzeige ist in