

der Unkosten wird sicherlich durch den Anzeigenanhang gedeckt. Es wäre interessant, wenn es die Herausgeber derartiger Veröffentlichungen nicht bei der Einsendung von Besprechungsstücken an das Börsenblatt bewenden, sondern der buchhändlerischen Öffentlichkeit auch ihre mit derartigen Unternehmungen gemachten praktischen Erfahrungen zukommen ließen. Denn für die Beurteilung eines buchhändlerischen Werbemittels ist schließlich der Erfolg allein maßgebend. Authentische Mitteilungen hierüber erweisen z. B. erst, ob eine besonders gewählte Ausstattung am Platze war oder ob es möglich gewesen wäre, das Gleiche auf einem anderen, weniger kostspieligen Wege zu erreichen. Manche Ähnlichkeit mit den »Blättern der Bücherstube am Museum, Wiesbaden« weist äußerlich die Vertriebszeitschrift »Deutscher Bücher-Bericht«, herausgegeben von Alois Schremmer im Verlage von A. Schremmer in München, auf. Auch er ist wie die vorgenannte Veröffentlichung in Antiqua auf gutes Papier in Großformat gedruckt. Er enthält Text, zum Teil auch Bildproben, aber der bibliographische Teil unter dem Titel »Die Bücher der letzten vierzehn Tage« ist bereits ausführlicher und offenbart das Bestreben strengerer systematischer Einteilung. Auch enthält dieser Teil ausführliche Besprechungen. Einige ganz- und halbseitige Verlagsanzeigen schließen auch hier die Hefte ab. Zum Unterschiede der vorgenannten Veröffentlichung ist diese so bearbeitet, daß sie auch von anderen Sortimentern als Vertriebsmittel benutzt werden kann.

Andere Wege der Werbung schlägt die in Kleinformat gehaltene und bescheidener ausgestattete periodische Veröffentlichung »Das lebendige Buch«, Mitteilungen aus dem Heller'schen Buchladen Bukum A.-G. vorm. Hugo Heller & Cie. in Wien ein, deren Nr. 8/9 des ersten Jahrgangs (Juni 1924) uns vorliegt. Hier sind den bibliographischen Zusammenstellungen der verschiedenen Wissensgebiete geschlossene kleine Abhandlungen bzw. Berichte über das Wesentliche vorangestellt. Die zweite Hälfte des Inhaltes besteht aus Verlagsanzeigen. Diese Hefte müssen als gutes Orientierungsmittel über die wichtigsten Erscheinungen des Büchermarktes betrachtet werden und werden sicherlich dem Publikum die Auswahl erheblich erleichtern.

In hübscher und origineller Aufmachung präsentiert sich »Das Kuckucksei, gelegt vom Graphischen Kabinett«, herausgegeben von der Buchhandlung Graphisches Kabinett in Berlin. Diese kleine periodische Veröffentlichung ist sehr gut durchdacht und sorgfältig unter Berücksichtigung der wichtigen Vorgänge auf dem Büchermarkt bearbeitet. Der Eindruck, »Bücherlisten« zu geben, wird vermieden dadurch, daß die gut eingeteilten Literaturgruppen in Gestalt von geschlossenen Übersichten auftreten. Einige allgemeine Hinweise und Abhandlungen sind vorangestellt. Ich halte diese Art der literarischen Berichterstattung und Werbung für sehr wirksam.

Ebenfalls in bescheidenerem Gewande tritt auf »Der hanseatische Bücherbote«. Altes und Neues aus deutschem Schrifttum. Mitteilungsblatt der deutschen Hausbücherei, Ankündigungsblatt und Bücherei-Ratgeber der Buchhandlung der Hanseatischen Verlagsanstalt, Hamburg. Wir haben es mit einer Kombination einer Verlags- und Sortimentshauszeitschrift zu tun. Vorangestellt sind Textproben und Abhandlungen verschiedener Art, denen sich ein durch Besprechungen vielfach unterbrochener, systematisch angeordneter bibliographischer Teil anschließt. Eine gewisse Tendenz ist unverkennbar. Vom werbetechnischen Standpunkte ist gute und sicher erfolgreiche Arbeit geleistet worden. Von der Vertriebszeitschrift »Der Bücherbote«, ein Führer zum guten Buch (erscheint zwanglos, um die Beziehungen des guten Buches zu den Menschen zu pflegen und dafür zu werben), herausgegeben von Lorenz Spindler in Nürnberg, liegt uns die Nummer 4 vom Juni 1924 (Gr. 8<sup>o</sup>) vor. Eingeleitet wird sie durch einen kleinen Aufsatz von Armin Knab, »Hausmusik und Laute«. Ihm folgen Textproben und eine gut gruppierte, mit Besprechungen einzelner Werke durchsetzte bibliographische Übersicht über eine gut getroffene Auswahl von Titeln. Die Hälfte

des Heftes besteht aus Verlegeranzeigen. Die Vertriebszeitschrift Wiener Literarische Signale, herausgegeben von der Buchhandlung Moriz Perles in Wien, die jährlich viermal erscheint und von der uns Nr. 3 des Jahrgangs 1924 vorliegt, zeigt eine engere Auswahl des Besten auf dem Büchermarkt. Die typographische Gruppierung des Sachbildes könnte noch etwas übersichtlicher gehalten sein, wenn die Veröffentlichung in werbetechnischer Hinsicht mit den übrigen Leistungen des Unternehmens Schritt halten soll, die lobend zu erwähnen wir wiederholt Gelegenheit nahmen.

Endlich sei auch noch einer von der Evangelischen Buchhandlung W. Loeptzin-Klein in Luzern herausgegebenen kleinen Zeitschrift gedacht unter dem Titel Literarischer Anzeiger, Bücher-Kritiken und zeitgemäße Betrachtungen. Unter Mitwirkung mehrerer Mitarbeiter herausgegeben von Dr. Chr. Bebel (Zürich). Hier tritt weniger der Charakter als Haus- oder Vertriebszeitschrift, als der der richtigen christlichen Literaturzeitschrift hervor. Die vorliegende Nr. 2 des 9. Jahrganges (Juli 1924) enthält eine Abhandlung über den Maler Wilhelm Steinhilber und eine andere über Niklaus Volt zu dessen 60. Geburtstag. Daran schließt sich ein gut eingeteilter bibliographischer Teil, in dem die Werke besprochen und von dem Referenten gezeichnet sind. Es folgen kleinere Abhandlungen (z. B. in dem vorliegenden Hefte: »Vom Kaufen und Schenken von Büchern«), eine Abteilung »Eingelaufene Bücher« nur mit Titelangaben, eine Zusammenstellung »Wanderbücher der Schweiz«, nach Kantonen eingeteilt, weitere Gruppen betiteln sich »Geistiger Reiseproviant«, »Zum Naturstudium und zur Naturbeobachtung«. Daran schließt sich ein systematisches Verzeichnis der Neuerscheinungen, das schließlich in das Gebiet der religiösen Schriften aller Art übergeht. Verlagsanzeigen schließen das sehr reichhaltige, sorgfältig und gründlich bearbeitete Heft ab. In den Kreisen, für die es bestimmt ist, wird es seinen Zweck der literarischen Berichterstattung und Begriffsvermittlung erfüllen.

Ganz auf Eigenherstellung zu beruhen scheint die in Maschinenchrift vervielfältigte »Hauszeitschrift« Das blaue Blatt. Eine kleine, feine Hauszeitschrift der Buchhandlung Holze & Pahl in Dresden, von der uns Heft 1 und 3/4 (Sommerheft) des Jahrgangs 1924 vorliegen. Das erste Heft bringt nur Titelangaben von Neuerscheinungen, Gesamtangaben usw. Heft 3/4 erweitert seinen Inhalt bereits in der Richtung der Textproben. Wie lange wird es dauern, und auch dieses Blättchen erscheint gedruckt!

Interessant ist die Verschiedenartigkeit in der Lösung der hier vorliegenden Werbeprobleme. Wenn sich auch eines nicht für alle scheidet und jeder Verlag seine eigene Werbephrase und Werbeform hat, so wäre es vielleicht doch von Wert, einmal über Erfolg und Wirkung dieser Werbemittel im Publikum Proben anzustellen und Erfahrungen zu sammeln, um die bestmöglichen Formen dieser Art der Werbung festzustellen. Aber wie? Darüber mögen sich die Psychotechniker den Kopf zerbrechen, die wir sicherlich später einmal im Buchhandel haben werden. Vorläufig dürfte es an Zeit und Kräften für solche Feststellungen in rein wissenschaftlichem Rahmen fehlen.

### Über die Lichteinheit unserer Einbandstoffe.

Es kommt nicht häufig vor, daß bei Einbandausstattungen die Frage der Lichteinheit der Einbandstoffe aufgeworfen wird. Wo sie aber aufgeworfen wurde, da standen die Beteiligten in den meisten Fällen ziemlich ratlos da. Den Anforderungen der Verleger oder Buchkünstler auf die bestimmte Nuance irgendeiner Farbe gerecht zu werden, ist an und für sich schon sehr schwierig und die Buchbinderei dabei allerlei unangenehmen Zufälligkeiten ausgesetzt, sodaß man froh war, nicht noch weiteren Schwierigkeiten gegenüberzustehen. Mit der Lichteinheit der Einbandstoffe war es denn meistens auch sehr schlecht bestellt und ist es heute, wo der Zeitgeschmack oft recht lebhaft Farbzusammenstellungen erfordert, noch viel mehr. Dieser Mangel wird um so unangenehmer empfunden, als die Bear-