

den Erinnerungen des Kaisers, des Kronprinzen u. ä.). Wie unüberlegt den Redaktionen solche nutzlose Einsendungen gemacht werden, zeigt die Tatsache, daß dem Verfasser in den letzten vier Wochen von einem Verlag wenigstens 20 solcher »Feuilletons« zugeschickt worden sind, die doch Marke, Umschlag, Sonderdruck und Arbeitskraft gekostet haben. Auf die Strafe geworfenes Geld! Das Wertvollste bleibt die eigene Besprechung des Buches durch die Redaktion oder einen ihrer nahestehenden, gebildeten Referenten. Wo diese eigene Rezension erfolgt, wird sie keineswegs durch die Vergabe eines Rezensionsexemplars abgegolten. Denn wenn sie gewissenhaft vorgenommen werden soll, kostet sie dem Besprechenden manche kostbare Stunde, die er auf die Lektüre eines Buches verwenden muß, das sich womöglich hinterher als wenig wertvoll erweist. Hier handelt es sich dann wieder einmal um ein Stück jener selbstlosen, idealen, für das Wohl des Volkes geleisteten Journalistenarbeit, die nur gute, saubere Lektüre passieren lassen will. Man soll ein gutes Buch besprechen — nicht nur über das Buch sprechen —, wenn es der Mühe lohnt. Und der Buchverlag sollte auch einmal eine abfällige Kritik vertragen können, wenn sie gerechtfertigt ist, ganz abgesehen davon, daß auch eine solche Besprechung immer eine Reklame (in manchen Fällen sogar die wirksamere) bedeutet. Der gerissene Amerikaner hat das längst begriffen: »Die Hauptsache ist, daß man davon spricht.« Wie — ist ihm gleichgültig. Letztlich bieten Buchverlage bei gewissen Gelegenheiten Besprechungsstücke an und richten den Wert des Angebots seltsamer Weise nach der Einwohnerzahl der Städte, in denen die Zeitung erscheint. Nichts falscher als das! Es gibt Blätter, die in Orten mit 5000 (Schwarzwälder Bote) oder 10 000 Einwohnern (Thüringer Dorfzeitung) erscheinen und doch mit ihrer Auflage einen großen Bezirk mit vielen tausend Lesern bestreichen. Und es gibt Zeitungen in Orten von 100 000 Einwohnern, deren Leserkreis fast nur im Erscheinungsort wurzelt und durch die vielen Konkurrenzblätter noch gewaltig beschnitten wird.

Diese Methode ist also nicht geschäftsklug und kann Nachteile bringen. Am sichersten bleibt immer die Zusendung von Besprechungsstücken inhaltlich wirklich wertvoller Bücher an Zeitungen, von deren Veröffentlichung man sich auch Erfolg versprechen kann. Nicht vergessen sollte der Buchverlag aber die Ankündigung besonders gediegener oder interessanter Neuerscheinungen, wie Memoiren, Jubiläumsausgaben u. dergl., durch die Zeitungsanzeige — es herrscht da noch eine ganz merkwürdige Scheu, die wohl durch die ungerechtfertigte Befürchtung zu geringen Erfolges erzeugt wird —, jene Zeitungsanzeige, die auch hier wie überall für den Kaufmann ein unbedingt zuverlässiges und zweckentsprechendes Werbemittel bedeutet.

### „Bücherbettler, Bücherschnorrer und Rabattschinder.“

Dieser lesenswerte Aufsatz des Herrn Otto Reichl im Börsenblatt Nr. 299 vom 22. Dezember 1924 veranlaßt mich, aus meiner Kenntnis folgende Ergänzungen anzufügen:

Die sogenannten Rezensionsexemplare werden in viel zu großer Zahl und oft sehr wahllos auch heute noch vom Verlag versandt. Bei Verlegern mit eigenen Sortimentsabteilungen habe ich häufig die Erfahrung gemacht, daß ihre Neuerscheinungen durch ihre selbständigen und interessierten Sortimentsleiter propagandiert und versandt werden, bevor das allgemeine Sortiment von der Neuerscheinung überhaupt Kenntnis erhält. Vor der allgemeinen Börsenblattanzeige jedoch erfuhr ich von der Neuerscheinung dadurch, daß mir bereits Rezensionsexemplare angeboten wurden.

Jeder Buchhändler weiß, wie ausgedehnt heutzutage die Fachpresse ist, auch sie erhält nicht nur jederzeit zum Sortimentsvertrieb jeden Verlagsartikel, sondern auch auf Anfordern Rezensionsexemplare. Erst kürzlich wurde mir von einem Richter mitgeteilt, der eine schöne wissenschaftliche Bibliothek besitzt, daß er alle Bücher, auch große und wertvolle Werke, durch seine Schwiegermutter als Rezensionsexemplare bezieht. Diese liebenswürdige Dame ist Besitzerin eines Fachblattes über Baumaterialien, was sie anscheinend in hohem Maße prädestiniert, Rezensionen über rechts- und staatswissenschaftliche Bücher zu verfassen oder verfassen zu lassen. Ich bin der festen Überzeugung, daß die Verleger in vielen Fällen gar nicht ahnen, wie sehr sie auch heute noch, trotz aller Vorsicht, ausgenutzt werden.

Berlin W. 9, Pankstr. 43.

Hermann Bahr,  
Dr. Eugen Bahr.

### Diapositive für Projektionsapparate.

Die Buchhandlung Treichel in Jena hat sich einen Projektionsapparat (Größe der Diapositive 6,6[6,7]x9) zugelegt und bittet Verleger, die zu Werbezwecken für ihre Verlagswerke Diapositive herstellen lassen, um Nachricht, von welchen Werken sie Diapositive beziehen.

### Rezensionen und Verlagsinserate in Tageszeitungen.

Am 15. Dezember schrieben wir an die Redaktion einer großen Berliner Tageszeitung:

»Wir werden von Ihrer Administration seit Monaten wöchentlich aufgefordert, Inseratenaufträge für die »Literarische Beilage« Ihrer Sonntags-Nummer zu erteilen. . . Manche der Werbebriefe Ihrer Anzeigenredaktion sind individuell direkt an uns gerichtet und versuchen uns davon zu überzeugen, daß gerade die Leser Ihrer Zeitung ein besonderes Interesse für die Publikationen des psychoanalytischen Verlags bekunden.

Zu dieser Überzeugung können wir jedoch nicht gelangen, da wir annehmen müssen, daß die Anzeigenverwaltung über die Interessen der Leser weniger informiert ist als die Redaktion. Der Internationale Psychoanalytische Verlag hat Ihrer Redaktion im Laufe der letzten zwei Jahre von 24 seiner Neuerscheinungen Rezensionsexemplare geschickt; keines dieser 24 Bücher ist in Ihrem Feuilleton oder in Ihrer Literarischen Beilage besprochen worden. Unsere Publikationen erscheinen teilweise in Auflagen von 5- bis 8000 Exemplaren, was bei wissenschaftlichen Büchern eine ansehnliche Zahl ist. Einzelne unserer Verlagswerke haben bereits die Auflagenhöhe von 20 000 überschritten. Das Interesse bei dem gebildeten deutschen Publikum für unsere Veröffentlichungen ist mancherorts also zweifellos vorhanden. Es fehlt offenbar nur bei Ihren Lesern.

Wenn wir nun im Eingang dieses Briefes auf die Werbetätigkeit Ihrer Anzeigenverwaltung hingewiesen haben, so geschah dies nicht etwa, um den Wunsch nach einer korrupten Beziehung zwischen Besprechung und Anzeigenaufträgen zu äußern. Als wissenschaftlicher Verlag, zudem als Spezialverlag im Dienste einer bestimmten wissenschaftlichen Richtung, der nicht ein auf Gewinn abzielendes Unternehmen darstellt, sondern die Publikation und Verbreitung bestimmter wissenschaftlicher Arbeiten zur Aufgabe hat, haben wir natürlich ein Interesse daran, daß unsere Veröffentlichungen auch in der ernstesten Tagespresse besprochen werden. Erfolgreiche Besprechungen — mögen sie nun anerkennender oder abfälliger Art sein — sind für uns selbstverständlich ein Kriterium zur Beurteilung dessen, ob wir bei den Lesern der betreffenden Zeitungen ein erhöhtes Interesse für unsere Verlagswerke voraussetzen dürfen. Bei der Unmenge von propagandistischen Möglichkeiten (selbst in der gleichen Art, d. h. literarische Beilagen in Tageszeitungen) ist es selbstverständlich, daß solche Kriterien, die eine engere Auswahl ermöglichen, nicht unbeachtet bleiben können.«

Wien.

Internationaler Psychoanalytischer Verlag,  
Ges. m. b. H.

### Gebundene Rezensionsexemplare.

Am 15. Dezember schrieben wir der Schriftleitung des »Schulwart«, z. H. des Herrn Prof. Dr. Joh. Kühnel, Leipzig 3, Südstraße 72:

»In Ihrer Zuschrift vom 23. November 1924 verlangen Sie gebundene Rezensionsexemplare und fügen hinzu: »Ungebundene Stücke können nur kurz besprochen werden.« Da wir die Einbandart als Maßstab für das Interesse, das der Rezensent an unseren Publikationen nimmt, unmöglich anerkennen können, müssen wir von der Zusendung verlangter Rezensionsexemplare ganz absehen.«

Wien.

Internationaler Psychoanalytischer Verlag,  
Ges. m. b. H.

### Anastatischer Neudruck.

(Vgl. Bbl. Nr. 297.)

#### Erwiderung.

Auf die Anfrage des Herrn Hermann Beyer in Leipzig hinsichtlich der Kosten für anastatischen Neudruck erwidern wir, daß die Annahme, wonach der anastatische Druck unvorteilhafter als Buchdruck ist, nicht in allen Fällen zutrifft. Der anastatische Druck kommt ja erst dann in Frage, wenn es sich um Werke handelt, von denen die Druckplatten nicht mehr vorhanden sind. Um den kostspieligen Neufach zu vermeiden, greift man in diesen Fällen zum anastatischen Druck, wobei allerdings vorausgesetzt werden muß, daß der Neudruck des betreffenden Werkes im Text unverändert erscheint oder nur Korrekturen in beschränktem Umfang aufweist.

Sind die Druckplatten noch vorhanden, dann ist der Buchdruck bei höheren Auflagen (4000 usw.) vorteilhafter als anastatischer Druck. Wenn jedoch nur Matrern vorrätig sind, sodas die Druckplatten erst ausgegossen werden müssen, dann übersteigen die Kosten für das Ausgießen sehr oft den durch den Buchdruck erzielten Vorteil.

Breitkopf & Härtel.