

Sortimentsfirma den kleinen Lichtspielbühnen in der Provinz zur Verfügung gestellt und gern von diesen umsonst vorgeführt worden. Bemerkenswert sind die an sich nicht hohen Kosten dieses Films von etwa 150 Mark.

Der zweite Hauptraum, der das **Werbewesen** des **Verlages** veranschaulichte, zeigte zunächst auf einer großen Tafel an Beispielen die Werbung durch den Bucheinband einst und jetzt. Nicht minder bemerkenswert waren die Gruppen von Werbemitteln einzelner Verlage wie **Died & Co.** in Stuttgart (so wenig man die Herausgabe der Tarzanbände zu billigen braucht, so sehr muß man die Qualität der dafür entfalteten Werbearbeit anerkennen), **Musarion Verlag** in München, **Gaessel** in Leipzig, **Artist. Institut Drell Füßli** in Zürich, **Herder & Co.** in Freiburg, **Eugen Diederichs** in Jena, **W. de Gruyter & Co.** in Berlin, **R. Oldenbourg** in München und einzelne Werbemittel anderer wissenschaftlicher Verlage. Besonders hoben sich hier die Werbemittel der Firma **Adolf Bonz & Comp.** in Stuttgart für einen zugunsten der Werke **Ludwig Ganghofers** veranstalteten Werbefeldzug hervor, die aus Briefbogen, Briefumschlägen, Lesezeichen, Prospekten, Plakaten usw. bestanden und einen in Form und Farbgebung einheitlichen Charakter trugen. Die Absicht, durch die Wiederholung immer des gleichen Bildes das Publikum suggestiv zu beeinflussen, ist unverkennbar, und es ist meines Erachtens gar nicht zu bezweifeln, daß diese wohlüberlegte und planmäßige Art der Werbung die beabsichtigte Wirkung haben wird. In diesem Zusammenhange muß auch die Art der Werbung erwähnt werden, die sich der Verlag von **Habel & Raumann** in Leipzig und **Regensburg** für drei seiner neuen Romanwerke zu eigen gemacht hat. Man würde, wenn man sich nicht ins Uferlose verlieren wollte, gern bei Einzelheiten verweilen und muß immer wieder bedauern, wie wenig man hierzu mit Worten zu sagen vermag. Schauen und lernen! Das ist der Zweck einer solchen Ausstellung, lernen auch vor allen Dingen, daß sich der buchhändlerische Werbefachmann von der Schablone fern halten und eigene Wege der Selbständigkeit und Originalität suchen muß.

Wie der Raum des Sortiments bot auch der des Verlages eine reiche Auswahl von Plakaten, Prospekten, Katalogen, Vertriebs- und Hauszeitschriften und dergleichen.

Der dritte enthielt eine sehr bemerkenswerte, von der **Atlantic Book and Art Corporation** geschaffene Darstellung der amerikanischen Buchreklame, die eigentlich für sich einen Sonderartikel verdiente, weil es unmöglich ist, sie im Rahmen dieser Darstellung voll zu würdigen. Es zeigte sich hier, daß es die Amerikaner vortrefflich verstanden haben, die durch den großen Krieg entstandene Stodung der Entwicklung auf dem europäischen Festlande auszunutzen und sich in der Organisation der Buchwerbung einen von uns schwer einzuholenden Vorsprung zu sichern.

In diesem Raume hatte auch der Börsenverein selbst seine Hilfsmittel für die deutsche Buchreklame zur Schau gebracht, seine Vertriebszeitschriften, Kataloge und andere bibliographische Hilfsmittel sowie die Adreßbücher und einzelne Anzeigen aus dem Börsenblatt. Hier konnte man auch eine Zusammenstellung von Buchhändler-Signetten sehen, sowie technische Hilfsmittel für Organisation der Werbung, Sammlungs- und Aufbewahrungsmappen der Firmen **Josef Singer Verlag** und **Friedrich Rothbart** in Leipzig für Prospekte, Inserate, Zirkulare usw., die eine leichte Übersicht und das oft nötige Zurückergreifen auf frühere Werbemittel und deren Texte ermöglichen. Weiter fanden sich in dem Raum Zusammenstellungen von Schutzumschlägen, Buchbinden und Lesezeichen.

Im vierten Raum nahmen die an den Wänden befestigten **Plakate** den Vorrang, die die Werbestelle des Börsenvereins selbst ausgestellt hatte, das Hauptinteresse der Besucher in Anspruch, nicht deswegen, weil sie Außerordentliches zu bieten vermochten, sondern weil sie zeigten, wie schwierig das Problem eines für die allgemeine Buchwerbung zu schaffenden Plakates ist. Die Forderungen der Einfachheit und leichten Verständlichkeit, einer guten Augenblicks- und Gedächtniswirkung liegen auf der Hand, fast immer aber verhindert die Eigenwilligkeit des Künstlers die Er-

reichung dieser Ziele. Während wir unter Umständen Konzessionen auf Kosten künstlerischer Eigenart und Wirkung verlangen, scheint man sich auf der anderen Seite nur schwer dazu zu verstehen, selbstverständliche Forderungen der Zweckmäßigkeit zu erfüllen. Nur wenige Entwürfe vermochten das Gefühl der Befriedigung zu erwecken. Das Ei des Kolumbus!

In einem fünften Raum waren außerdem noch **Vervielfältigungs-, Adressier- und andere Maschinen** aufgestellt, die für die Herstellung von Werbemitteln und dergleichen in Frage kommen.

Weitere Werbemittel waren in den auf den Korridoren aufgestellten **Vitrinen** untergebracht, wo auch die Wände ebenso wie die des Treppenaufganges für den Aushang von Plakaten in Anspruch genommen waren.

Alles in allem war die Ausstellung sehr lehrreich und hat wohl kaum einem Besucher Ursache gegeben, ihre Bestätigung zu bereuen. Eine Wiederholung in kommenden Kantatetagen, wo an die Ausdauer der Versammlungs- und Festteilnehmer weniger große Anforderungen gestellt werden und ihnen ein größeres Maß von Muße verbleibt, erscheint durchaus erwünscht.

Neue Erscheinungen zur Werbung fürs Buch.

Wir stehen stark im Zeichen der Reklame. Die diesjährige Kantate-Ausstellung der Werbestelle des Börsenvereins in den oberen Räumen der Leipziger Buchhändlerlehranstalt war ein lebhafter Beweis dafür. Der Verleger sucht neue Wege, um dem Sortiment wie dem Publikum seine Artikel nahezubringen; der Sortimenter wirkt durch Anzeigen, Briefe, Plakate, Prospekte und Schaufenster, durch Ausstellungen, Sonderfenster, Vortragsabende usw. Im Interesse beider arbeiten die besonderen Abteilungen des Börsenvereins im Inland wie im Ausland für den Absatz des deutschen Buches.

Es liegen uns einige neue Erscheinungen zur Besprechung vor, die vornehme Beispiele der Verlagsreklame wie der Tätigkeit des Börsenvereins genannt werden müssen. Zuerst:

Das deutsche Buch auf der zweiten Internationalen

Büchermesse in Florenz 1925 — Il Libro Germanico

Alla Seconda Fiera Internazionale Del Libro A Firenze. 8°. 188 Seiten. Preis 3 M. no.

Diese zweite Deutsche Buch-Ausstellung in Florenz ist wieder wie vor drei Jahren ein Werk der dem Börsenverein angegliederten »Deutschen Gesellschaft für Auslandsbuchhandel in Leipzig«. Herr Dr. **Gustav Kirstein** hat Plan und Ausführung geleitet, **Paul Cameyer-Florenz** als Baumeister und **Walter Tiemann-Leipzig** als Graphiker haben die bauliche Einrichtung und buchhändlerische Anordnung besorgt. Hundert deutsche Verleger haben ihre Neuigkeiten der letzten drei Jahre ausgestellt und eine Bücherschau zustandegebracht, die Neid und Bewunderung der Italiener wie der fremden Besucher erweckten, wie die Berichte in den Zeitungen verschiedener Länder und melden. Aber diese prächtige deutsche Buchausstellung in Florenz legte nun der Börsenverein obigen schönen Katalog vor. Er ist in deutscher und italienischer Sprache abgefaßt und führt nach dem kurzen Geleitwort die ausstellenden Firmen in alphabetischer Reihenfolge auf. Jede Firma gibt einen kurzen Bericht über die Eigenart ihrer Verlagstätigkeit und führt teilweise die Hauptwerke auf, die sie gebracht oder jetzt ausgestellt hat. So ist der Katalog, oder besser gesagt Führer durch die Ausstellung als eine kurze Geschichte der vornehmsten deutschen Verleger anzusehen, die das Interesse aller Fachgenossen und Bücherfreunde erwecken wird, zumal da die Ausstattung dieses zwölf Bogen starken Katalogs, der von der Firma **Poeschel & Trepte** in Leipzig tadellos in schöner Antiqua gedruckt und auf jeder Seite mit Verlagsignetten in Rotdruck verziert wurde, von prächtiger Wirkung ist. Die Ausstellung wie dieser Führer sind Werbemittel ersten Ranges für das deutsche Buch.

Zwei besondere Formen von Verleger-Reklame sollen hier weiter genannt werden:

Hans Praesent: **Otto Bürger und sein Werk.** Gross 8°, 16 Seiten. Mit Bildnis. Dieterich'sche Verlagsbuchhandlung. Leipzig.

Einer der Haupt-Autoren des genannten Verlags, Professor Dr. **Otto Bürger** in München, der Verfasser wertvoller Reisewerke und Schilderungen südamerikanischer Länder, feierte am 4. Mai seinen 60. Geburtstag. Diesen Anlaß benutzte sein Verleger, ihm diese schön ausgestattete Festschrift zu überreichen, in der Herr Dr. Praesent,