

nämlich eine vollständige Zusammenstellung der Literatur über Automobil und Motorrad in übersichtlicher Gruppierung. Hier findet man nicht nur die Titel der einschlägigen Werke und Zeitschriften in deutscher, sondern auch in englischer, französischer, holländischer und italienischer, ja sogar einige Titel in russischer Sprache. Literaturzusammenstellungen über neuere Reisewerke, Reisehandbücher, Führer, Karten, Pläne usw., über Sport und Spiel, Wandern und Wandervogelbewegung, eine mit kurzen Charakteristiken des Inhalts versehene Abteilung »Aus Heimat und Fremde«, weitere Proben aus neuen Büchern und Anzeigen schließen sich an. Das ganze Heft umfaßt nicht weniger als 80 Seiten. Wegen seiner aus mühevoller Arbeit entstandenen Bibliographie über »Automobil- und Motorrad« darf es Anspruch auf Dauerwert erheben. Das Umschlagbild zeigt einen offenbar in ein Reisehandbuch vertieften Wanderer, hinter ihm ein auf ihn zufahrendes und von ihm nicht bemerhtes Automobil, dessen Insassen ihm erschreckt Warnungsrufe zugehen lassen. — Heft 3/4 offenbart sich schon in seinem hübschen farbigen Umschlagbild (Heilige drei Könige, deren mittlere Figur ein aufgeschlagenes Buch hält, in das die beiden Nebenfiguren interessiert hineinschauen) als Weihnachtsheft. Eingeleitet wird es durch biographisch-literarische Abhandlungen über Rudolf Hans Bartsch, Juliana von Stockhausen und Peter Dörfler. Kleinere Artikel, Leseproben usw. schließen sich an. Sehr ausführlich und vollständig ist der bibliographische Teil mit seinem Anhang mit kurzen Charakteristiken über die wichtigsten Neuigkeiten des Büchermarktes. Weitere Proben aus neuen Büchern und Anzeigen beschließen das 24 Seiten starke, typographisch mustergültig ausgestattete Heft.

Weihnachtliches Gepräge trägt auch das dritte Heft des elften Jahrganges der Zeitschrift *Der Bücherwurm im Einhorn-Verlag* zu Dachau bei München. Das Umschlagbild in kräftiger Holzschnittmanier zeigt eine Madonna mit dem Kinde im Tannenwalde, der durch den Heiligenschein in grelle Beleuchtung versetzt ist. Eingeleitet wird das Heft durch die Behandlung einer engen Auswahl neuer Romane von Hans Poeschel. Es folgen Text- und Bildproben, eine Zusammenstellung von Werken verschiedener Verlage unter dem Titel »Führer und Helden«, dann das bekannte und beliebte »Panoptikum« des Bücherwurms als willkommene Abwechslung, eine umfangreiche Abteilung »Anmerkungen zu Büchern und eine bibliographische Zusammenstellung »Eine Auswahl neuer Bücher«. Sorgfältige, geschmackvolle Ausstattung, gewählter Inhalt und kritische Behandlung des Stoffes aus sachkundiger Feder zeichnen auch dieses Heft aus und verleihen ihm eine besondere Werbekraft.

Das »Weihnachtliche« an der November-Dezembernummer der »Blätter der Bücherstube am Museum in Wiesbaden«, herausgegeben von Hermann Kempe und Dr. H. W. Gpelsheimer, tritt mehr im Umfange und Inhalt als äußerlich zutage. Diese Vertriebszeitschrift ist an sich immer recht gut ausgestattet gewesen, ohne die Grenzen der Sachlichkeit zu überschreiten. Das Weihnachtsheft wird eingeleitet von einer geistvollen Plauderei »Du und Dein Buch« von Martin Borrman. Es folgen zahlreiche, zum Teil mit Abbildungen geschmückte Leseproben sorgfältig ausgewählter Autoren und eine gut gegliederte Übersicht »Notizen zu neuen Büchern«. Für den Kreis, für den sie bestimmt ist, erscheint diese innere und äußere Gestaltung recht zweckmäßig.

Ebenfalls in weihnachtlichem, wenn auch bescheidenerem Gewande tritt der »Hansische Bücherbote« der Hansischen Verlagsanstalt in Hamburg (12. Heft, Dezember 1925) mit dem Untertitel »Das Weihnachtsbuch 1925« auf den Plan. Eingeleitet mit einem Gedicht von Wilhelm Lobstein, stellt es die Artikel »Som Besen guter Bücher« von Wilhelm Stapel und »Das rechte Jugendbuch« von Dr. Adolf Schwarz einer gut gegliederten, z. T. mit Charakteristiken und Hinweisen unter den Titeln versehenen Bibliographie voran. Es wird eine für bestimmte Kreise zusammengestellte sorgfältige Auswahl geboten, die das Wählen nicht zur Dual macht und in dieser Form recht werbewirksam erscheint.

Von der Werbezeitschrift »Der Quell« des Urquell-Verlages in Mülhausen (Ehr.) liegt Heft 11 des zweiten Jahrganges vor. Der Inhalt beschränkt sich keineswegs auf eigene Verlagszeugnisse, sondern besteht in seinem wesentlichen Teil aus einer gut gegliederten, sich ebenfalls auf eine engere Auswahl beschränkenden Bibliographie mit kurzen von den Verfassern gezeichneten Besprechungen. Vorangestellt sind einige Leseproben. Man kann dieser Zeitschrift den gleichen Werbewert zusprechen wie der vorigen.

»Der Brandbrief«, Blätter für deutsches Schrifttum des Sichenendorff-Hauses in Wien ist schon mehr Literatur- als Bücher-Werbezeitschrift. Heft 5 des 2. Jahrganges enthält eine Abhandlung über Volkslied und Jugendbewegung in Osterreich, ein Verzeich-

nis alpenländischer Liederfassungen, einen kurzen Artikel von Rudolf Preis: »Wie »Unsere Lieder« entstanden. Es folgen »Volksmusik und Volkstanz« nebst angehängtem Verzeichnis empfehlenswerter Sammlungen echter Volkstänze, größere Abhandlungen über Bücher und Buchbesprechungen. Ein gewisser kulturell-reformierender, zur Selbstbestimmung hinführender Charakter dieser Zeitschrift ist unverkennbar. Sie steckt voller Anregungen und weist vielerlei Wege zu Büchern.

Neben diesen ganz allgemein dem Büchermarkt oder dessen Sondergebieten dienenden Werbezeitschriften verdienen einige Hauszeitschriften größerer Verlage erneute Beachtung. In hübscher, gefälliger Aufmachung stellt sich das vierte Heft der Hauszeitschrift des Verlages von Carl Schünemann in Bremen »Der Erntewagen« vor mit Textproben aus den Verlagswerken, Selbstanzeigen und Abbildungen aus den illustrierten Werken des Verlages sowie mit »Anmerkungen zu Büchern« (bibliographische Zusammenstellung mit Besprechungen und Hinweisen). Die Darstellung der Verlagsarbeit geschieht gründlich und übersichtlich, sodaß wohl angenommen werden kann, daß diese sorgsame Art der Werbung ihren Erfolg haben wird.

»Der Bücherfreund«, Blätter für die Freunde von Reclams Universal-Bibliothek bringt in Heft 1/10 seines 12. Jahrganges folgende Artikel: Sinitius, »Lehrer und Reclam-Buch«; Dr. A. Schramm, »Die Melch-Kurzzeitschrift«; H. v. Hülsen, »Der sechzigjährige Max Halbe« (mit Bild); außerdem einige Textproben, eine Empfehlung der neuen Romanreihe des Verlages, kleine Mitteilungen verschiedener Art und Übersichten (mit kurzen Charakteristiken) über die Neuigkeiten, neuen Ausgaben und neuen veränderten Auflagen der Universal-Bibliothek. Wie die bisherigen Hefte weiß auch das vorliegende das Interesse des Lesers für die Tätigkeit und Leistung des Verlages zu wecken und wach zu erhalten.

Vom Quartformat zum Oktavformat übergegangen sind die »Mitteilungen des Verlages Breitkopf & Härtel in Leipzig«, deren Nr. 131 vom November 1925 vor mir liegt. Eingeleitet wird sie mit Ausführungen Hermann Zillers über sein kompositorisches Schaffen (mit Bildnis). Es folgen ein Lebensabriß des amerikanischen Komponisten Walthor Stockhoff, ein bisher nicht bekanntes Brahms-Bildnis und eine Einführung in Pászlos Farblichmusik. Dazwischen sind die Anzeigen des Verlages untergebracht. Übersichtlichkeit und Abwechslung des Inhaltes sowie geschmackvolle äußere Ausstattung (Offset-Umschlag) lassen das Heft als recht zweckmäßig für Werbezwecke erscheinen.

Von »Hirts Literaturbericht«, Mitteilungen der Verlagsbuchhandlungen Ferdinand Hirt in Breslau und Ferdinand Hirt & Sohn in Leipzig liegen die Nummern 22 und 23 (Oktober und November) vor. Äußerlich zeigen sie keine Veränderung ihrer der Eigenart des Unternehmens vorzüglich angepaßten Gestaltung. Auch die Anordnung des Inhaltes ist im wesentlichen die gleiche wie in den früheren Hefen. Heft 22 wird eingeleitet durch eine Arbeit von Hans Kiener »Aus italienischen Briefen«, Heft 23 durch einen Artikel »Volkskunde« von Dr. Joseph Klapper. Es folgen in beiden Hefen Briefe der Autoren, Urteile der Presse und Textproben, letztere in Heft 23 mit Bildproben verbunden. Auf dem Sondergebiete dieses Verlages ist eine unaufdringliche und auf Sachlichkeit abgestimmte Werbung zweifellos der richtige Weg. Die Hauszeitschrift ist ein deutlicher Spiegel dieser Arbeit.

Daß auch der schwer wissenschaftliche Verlag das Bedürfnis stärkerer Werbetätigkeit unter Anwendung neuer auf diesem Gebiete bisher wenig geübter Formen besitzt, geht aus der Vertriebszeitschrift *Mitteilungen aus den Gebieten der Naturwissenschaft und der Technik* des Verlages von Friedr. Vieweg & Sohn in Braunschweig hervor. Die mir vorliegenden Hefte in Großoktav zeigen eine wohlüberlegte und gut auf Wirkung abgestimmte Gliederung. Der Hauptteil besteht aus Text- und Illustrationsproben, denen sich Besprechungen, Auszüge aus dem Verlagskatalog und Zusammenstellungen der neuesten Verlagswerke sowie künftig erscheinender Bücher anschließen.

Als Frucht gemeinschaftlicher Werbearbeit einer größeren Anzahl bedeutender schweizerischer Verlage befindet sich der »Schweizer Bücherbote«, Vierteljahrszeitschrift, herausgegeben von schweizerischen Verlagsanstalten und redigiert von Dr. Paul Schaffner, in erfreulicher Weiterentwicklung. Der redaktionelle Teil des vierten Heftes des Jahrganges 1925 beginnt mit einer Plauderei Jakob Bährers unter dem Titel »Vom Bücherschenken«. Es folgen: eine Übersicht des Herausgebers »Bücher für den Weihnachtstisch«, die Artikel »Ein C. F. Meyer-Problem« von Thomas Koffler, »Zum 50. Geburtstag Jakob Schaffners«, »Dr. h. c. A. Franke †« von H. Vichtenhahn und zahlreiche Leseproben, in denen man offenbar die Haupt-Werbewirkung sucht. Denn der Rest besteht nur aus kleinen Mitteilungen und einem um-