

Über die Beteiligung des Auslandes lassen nachstehende Zahlen gewisse Rückschlüsse zu. Es sei hier jedoch bemerkt, daß die Anzahl der Bücher nichtreichsdeutscher Verleger höher ist. Bei einem Teil der ausländischen Verlagsproduktion finden sich jetzt wieder die Preise in Reichswährung angegeben. Es erschienen u. a. im Ausland und wurden in das Wöchentliche Verzeichnis aufgenommen:

|    |                     |        |                          |
|----|---------------------|--------|--------------------------|
| 31 | Bücher im Werte von | 141.70 | Schweiz. Franken         |
| 33 | " " " "             | 476.40 | ttsch. Kronen            |
| 23 | " " " "             | 119.30 | d.-öft. Schillingen      |
| 17 | " " " "             |        | in verschiedenen Valuten |

104 Bücher insgesamt in fremder Währung.

An Büchern mit doppelter Preisangabe wurden festgestellt:

|    |  |
|----|--|
| 20 | Stück mit Subscriptionspreis   |
| 11 | " " ermäßigten Preisen für Mitglieder irgendeines Vereins oder für Bezieher von bestimmten Zeitschriften od. ähnl. |
| 3  | " " erhöhten Auslandspreisen.  |

Ferner wurden gezählt:

|     |  |
|-----|--|
| 4   | Bücher, die nur an Mitglieder irgendeines Vereins usw. abgegeben werden                                |
| 2   | " " die nicht im Buchhandel zu haben sind  |
| 2   | " " mit dem Vermerk „kostenlos“  |
| 94  | " " bei denen der Ladenpreis nicht mitgeteilt war  |
| 104 | Sonderdrucke, die überwiegend aus früher erschienenen Zeitschriften-Nummern usw. entnommen worden sind |
| 10  | Dissertationen.  |

Es erschienen in der Hauptsache Werke in deutscher Sprache, denen nur eine geringe Anzahl fremdsprachlicher Verlags-Veröffentlichungen gegenübersteht. Von den auf den Markt gebrachten Druckschriften sind

|      |  |
|------|--|
| 3035 | in deutscher Sprache einschließlich Mundarten, |
| 80   | in 15 verschiedenen Fremdsprachen.             |

Von letzteren verteilen sich

|    |                                  |
|----|----------------------------------|
| 21 | Bücher auf die englische Sprache |
| 18 | " " " lateinische "              |
| 15 | " " " französische "             |
| 12 | " " " spanische "                |
| 3  | " " " altgriechische "           |
| 2  | " " " dänische "                 |

je 1 Buch auf 9 andere fremde Sprachen.

Die Verteilung der Bücher, die in deutschen Übersetzungen vorliegen, ist aus folgender Aufstellung ersichtlich:

| Anzahl der Bücher | Übersetzte Fremdsprache          |
|-------------------|----------------------------------|
| 51                | aus dem Englischen               |
| 27                | " " Französischen                |
| 16                | " " Russischen                   |
| 14                | " " Lateinischen                 |
| 11                | " " Schwedischen                 |
| 6                 | " " Altgriechischen              |
| 5                 | " " Holländischen                |
| 5                 | " " Italienischen                |
| 15                | " " verschiedenen Sprachen       |
| 150               | Deutsche Übersetzungen insgesamt |

Alle nicht abgeschlossenen Fortsetzungswerke und Zeitschriften sowie Anschauungsbilder und Landkarten blieben unberücksichtigt, sodaß nur die reine Buchproduktion des deutschen Verlagsbuchhandels, soweit sie in den Wöchentlichen Verzeichnissen des Berichtsmontats Aufnahme fand — die tatsächliche Erscheinungszeit ist eine andere —, ausgezählt wurde. Zu beachten ist auch, daß dabei nicht nur im engeren Sinne den Buchhandel interessierende Literatur, sondern alle selbständigen und in die Wöchentlichen Verzeichnisse aufgenommenen Druckschriften berücksichtigt sind.

Ludwig Schönrod.

### Bemerkenswerte Prospekte und Werbebriefe.

Von E. d. G. Kreuzhage.

(Schluß zu Nr. 75.)

Waren die bisher erwähnten Prospekte im allgemeinen bestimmt, sowohl die Sortimenter als auch das Publikum zum Kaufe des Angekündigten zu veranlassen, so finden in dem folgenden Abschnitt einige Bücherankündigungen Erwähnung, mit denen der Verleger sich lediglich an das Sortiment zu wenden beabsichtigte.

Da ist zunächst eine Ankündigung des III. Bandes der Neuausgabe von »Meyers Lexikon« (Bibliographisches Institut in Leipzig). Der vierseitige Prospekt gibt im wesentlichen eine Übersicht der Lieferungsbedingungen und der Vertriebsmittel; seine Titelseite wirkt durch die einfache Gliederung und die wichtige, schmückel-

lose Schrift sehr einprägsam, zumal da auch die Zusammenstellung der beiden Farben braun und schwarz dem Ernst des angezeigten »Monumentalwerkes des deutschen Buchhandels« entspricht. Formeln wie »W. S. g. u.« sind, glaube ich, überflüssig. — Wenn eine Sammlung wie die der »Kleinen Delphin-Kunstabücher« eine Gesamtauflage von 2 Millionen erlebt, so ist das ein Beweis für ihre Gangbarkeit. Mit Recht hebt darum der Delphin-Verlag in München in einem hübschen Prospekt die Tatsache dieser Absatzziffer hervor. Nach Abtrennen des Bestellzettels läßt dieses Werbemittel sich vom Sortiment noch für die Kunden verwenden. — Die in zwei Farben gut gedruckten Ankündigungen des Verlags Gebrüder Enock in Hamburg von Klaus Mann »Der fromme Tanz« und Otto Rung »Der Engel mit den Felsöhren« dagegen lassen sich nach Entfernung des Bestellzettels als Schaufensterplakat benutzen, wobei sie in ihrer Wirkung durch die jedesmal wiederkehrende Eigenart der Randlinien unterstützt werden. Ein Prospekt des gleichen Verlages über das schöne Sportbuch »Wunder des Schneeschuhs« ist vor allem infolge der geschickten Zusammenstellung aller Werbemöglichkeiten, die der Verlag wohl Herrn Fritz Schnabel verdankt, bemerkenswert. Die auf der Titelseite des Prospekts als Probe gegebene Bilderreihe kommt allerdings schlecht heraus, vor allem infolge des ungeeigneten Papiers, was auch bei einer nur für das Sortiment bestimmten Werbefache am falschen Plage sparen heißt. — Auch ein Prospekt des Verlags Grethlein & Co. G. m. b. H. in Leipzig über Masfuger »Starke Jugend« wird durch die Unschärfe der Illustrationen beeinträchtigt, was hier nicht am Papier, sondern an Klischees und Zurichtung zu liegen scheint. Sonst ist der Prospekt gut sowohl in seiner Anlage als auch nach seiner textlichen Fassung, was ebenso für die Ankündigung desselben Verlages von Sjöberg »Das gepregte Quartett« gilt. — Einen vortrefflichen Eindruck macht der Kunstdruckprospekt des Wilhelm Greven Verlags in Krefeld über Baumgart »Josse Gossens« mit einem Porträt und der Wiedergabe eines Gemäldes dieses zeitgenössischen Malers. In typographischer Hinsicht ist dieser Prospekt besonders erfreulich. — Die vierseitige Ankündigung des »Kleinen Herder«, Herder & Co. G. m. b. H. in Freiburg i. Br., soll durch die Abbildung eines geschickt angelegten Sonderfensters anregen, durch ähnliche Fenster die Anzeigenpropaganda des Verlages (»Ich bin der kleine Herder — Ich beantworte in einem Bande alle Fragen von A bis Z«) zu ergänzen. — Daß mir der Prospekt über »Kürschners Universal-Konversations-Lexikon« mit seinem zu knalligen Rot der Titelseite und der vielen, teilweise noch unterstrichenen Fettschrift gefiele, kann ich nicht behaupten. Den Einband des Lexikons selbst sollte der Verlag (Hermann Hilger Verlag in Berlin) auch mal erneuern lassen, denn ebenso wie der Inhalt (der bei »Kürschner« nach den abgedruckten Pressestimmen auf den neuesten Stand der Wissenschaft gebracht worden ist) bedarf auch das Kleid eines derartigen Werkes wohl der Anpassung an den Zeitgeschmack. — Modernem Stilgefühl in gutem Sinne werden die Prospekte des Verlages Paul List in Leipzig gerecht. Die vierseitige Ankündigung in Quart über die Sammlung »Epikon« mit der Wiedergabe des schönen Einbandes, dem gut gegliederten Satz und der hervorragenden Druckausführung durch Spamer legt von dem Willen des Verlages zur buchgewerblichen Höchstleistung erfreuliches Zeugnis ab. Auch der Prospekt desselben Verlages über »Daumier und wir« kann als Muster einer guten und — hier besonders wegen der packenden Zeichnung des Kopfes von Daumier — wirkungsvollen Ankündigung gelten. Der Prospekt über die Werke von Rudyard Kipling fällt vor allem durch die eigenartigen und in der Farbe gut abgestimmten Randlinien auf, die zusammen mit dem Porträt des Verfassers der angezeigten Bücher diese Werbefache ihren Zweck in vornehmer und doch eindringlicher Weise erfüllen lassen. Das Gleiche läßt sich auch von der Ankündigung der »Illustrierten Ausgabe von Gustav Freytags »Bildern aus der deutschen Vergangenheit« behaupten, wobei allerdings die Art, in der die schöne, mit vielen Illustrationsproben in Maximilian-Fraktur (außen) und Alter Schwabacher (innen) auf einem vergilbt scheinenden Papier gut gedruckte Ankündigung wirkt, von der des Kipling-Prospektes sehr abweicht (beide Paul List). — Auch der Verlag von J. C. B. Mohr in Tübingen betont in einer vierseitigen Ankündigung mit Recht, daß die Werbung fürs Buch bei der Ausstattung anfängt. In der Wiedergabe einer Auswahl seiner neueren Verlagseinbände zeigt dieser Prospekt dem Sortiment in einwandfreier Form die geschmackvolle Art, in welcher der Verlag den hervorgehobenen Gesichtspunkt der Buchwerbung in Betracht zog, ohne seine Werke dadurch zu sehr zu verteuern. — Die Ankündigung des Handbuchs von Bella Müller »Die Familienärztin« (Süddeutsches Verlags-Institut Julius Müller in München)