

Der neue Vertrag ist auf unbestimmte Zeit abgeschlossen worden, die Kündigungsfrist beträgt 3 Monate, darf aber erstmalig erst 9 Monate nach Ratifizierung des Vertrages ausgesprochen werden. Damit ist für einige Zeit erfreulicherweise wenigstens ein klares Verhältnis für die Handelsbeziehungen zwischen Spanien und Deutschland geschaffen. Dr. Walter Dieze.

Vom Felde der Haus- u. Vertriebszeitschriften.

Von Kurt Voelt.

(Zuletzt Bbl. 1926, Nr. 93.)

Wenn heute im Buchhandel auf die allgemeine Werbung für das Buch besonderes Gewicht gelegt wird und außerordentliche Mittel dafür bereitgestellt werden, so ist eine völlige Durchdringung des Volkes mit dem Angebot geistiger Erzeugnisse doch nur dann möglich, wenn die vollkommen gestaltete allgemeine Werbung mit der vollkommen gestalteten Einzelwerbung Hand in Hand geht. Die Grundlinien für diese Arbeit des Buchhandels ergeben sich aus der geistigen und sozialen Schichtung unseres Volkes und aus der Kenntnis einer Reihe unter sich mehr oder minder verschiedener Käuferkreise. Das Werbemittel hat sich in Form und Inhalt diesen Verschiedenheiten anzupassen, und je besser dies geschieht, desto eher ist ein Erfolg zu erwarten. Ob in dieser Beziehung das Feld der Haus- und Vertriebszeitschriften allen Anforderungen entspricht und ob es nicht noch mancherlei Möglichkeiten der Ausgestaltung und Bervollkommnung gibt, möge dahingestellt bleiben. Doch muß anerkannt werden, daß die noch lange nicht behobene Ungunst der Zeit kein merkliches Hindernis für den Aufwand an Mitteln und Kräften gewesen ist, der auf diesem Gebiete zugunsten des Angebots geistiger Werte getrieben wird. Wir wollen uns dessen freuen und uns mit dem Ergebnis vom Sämann trösten.

Auffällig ist die große Anzahl von Haus- und Vertriebszeitschriften, die sich an die dünne Oberschicht der Intellektuellen mit ihrer leider so stark geschwächten Kaufkraft wenden. Ihnen gegenüber steht eine verhältnismäßig geringe Anzahl dieser periodischen Veröffentlichungen, die durch vollstümlicheres Angebot und durch vollstümlichere Gestaltung neue Käuferkreise für den Büchermarkt zu gewinnen suchen. Der von Hans von Weber gegründete und in mancher Beziehung bahnbrechende »Zwiebelfisch« erscheint weiter. Vor mir liegt das erste Heft des 19. Jahrgangs. Man merkt das Bestreben, diese kleine, jederzeit kampfesfrohe, die scharfgeschliffene Klinge der Ironie und Satire führende Zeitschrift im Geiste ihres Gründers fortzusetzen. Eine andere Frage ist die, ob den Nachfolgern diese Absicht gelungen ist angesichts der Erfahrung, daß es schwer und meist unmöglich ist, so ausgeprägte Persönlichkeiten der Feder wie Hans von Weber durch gleichgeartete zu ersetzen. Das vor mir liegende Heft trägt auf seinem Umschlag die große Verfallensinschrift »Bier«. Die Erklärung steht auf Seite 9: »Diese Aufschrift bedeutet nichts. Wir brachten sie, damit der »Zwiebelfisch« sogar in München gekauft wird.« Das ist gewiß kein guter Witz, und wenn der Münchner Bierphilister, durch das Wort angelockt, seinem Ärger über diese bewusste Irreführung durch Schimpfen über die Buchhändler Luft macht, so hat weder der Zwiebelfisch noch die buchhändlerische Werbearbeit etwas davon. Es gibt schlechte und geistvolle Einfälle und Witze. Der vorliegende scheint uns nicht zu letzteren zu gehören. Im übrigen sind Art des Inhalts und Struktur des Blattes die bekannnten, sich an die Liebhaber schöner Bücher und Leute von Geschmack wendenden. — Ebenfalls an die intellektuelle Oberschicht wendet sich der Bücherwurm des Einhorn-Verlags in Dachau, dessen Hefte 7 und 8 des elften Jahrgangs mir vorliegen. Diese Hefte enthalten neben kleinen literarischen Originalarbeiten, Text- und Bildproben, Anmerkungen zu Büchern und »Auswahlen« neuer Bücher auch ein »Panoptikum«. Aber diese Vertriebszeitschrift ist schon allgemeiner gehalten und wendet sich an ein breiteres Publikum. Sie ist auch in viel stärkerem Maße der Berichterstattung über den Büchermarkt beflissen und nicht lediglich über »Literatur« und äußerlich wertvolle Werke. Nach wie vor wird auf mustergültige Ausstattung des »Bücherwurms« das größte Gewicht gelegt. — Der Kultur-Verlag in Wien gibt unter dem Titel Die Kultur eine Halbmonatschrift für Bücherfreunde heraus, deren 7. Heft des vierten Jahrganges einen Brief Fritz Müllers-Partenkirchen und eine Reihe von Skizzen dieses beliebten Humoristen unter dem Titel »Heiteres und Ernstes aus Welt und Schule« enthält. Angeschlossen sind die Abteilungen »Kunstwarte«, »Literaturwarte« und eine kurze bibliographische Zusammenstellung »Der Bücherbote«. Wie die Absichten dieser Zeitschrift für die Buchwerbung allerdings beschaffen sind, geht aus etner Empfeh-

lung auf der zweiten Umschlagsseite hervor, wo es heißt: »Die einzelnen Hefte (der literarischen Zeitschrift »Kultur« nämlich!) sind . . . der beste und billigste Buchersatz und stellen einen Querschnitt durch das geistige Leben unserer Zeit und vergangener Tage vor«. Wenn man solche Reklameblüten, die es mit der Wahrheit wenig genau nehmen, auch schon gewöhnt ist, so muß man sich wirklich fragen, zu welchem Zwecke man hier noch eine literarische Berichterstattung betreibt bzw. Bücher bespricht.

Ein wenig politischen Beigeschmack trägt der »Dänische Bücherbote«, das Mitteilungsblatt der Deutschen Hausbücherei, Ankündigungsblatt und Bücherei-Ratgeber der Firma »Bücherborn, Deutsches Buchhaus G. m. b. H.«, Hamburg. Das mir vorliegende 5. Heft des Jahrgangs 1926 enthält Text- und Bildproben von Schriften zum deutschen Volkstum und unter dem Titel »Aus deutschem Schrifttum« eine gut gegliederte Auswahl von Neuerscheinungen, zum Teil mit Besprechungen. — Die Neue Bücherchau im Verlag Die Neue Bücherchau, Charlottenburg, ist hier schon verschiedentlich als Berichterstatteerin über linksradikale Literatur erwähnt worden. Das erste Heft des 6. Jahrganges enthält unter anderem einen Artikel von Kurt Kersten über »Die Weichte Michael Bakunins«, einen »Abriß einer französischen Literaturgeschichte seit dem Kriege« von Jean-Richard Bloch, ferner Bücherbesprechungen und am Schlusse eine bibliographische Übersicht in Literaturgruppen über bemerkenswerte Neuerscheinungen, dazwischen die Wiedergabe einiger Graphiken.

Von ausgesprochenen Verlags-Hauszeitschriften liegen vor: Heft 2 (Mai 1926) der S. M. V.-Blätter, Verlags-Revue für Wirtschaft, Politik, Recht von S. Meyers Buchdruckerei Abt. Verlag in Halberstadt, das Textproben, Rezensionen und andere Anzeigen dieses Verlages enthält, Herders Bücherbote, Frühjahr 1926, Mitteilungen des Verlages Herder & Co. in Freiburg, ebenfalls mit Text(auch Bild)proben und einer gut gruppierten Übersicht »Die Ernte der letzten Monate« mit Besprechungen bzw. Charakteristiken und Hinweisen auf kommende neue Bücher. An bewährter Ausstattung und Einteilung hält Hirts Literatur-Bericht. Mitteilungen der Verlagsbuchhandlungen Ferdinand Hirt in Breslau und Ferdinand Hirt & Sohn in Leipzig fest, dessen Nr. 28 vom April 1926 einen Originalartikel von Otto Huntentmüller, »Körperliche Erziehung und Schulhygiene«, Autorenbriefe, Presseurteile, Textproben und Mitteilungen über neue Werke und Auflagen bringt. — Die Mitteilungen des Verlages Drell Füßli in Zürich berichten in ihrer Nummer 4 des Jahres 1926 über das neue Verkaufslokal der Firma, über Buchumschläge und andere Arbeit des Verlages. Während diese Hauszeitschriften sich ebensowohl an das Sortiment wie an das Publikum wenden, sind Breitkopfs Nachrichten an den Musikalienhandel aller Länder lediglich an den Zwischenhandel gerichtet und enthalten auch vorgedruckte Bestellzettel der Firma Breitkopf & Härtel in Leipzig. Dem Anzeigenteil ist stets eine redaktionell gehaltene Abteilung vorangestellt. So entnehmen wir dem 7. Heft des Jahrgangs 1926 Mitteilungen über den jungen amerikanischen Komponisten William Stockhoff und über die Lamond-Ausgabe der Beethoven-Sonaten. — »Um die Beziehungen zu der stetig zunehmenden Zahl meiner Geschäftsfreunde im Sortiment mehr pflegen und die Zusammenarbeit für beide Teile wirtschaftlicher gestalten zu können, habe ich mich zur Herausgabe dieses Mitteilungsblattes entschlossen«. Mit diesen Worten führt Moritz Diesterweg die erste Nummer seiner Mitteilungen des Verlages Moritz Diesterweg, Frankfurt a. M., an seine Geschäftsfreunde im Sortiment ein. Ein Zwiegespräch zwischen Verleger und Sortimenten »Wie gewinne ich Lehrer als Dauerkunden?« ist vorabgestellt. Es folgen Mitteilungen über Preisänderungen, fehlende Werke, Einstellung des unverlangten Versandes von Neuerscheinungen, zurückverlangte Neuerscheinungen und Anfragen wegen Rücknahme, ferner ein Bericht über die Neuerscheinungen mit ausführlichen Erklärungen unter den Titeln, Ankündigung in Vorbereitung befindlicher Bücher, Angebot verschiedener Werbemittel, Bestellzettel und Verhaltensmaßregeln für das Schulbüchergeschäft.

Das über die allgemein gehaltene Vertriebszeitschrift Gesagte, daß sie sich in auffallend großen Umfange an die dünne Oberschicht der Intellektuellen wende, gilt auch von dem Blatte Die Hauszeitschrift des Sortimenters, das als Nachfolgerin der »Blätter der Bücherstube am Museum in Wiesbaden« von Hermann Kempf in Wiesbaden herausgegeben wird. Das Aprilheft d. J. bringt Textproben aus verschiedenen neuen Werken, einen kurzen Artikel von Dr. Albrecht Keller: Zu Ludwig Finckhs 50. Geburtstag, Notizen zu neuen Büchern in Literaturgruppen und ein Verzeichnis von Neuerscheinungen. — Der Brandbrief. Blätter für deutsches Schrifttum des Eichendorff-Hauses in Wien enthält in seinem 2. Heft des Jahrgangs 1926 einen Artikel von Ernst Angrim über Walter Flex,