

Schriften der Leder-, Textil-, Nahrungs- und Genussmittel-Industrie heben sich sichtbar aus dem Bilde heraus. Die Vorgänge des Güterabsatzes verlebendigt uns die Gruppe »Handel« in plastischen und bildlichen Darstellungen. In der Abteilung »Verkehrszeitschriften« haben Reichspost und Reichsbahn neben anderen großen Verkehrsunternehmungen vorgeführt, was wissenschaftlich von der Gestaltung der Vermittlung ist und welchen Raum alle die auf sie eindringenden technischen und wirtschaftlichen Fragen in ihren periodischen Publikationen beanspruchen. Auch das Handwerk und Kunsthandwerk hat seine Blätter gefunden. Durch künstlerische Raumgestaltung des Ausstellungsstandes tritt hier die Verlagsanstalt Alexander Koch-Darmstadt besonders in den Vordergrund. Die Entwürfe hierzu wurden von dem Architekten Breuhaus-Düsseldorf hergestellt. Ein großer, ovaler Lesetisch, umgeben von Armstühlen in blauem Schleiflack, ladet zum Verweilen ein. »Deutsche Kunst und Dekoration«, »Innen-Dekoration«, »Stiderei und Spitzen« sowie die »Deutsche Tapeten-Zeitung« stellen sich den Lesern zur Verfügung und unter Glas repräsentieren sich ausgewählte Drude nebst einer Anzahl in Originalen gezeigter Farbenblätter. — Weiter treten die Gruppen der »Verbandszeitschriften« hervor. Beamtenverbände, Vereinigungen freier Berufe, Gewerkschaften von Angestellten und Arbeitern zeigen die Entwicklung ihrer Publikationen, der graphischen Aufmachung sowie das zahlenmäßige Anwachsen der Abonnentenziffern, die zugleich ein Bild von dem Aufstreben der einzelnen Vereinigungen geben. Eine besondere Anziehungskraft scheint für den Beschauer die »Sportzeitschrift« auszuüben. Der heutigen Einstellung entsprechend nehmen ihre einzelnen Vertreter einen ziemlichen Raum für sich in Anspruch. In durchaus einleuchtender Weise wird von der Wichtigkeit und Notwendigkeit körperlicher Tüchtigkeit und den Wegen zu ihr Kunde gegeben, und die publizistischen Mittel werden vorgewiesen, die diesem Streben dienen. Von hier aus führt die gedankliche Brücke leicht zu den Jugendverbänden und ihrem periodischen Schrifttum. Die vielfältigen Strömungen, die sich hier offenbaren, zeugen von dem pulsierenden Leben, das in den Werbenden der Neuzeit glüht. Die Abteilung »Schule und Presse« gibt eine weitere Illustration dazu. Sehr aufschlussreich ist der historische Teil dieser Schau. Wir erfahren, wie schon im XVII. Jahrhundert Schulmänner beginnen, Zeitschriften zu redigieren, die sich mit Fragen der Erziehung beschäftigen und die Gestaltung des Unterrichts zum Thema haben. Eine Abart dieser Gruppe ist die moderne Jugendzeitschrift, die Anleitung zu allerlei Handfertigkeit, zur Basterei und zum Sammeln von naturkundlichem Gut vermittelt. Eine typische Vertreterin dafür ist die Franck'sche Verlagsbuchhandlung Stuttgart. Sehr übersichtlich aufgemacht treten »Kosmos«, »Mikrokosmos«, »Radio für Alle«, »Basteln und Bauen«, und wie die für diesen Zweck bestimmten, zweckmäßig ausgestatteten und verständnisvoll redigierten Zeitschriften des Verlages alle heißen mögen, vor uns hin und werben um unsere Aufmerksamkeit. Sie alle vermitteln Wissen, wenn sie auch noch nicht zu den »Wissenschaftlichen Zeitschriften« gehören. Besonders stark vertreten finden sich landwirtschaftliche Blätter, die teils amtlichen Charakter tragen, wie denn auch die amtlichen Zeitschriften viele Vertreter aufweisen. Leider ist es unmöglich, sie alle aufzuzählen und ihre Wesensart zu erläutern. Bei unserer Übersicht darf die Erinnerung an die Blätter gleichfalls nicht fehlen, die weltanschauliche und politische Fragen in den Kreis ihrer Darbietungen ziehen. Unter ihnen treten die »Süddeutschen Monatshefte«, die nun seit mehr als fünfundsiebzig Jahren deutsche Kultur und Art pflegen, durch die graphische Mannigfaltigkeit ihrer stets wechselnden Titelgebung besonders in das Gesichtsfeld. Von hier aus schweift der Blick zu Veihagen & Klasing, deren literarisch-künstlerische Darbietungen in den »Monatsheften« und im »Dahheim« würdige Gestaltung finden. Originell an dieser Ausstellung ist eine lange, farbige Reklamewand, die in schlagwortähnlicher Fassung auf die Bedeutung für Haus und Familie hinweist. Große, erleuchtete Schaupulte zeigen vielseitigen Inhalt an farbigem, technisch hochwertig ausgeführtem

Bilderschmud. — Im Wettbewerb zu diesem Verlage hat Georg Westermann eine imponierende Schau getätigt, in der nicht nur die Bände von »Westermanns Monatsheften« dem Beschauer sich darbieten, sondern auch graphische, technische, sportliche und schönwissenschaftliche Werke auf den Besucher wirken. Eine sich mechanisch abrollende Kette von innen her beleuchteter, anschaulich, exakt und wirkungsvoll ausgeführter Wandkarten bildet einen Anziehungspunkt für das Auge, dem dann wieder ein von reichem Pflanzenwuchs umgebener Springbrunnen wohlthuende Ablenkung bietet.

Die humoristisch-satirischen Zeitschriften haben sich unter der Führung von Braun & Schneider, München, zu einem Kollektiv vereinigt, neben den »Fliegenden Blättern«, unserer ältesten, deutschen Zeitschrift dieses Genres, gruppieren Knorr & Hirth die künstlerisch hervorragenden Titelseiten ihrer »Jugend«, Selle-Cysler-Berlin ihre farbenfreudigen »Lustigen Blätter«, der »Simplicissimus« seine göttlich-unverschämten Karikaturen und der »Kladderadatsch« seine Dokumentensammlungen und typischen Einzelblätter in Reproduktion und im Original aus längst vergangener besserer Zeit des erst geeinten Deutschen Reiches. Bismarcks dreihäufiges, würdiges Haupt blickt herüber zum kleinen Windthorst-Meynen und anderen Gestalten aus dem Kreise der inneren und äußeren Politik, der Literatur und des Theaters vergangener Tage.

Und allenthalben findet das gedruckte Wort seine Ergänzung durch zweckentsprechende, es unterstützende Dekoration. So haben sich verschiedene Zeitschriften, die den Anhängern des edlen Weidwerks zu dienen beflissen sind, in einer Jagdhütte ein Standquartier gesucht; Meyers bekannte Modezeitschriften unter verschiedenen Titeln sind in einem modernen Modesalon ausgelegt, und dem Interessenten werden Schnittmuster in geschmackvoller Packung überreicht.

Was eigentlich wenig zur Anschauung kommt, sind Versicherungszeitschriften. Ihre Masse, die wohl das Hauptkontingent der Zeitschriftenabonnenten in Deutschland stellt, ist fern geblieben. Den Mangel suchen allerdings die großen Versicherungsbanken auszugleichen, die in großen Statistiken die Vorteile der so bequemen Versicherung durch periodische Literatur nachzuweisen bemüht sind. Daneben hat der »Reichsverband Deutscher Buch- und Zeitschriften-Händler« mittels seiner elektrisch betriebenen Zahlmaschine die gleichen Sicherungsmöglichkeiten und ihre praktischen Wirkungen ad oculos demonstriert.

Den Abschluß der Abteilung des Zeitschriftenwesens bildet eine koloniale Sonderchau. In durchaus unaufdringlicher aber sehr wirksamer Weise wirbt die Deutsche Kolonialzeitschrift für den Gedanken, den im fernen Lande unter fremder Herrschaft wirkenden und schaffenden Deutschen den Zusammenhang mit dem Mutterlande zu erhalten und in schwerer Zeit Verlorenes auf friedlichem Wege wieder zu gewinnen. In besonderem weise Oberstleutnant a. D. v. Ramsay die Besucher der »Kolonialen Schau« hier auf die Karte des »Schwarzen Kontinents« hin, auf Afrika, auf diesen »Raum ohne Volk«. Nach dem, was auf der Zeitschriftenschau so geboten wird, kann man bestimmt darauf rechnen, daß das eben zitierte Wort auf ihre Stätte keine Anwendung finden wird.

Der Zweck der Anzeige.

Von W. S. Wolff, Maastricht.

Der Zweck der Anzeige? Komische Frage! Doch selbstverständlich: Zu verkaufen!

Das ist aber nur bedingt richtig: Der Verkauf ist der Werbung Zweck. Die Anzeige, die dieser Werbung oft nur ein Teil ist, muß zwar immer diesen Endzweck fördern, hat aber häufig, für sich betrachtet, einen Teilzweck, der, auch wieder für sich genommen, nichts mit dem Verkaufe zu tun hat.

Gewiß: Wenn ich ein Zigarrenversandgeschäft habe und in meiner Anzeige dieser Zigarren Lob singe, erwarte ich Bestellungen und nichts als Bestellungen. Deshalb muß meine Anzeige auf dieses eine und alleinige Ziel: Verkaufen, eingestellt sein.