



Ende Oktober erscheint

Erzherzog Franz Ferdinand

Ein Lebensbild von

Theodor von Sosnosky

ca. 272 Seiten. Gr.-8°. Brosch. M. 9.—; in Leinen geb. M. 10.50.

Erzherzog Franz Ferdinand, der ehemalige Thronfolger in Österreich-Ungarn, hat durch seinen tragischen Tod den Weltkrieg entfesselt. Das allein schon würde ihm in der Weltgeschichte eine unvergängliche Bedeutung sichern. Doch weit entfernt, nur eine passive Rolle gespielt zu haben, ist Franz Ferdinand die stärkste Individualität gewesen, die das Geschlecht der Habsburger seit Kaiser Joseph II. hervorgebracht hat, und wäre, zur Herrschaft gelangt, vermutlich die bedeutendste Persönlichkeit unter den Monarchen Europas geworden.

Um so seltsamer ist es, daß eine so hervorragende und interessante Persönlichkeit – man hat Franz Ferdinand eine Sphinx-Gestalt genannt – von den zünftigen Historikern bisher ganz unbeachtet geblieben ist. Es ist bis jetzt kein einziges Buch über ihn veröffentlicht worden, das Anspruch darauf erheben könnte, als historiographische Arbeit gewertet zu werden. Diese auffallende Lücke in der zeitgeschichtlichen Literatur wird nun durch das Buch Theodor v. Sosnoskys ausgefüllt, der es sich zur Aufgabe gemacht hat, ein historisch-psychologisches Lebensbild Franz Ferdinands zu geben. Er ist, wie der Verfasser im Vorworte seines neuen Buches erzählt, zu seiner Aufgabe gewissermaßen von Franz Ferdinand selber autorisiert worden. Dank seiner persönlichen Beziehungen war er in der Lage, ein intimeres Bild des Thronfolgers zu zeichnen, als es anderen Autoren möglich gewesen wäre. Dank diesen Beziehungen konnte er auch aus der großen Zahl der ihm zur Verfügung gestellten Privatbriefe des Erzherzogs mehrere in seinem Buche wörtlich mitteilen.

Der Verfasser war bemüht, dieses zu einer Lektüre für das große gebildete und historisch interessierte Publikum zu machen und sich, diesen Zweck vor Augen, ebensoweit von der ledernen Langeweile dürrer Fachweisheit fernzuhalten als von jener Zwitterhaftigkeit – halb Geschichte, halb Roman –, die jetzt in den Monographien historischer Persönlichkeiten Mode geworden ist.

Käufergruppen: Historiker, Politiker, alle Freunde historischer und biographischer Literatur, historische Seminare, Bibliotheken.

Werbemittel: Buchkarte, Prospekt.



R. OLDENBOURG / MÜNCHEN 32 UND BERLIN W 10