

sehr flüchtig beachtet; hier kommt der einzelne Verlag zur Geltung und — je nach Wunsch des Verlegers — das eine oder andere Buch, das er besonders propagiert haben will. Der Leser kann sich also entscheiden; er wird nicht abgelenkt oder unnötig in seinem Kaufentschluß behindert. Wir haben einige Kunden, die jedesmal ein Buch des angezeigten Verlages kaufen! Die größere Wirkung dieser Werbung liegt natürlich in der regelmäßigen Wiederholung. Wie sehr unsere Arbeit auch vom Verleger begrüßt und gewertet wird, möge ein Brief des Herrn Dr. Hanns Martin Elster vom Horen-Verlag bekunden:

Die Sonderbeilagen der Breisgauer Zeitung und die Sonderausstellungen der »Freiburger Bücherstube« finde ich ganz ausgezeichnet. Im allgemeinen weiß das Publikum von den Verlagen wenig. Es kümmert sich nicht darum, ob ein Verleger bewußte kulturelle geistige Arbeit treibt oder nicht, sondern es kauft das Buch, das es zu haben wünscht, nach Autor und Inhalt. Es weiß auch infolgedessen wenig davon, daß die Gemeinschaft der Autoren in allen Verlagen eine gegenseitige Stütze, Förderung und Befruchtung der Autoren untereinander ist, und daß die Wirkungskraft der Autoren sich hebt, wenn sie bei innerer Verwandtschaft in einem Verlag vereinigt sind. Deswegen ist es geistig und wirtschaftlich für die Kultur eines Volkes von großer Bedeutung, ob es eine große Zahl charaktervoller und charakteristischer Verlage besitzt. Wir Deutschen haben dieses Glück in besonderem Maße, entsprechend unserem Streben nach individueller Kultur. Wenn Sie also jetzt Sonderbeilagen und Ausstellungen für Verleger machen, dann erwerben Sie sich damit ein ganz besonderes Verdienst um diese individuelle Kultur. Sie regen damit nicht nur die Arbeit der Verlage an, sondern zeigen dem Bücherfreund im Publikum auch den Weg, wie er zu dem Kreis Dichter finden kann, der ihm persönlich die stärksten Erlebnisse zubringen vermag. Diese Naturen an den ihnen bestimmten geistigen Kreis heranzubringen, ist stets von fruchtbarer Bedeutung. Ich wünsche deshalb Ihrer Arbeit starken und dauernden Erfolg.

Es würde uns freuen, wenn unsere Ausführungen dazu beitragen, das Arbeitsverhältnis zwischen Verleger und Sortimentler enger und erfolgreicher zu gestalten.

Freiburg im Breisgau.

Hanns Arens
i/S. Freiburger Bücherstube
Dr. Rudolf Cullmann.

Wir sind weder optimistisch noch pessimistisch genug, um uns vorzustellen, daß nun von allen Seiten auf die Verleger Anträge hereinströmen, für Sonderbeilagen der verschiedensten Zeitungen und Zeitschriften Inserataufträge zu vergeben. Wir begrüßen aber die Initiative der Freiburger Bücherstube, insbesondere den Entschluß, den Plan der literarischen Sonderbeilage in dieser Form dem Gesamtbuchhandel zur Diskussion vorzulegen. Wohl wissen wir seit den Vorträgen von Rowohlts und Monty Jacobs in der Singakademie — die wir wegen ihres wertvollen Gehalts noch einmal nachzulesen bitten (Vbl.Nr.97) —, daß die Meinungen über den Platz der Buchbesprechung in der Zeitung sehr auseinandergehen, und wir vermögen uns nicht der Meinung des Herrn Arens über die literarische Beilage der Frankfurter Zeitung anzuschließen, die übrigens auch eine andere Mission hat als die Beilage der Breisgauer Zeitung (in Freiburg ein *Doppelblatt*). Aber daß es häufig am wirksamen Rahmen zu buchhändlerischen Inseraten in den Tageszeitungen gefehlt hat, beweist uns das Ergebnis unserer zahlreichen Versuche, Verlag und Sortiment zu einer stärkeren Beschickung der Zeitungen mit Inseraten anzuregen, sei es aus besonderem Anlaß oder auch gerade in der Zeit, in der es nicht üblich ist, Bücher zu kaufen. Die deutschen Zeitungen haben ebenso ihre Tradition wie die nordischen, die bekanntlich die Berichterstattung über Tagesereignisse mit Artikeln über Literatur und Kunst und Anzeigen wirkungsvoll mischen, und es bedarf sicherlich jeweils der Kunst des Möglichen, durch Einzelarbeit an Ort und Stelle die Form der Insertion zu finden, die buchhändlerische Inserate öfter als bisher ratsam erscheinen läßt.

Wir freuen uns außerdem über den Versuch, dem breiteren Publikum anschaulich über die Struktur des deutschen Verlags etwas zu sagen. Was Willy Haas in der »Literarischen Welt«

kürzlich in dem Aufsatz »Gibt es eine Krise im deutschen Buchwesen? Gespräche mit den bedeutendsten Leipziger Verlegern« durchführte, hat weit über die Fachkreise hinaus Interesse gefunden. Wie wenig man auch in buchfreundlichen Kreisen über das Gesicht des Verlags Bescheid weiß, erfuhr der Schreiber dieses im vorigen Jahr, als er nach Abschluß eines buchhändlerischen Kurses im Volkshochschulheim von Dr. Fritz Klatt in Prerow seinen Urlaub mit einem Kursus über Sozialpädagogik verband. Die im Heim versammelten Lehrer, Lehrerinnen, Fürsorger — alles sehr belebte Leute — äußerten eines Tages den Wunsch, über die verschiedenen Verlagsrichtungen ausführlich unterrichtet zu werden, und im Lehrplan wurde darüber eine abendliche Arbeitsgemeinschaft von zwei Stunden angelegt, die aber dem Wunsche der Hörer und dem Umfang der Materie entsprechend zu vier großen mehrstündigen Vorträgen ausgebaut wurde. Auch am Tag des Buches ist hier und da mit Verlagskunde bestens für das Buch erworben worden. Stark subjektive, d. h. aber auch vorurteilsfreie Darstellung, die keinen Verdacht der Beeinflussung aufkommen lassen kann, ist notwendig. Hier zeigt der Freiburger Plan seine schwächste Stelle. Wenn Verlagskunde und Buchbesprechung noch vereinbar sind, wird nicht andern Orts in Leserkreisen die Verquickung des Inserates eines Verlegers mit der ihm gewidmeten Abhandlung bedenklich machen?

Noch ein anderes Plus hat der Freiburger Plan: die Übereinstimmung von Schaufenster und Inserat. Inwieweit die uns bekannten, ausgezeichneten Schaufenster der Freiburger Bücherstube den Erfolg bedingten, ist sehr zu erwägen. Um wieviel größer aber könnte das Interesse des Publikums noch sein, wenn es gelänge, diese Einzelinitiative zu wohlbedachter, gut kalkulierter Gemeinschaftsreklame der Buchhändler eines Ortes auszubauen. Wohl gemerkt, es handelt sich nicht um Sammelinserate, die vom Zeitungsverlag nicht freundlich angenommen werden (siehe auch die Abhandlung über Sammelanzeigen und Sammelprospekte im Maiheft der Zeitschrift »Die Fachpresse«), sondern darum, die Möglichkeit zu schaffen, die vom Verlag und ortsansässigen Buchhandel nicht immer auf eine sehr aussichtsvolle Weise angelegten Propagandamittel dem besten und weitestverbreiteten Publikumsorgan, nämlich der Zeitung, zuzuleiten.

W e r b e s t e l l e.

Die Eröffnung der Weltausstellung Barcelona.

Diesem Bericht über die Eröffnung der Weltausstellung wird ein ausführlicher über das Buch und die graphischen Künste folgen, sobald der Palast der Buchdruckerkunst eröffnet sein wird.

Mit der Eröffnung der Weltausstellung hat Barcelona seinen Übergang von einer Großstadt zur Weltstadt vollzogen. Nach jahrelangen Vorbereitungen, nach Überwindung der größten Widerstände ist es dem Initiator der Ausstellung Marquis de Foronda und dem Alcalde der Stadt Baron de Viver gelungen, pünktlich an dem in Aussicht genommenen Tage das Werk vollendet zu sehen. Es war ein Tag voll unvorstellbaren Glanzes, von einer Pracht, deren schwachen Abglanz der verarmte Mitteleuropäer nur noch in großausgestatteten Theater-Inszenierungen zu sehen gewohnt ist. Aber wenn sich auch manchmal leicht die Vorstellung operettenhaften Zaubers einstellte, so war doch die historische Bedeutung all des Geschauten, all dieses das Auge blendende Gepränge so stark, daß der leimende Spott bald der Bewunderung vor so viel Tradition wich.

Es war aber auch ein Tag, wie ihn Barcelona seit 1888 nicht erlebt hat. Damals, zur Zeit der ersten Weltausstellung, begann sich der Übergang Barcelonas von einer kleinen spanischen Provinzstadt zu einem Zentrum der spanischen Industrie und des spanischen Handels zu vollziehen. Diese Reminiscenz war auch die Veranlassung, heute nach mehr als vierzig Jahren abermals durch eine Weltausstellung von der Entwicklung Barcelonas und des ganzen Landes Katalonien Zeugnis abzulegen. Dieses Katalonien ist seit jeher der industriell und kommerziell entwickeltste Teil Spaniens; vor allem unterscheidet es sich durch die Arbeitsamkeit, den Unternehmungsgeist und die Intelligenz seiner Bewohner von dem übrigen Spanien. Mehr als die Hälfte aller spanischen Steuern