

freuen würde. Wir müssen bedenken, daß die Ausstellung in erster Linie die Liebe zum wohlfeilen Handeinband wecken soll, und es sind treffliche Bände selbst in Pappe, Halbleinen und Leinen darunter. Wir sehen schöne Bände mit Kleister-, Olwisch- oder Spritzpapier überzogen. Entzücken müssen natürlich mehr die Einbände aus edlem Material, aus Pergament und Leder mit technisch einwandfreier Handvergoldung. Da sind mir besonders ausgezeichnete Arbeiten von Professor Dorfner-Weimar, Otto Frahscher-Offenbach, Wilhelm Knobel-Wittenberg, Jacob Kohnert-Charlottenburg, Annie Peters und Ilse Hahne-Hamburg (Tochter von Universitäts-Professor Dr. Hans Hahne-Halle), Otto Pfaff-Halle, Elfriede Rodemeyer-Königsberg, Karl Funke-Leipzig, Adolf Rhein-Erfurt sowie von der Fachschule in Weimar aufgefallen. Als wirkliche Meisterleistungen sind die Schülerarbeiten der Handwerker- und Kunstgewerbeschule von Breslau zu werten. Sie nehmen nach meinem Dafürhalten den ersten Platz unter den Schülerarbeiten ein. Bedauert habe ich, daß treffliche Meister wie Carl Schulze-Düsseldorf, Johannes Gerbers-Hamburg und andere nur mit ganz einfachen Arbeiten vertreten sind, die ihr hohes Können nicht zur Geltung kommen lassen. Da in der ganzen Ausstellung der Zierat als abgetan möglichst vermieden wird, fällt bei einem Einband die hervorragende Kunst des als Gast vertretenen Paul Kersten-Berlin noch besonders auf, wie er mit nur geraden Linien auf dem Ganzleiderband »Novalis, Hymnen an die Nacht« die Gestalt eines betenden Mönches fast hinzubauert.

In einem besonderen Raum sind mit guten Leistungen einzelne Magdeburger Buchbindermeister vertreten, von denen Paula Rabe erfreuliche Ansätze zu neuem Werden zeigt. Ausscheiden hätte die Leitung die Arbeiten eines Meisters müssen, die wohl technisch vollendet, aber in dem Stil der siebziger Jahre hergestellt sind, die heute fast als vorintuitiv angesehen werden müssen.

Die Magdeburger Gravieranstalt von Dornemann & Co. zeigt ihr reiches Material in Messingschriften und Verzierungen. Die ferner ausgestellten geschmackvollen handgefertigten Überzugpapiere zeugen von hohem Können.

Ich hoffe, daß meine Kritik dazu beiträgt, die in Magdeburg gemachten Fehler auf der weiteren Wanderung der Bucheinbände zu vermeiden, damit im Sinne der Meister die Liebe zu handgebundenen Büchern leichter in den Herzen der Beschauer aufgeht; denn die Regsamkeit des Bundes muß anerkannt, die ganze Art der Werbung unbedingt hoch gewertet werden.

Friedrich Reinecke.

Allgemeine Werbelehre. Von Prof. Dr. Rudolf Seyffert Stuttgart: C. E. Poeschel 1929. 748 S., 396 z. Teil farb. Abb. gr. 8° 1929. Subskr.-Preis Leinen Mk. 42.—, Halbleder Mk. 48.—.

Seit vielen Jahren angekündigt und erwartet liegt der stattliche Band nunmehr vor. Gleich der erste Satz des Vorworts sagt, daß hier vornehmlich eine Lehre von der Technik der Werbung geboten wird. Hier liegt auch das Schwergewicht des Buches, 600 Seiten von 748 sind dieser Lehre gewidmet. In diesem Teil werden behandelt: die psychologischen Werbeelemente und Werbefaktoren, die Werbemittel, die Werbeplanung und Werbematerialherstellung, die Werbestreuung und die Lehre vom Werbeerfolg. Als obersten Grundsatz stellt er auf: Die Wirksamkeit. Dann folgen Wirtschaftlichkeit, Zielklarheit, Einheitlichkeit, Stetigkeit, Planmäßigkeit, Aktualität, Originalität und zuletzt Wahrhaftigkeit. Meines Wissens zum erstenmal in der Literatur ist ein ganzer Abschnitt der Werberevision gewidmet, die er in Parallele zur Bücherrevision und treuhänderischen Tätigkeit stellt. Dieser Hauptteil ist ganz ausgezeichnet gelungen. Hier hat ein die Materie beherrschender Kopf das aus tausend Quellen zuströmende Material gesichtet, ausgewählt und zu einem großen System einer deutschen Werbelehre gestaltet. Ich betone das Wort »deutsch«, denn man merkt, daß er zwar auch das amerikanische Material gesichtet hat, aber nur das aufnahm, was für die Bearbeitung der deutschen Käufer wichtig ist. Nur das Gesicherte ist verzeichnet, irgendeine Lücke ist mir nicht aufgefallen. Sorgsam ist die Auswahl der Abbildungen, drucktechnisch ausgezeichnet (teils mehrfarbig) wiedergegeben. Für den Buchhändler besonders wichtig ist der Literaturanhang mit kritischer Besprechung der Werke (26 Seiten), allgemein wertvoll das vierfache Register (26 Seiten).

Gerade bei diesem Buch wird es wieder ein billiger Spaß für die »Nurpraktiker« sein, zu sagen, daß sie darin gar nichts Neues fänden. Das sind die Rezeptjäger, die Buttermaschinen ins Erzgebirge verkaufen wollen und nun behaupten, daß das Buch nichts bietet; das sind die »Praktiker«, die aus Mangel an klarem Denken den mit systematischer Überlegung Handelnden einen grauen Theoretiker schimpfen. Werben ist eine Art von Komposition. Die Kennt-

nis der Töne, der Harmonielehre und des Kontrapunkts machen noch niemand zum Komponisten, aber dem Musiker mit Ideen erleichtern diese Kenntnisse die Arbeit. Diesen Leuten zum Trost sei obiges Urteil aufgestellt.

Aber etwas Schatten fällt doch über das Buch. Es heißt weiterhin im Vorwort, daß es als ausgesprochen werbewissenschaftliche Untersuchung gedacht sei. Soweit das die Lehre von der Technik der Werbung betrifft, besteht der Ausspruch zu Recht. Aber es faßt weiter und nennt sich »Allgemeine« Werbelehre. Das stimmt nicht. Es ist eine »Wirtschaftliche« Werbelehre mit Ausblicken auf die »Allgemeine« Werbelehre. Daß es so ist, liegt an der Methode Seyfferts. Die von ihm gegebene Definition: »Werbung ist eine Beeinflussungsform, die durch planmäßige Mittel veranlassen will zum selbstgewollten Aufnehmen, Erfüllen und Weiterpflanzen des von ihr dargebotenen Zwecks« ist zwar umfassend genug, aber er wendet sie tatsächlich in den wesentlichen Teilen seines Buches nur auf das Individuum an. Ich habe bereits früher an dieser Stelle zu zeigen versucht (Bbl. 1924, Nr. 195, 197), daß sie zu stark abstrakt ist und damit blutleer wird. Ich halte Werbung für einen wertfreien Exponenten des sozialen Grundtriebs »Wettbewerb« (vgl. Spann, System der Gesellschaftslehre). Damit erhält die Werbung eine grundlegende soziologische Bedeutung und erscheint als wichtigstes Werkzeug aller Gruppenbildung. Seyffert betont individualistisch »Technik« und drängt damit die soziologische Dreieckigkeit der Beziehung zwischen Werber, Zweck der Werbung und Umwordenen zurück. Kennt man diese Grundeinstellung Seyfferts, dann wird einem klar, weshalb die Eingangskapitel über Wesen und Entwicklung der Werbung und Schlussskapitel über die Bedeutung der Werbung unbefriedigt lassen. Aber es gibt kein allein richtiges System der Werbung, deshalb ist Seyfferts Betrachtungsweise wichtig und notwendig. Man wünscht nur, daß sein Gegenpol, die Schule Weidenmüllers, die die Beziehung in den Mittelpunkt ihres Systems stellt, auch bald zu einer Gestaltung kommt. Bei dem esoterischen Charakter dieser Schule werden wir aber wohl noch lange darauf warten müssen. —Kli—

Engel, Eduard: Geschichte der deutschen Literatur von den Anfängen bis in die Gegenwart. 38., durchgesehene u. ergänzte Aufl. Leipzig: Koehler & Amelang 1929. XI, 569 S. m. 23 Bildnissen u. 13 Handschriften. Lex.-8° Swb. M. 35.—.

Das bekannte und längst bestbewährte Werk liegt jetzt in einer neuen Auflage des Verlages Koehler & Amelang vor. Die Darstellung ist bis in die letzte Gegenwart weitergeführt und zeigt auch in diesen Abschnitten alle Vorzüge des Werkes, das ja in der bereits erreichten hohen Auflagenzahl seine beste Empfehlung besitzt. Wie Eduard Engel gerade die neuesten Erscheinungen unserer Literatur bewertete und betrachtet, ist durch das vor kurzem in demselben Verlag erschienene Werk aus seiner Feder »Was bleibt« schon zur Genüge bekannt. Dazu braucht hier also nichts weiter bemerkt zu werden. Die neueste Zeit ist auch in den Bildbeigaben entsprechend berücksichtigt, wie im ganzen die Ausstattung allen Ansprüchen genügt. Das Werk wird sowohl in zwei Bänden wie in einem Bande geliefert. gm.

Wöchentliche Übersicht über geschäftl. Einrichtungen u. Veränderungen.

Zusammengestellt von der Redaktion des Adreßbuches des Deutschen Buchhandels.

(Verzeichnis der Abkürzungen s. zuletzt in Nr. 182.)

5. bis 10. August 1929.

Vorhergehende Liste 1929, Nr. 182.

Konkurse und Vergleichsverfahren.

Antiquariat Ed. Rahr, Kiel, in Konkurs s. 5/VIII. 1929. [B. 183.]

Busse, Ernst, vorm. A. E. Fischer, Wilhelmshaven, in Konkurs s. 31/VII. 1929. [B. 181.]

*Kocholl, Gottfried, Leer (Ostfriesland), in Konkurs s. 2./VIII. 1929. [B. 185.]

*Bechhold, S., Verlagsbuchhandlung, Frankfurt a. M. Adresse jetzt: 1, Blücherstr. 20/22. [Dir.]

Berens'sche Buch- u. Kunsth. Arnold to Berens, Gütersloh, erloschen. [Dir.]