

der Entwurf, Reinverdienst 20 Mark. Pünktlich wird er abgeliefert. John Tagatta, Etienne Drian und andere Meister ahnen nichts von der stillen Verehrung, die ihren Werken in der Arbeitsstätte der Herren A. und B. gezollt wird. Hier ist die Sache so, daß A. und B. arme Teufel sind, die hungern müssen, wenn sie die 30 Mark für die Dame mit Sonnenschirm nicht bekommen.

3. Das böswillige Plagiat. Ähnlich wie der geschilderte Fall der beiden »Auch Fachleute« A. und B., die sozusagen aus Not stahlen, liegen mehrere andere, die doch eine weit strengere Beurteilung erfordern. Ich erhielt kürzlich Kenntnis von einem »Reklame-atelier«, welches ganz gewohnheitsmäßig die bei ihm bestellten Entwürfe anderen Quellen entnahm und damit nicht nur die eigene Berufsehre, sondern auch die wirtschaftliche Grundlage seiner Kollegen schädigte. Vor dem Kriege gab es einmal in Berlin eine Werkstatt unter der Leitung eines recht bekannten Künstlers, der vier oder fünf Mitarbeiter unterhielt, welche in der Hauptsache damit beschäftigt wurden, ausländische Zeitschriften auf gute Entwürfe hin zu untersuchen und diese dann in entsprechender Veränderung in Deutschland zu verkaufen. Er machte ein großes Geschäft, was um so bedauerlicher war, als der Mann selbst zweifellos viel Talent hatte und zahlreiche eigene Entwürfe herausbrachte, die in jeder Weise Anerkennung verdienten. Schließlich veröffentlichte jemand ein Buch, in welchem zahlreiche Entwürfe dieses Ateliers abgebildet waren unter Gegenüberstellung mit den meist ausländischen Quellen, welche als Grundlagen gedient hatten. Die Tätigkeit des genannten Herrn fand damit ein jähes Ende.

4. Das unbewusste Plagiat. Es ist viel häufiger, als man denkt. Die heutige Zeitströmung, die Entwicklung der Mode, der bunte Reigen aktueller Ereignisse und zahlreiche ander Umstände gleicher Richtung führen häufig mehrere Leute zu den gleichen Ideen. Da nun meistens die am nächsten liegenden Ideen zuerst ausgeführt werden, so ergibt sich nur zu leicht ganz zufällig eine Übereinstimmung, die dann alle Beteiligten in gleichem Maße überrascht.

5. Das Plagiat aus Unterbewußtsein. In ähnlicher Weise erklären sich auch viele Übereinstimmungen in Bild- und Textreklame. Die Fülle der Anzeigen und Plakate, die den im Werbefach tätigen Personen vor Augen kommt, ist heute so unendlich groß, daß nur zu leicht bestimmte Eindrücke im Unterbewußtsein haften bleiben, die dann später bei irgendeiner Gelegenheit hervortreten und den Vorwurf des Plagiats nach sich ziehen. Sowohl Werbefachleute wie Graphiker werden leicht das Opfer solcher unbewusster Eindrücke, von welchen sie mit dem besten Gewissen schwören können, bisher nie etwas Ähnliches gesehen zu haben.

6. Die Branchenmode. Schon mehrfach wurde mit Berechtigung darauf hingewiesen, daß sich in manchen Geschäftszweigen allmählich eine ganz bestimmte Form der Werbung herausgebildet hat, die bei einer Reihe von Firmen mit nur unbedeutenden Abweichungen zum Ausdruck kommt. Es gibt Industriezweige, von welchen sich vier oder fünf Firmen ohne jeden Anlaß auf die gleiche Größe und Erscheinungsweise ihrer Anzeigen festlegen, andere wieder, die grundsätzlich innerhalb des gleichen Geschäftszweiges alle dieselbe Textform wählen und wiederum andere, die sich auf ganz bestimmte Werbemittel geeinigt zu haben scheinen, während sie viel besser daran täten, möglichst getrennt zu marschieren. Diese Branchenmode mag sich aus der begreiflichen Neigung jedes Fachmannes erklären, mit besonderer Aufmerksamkeit die Schritte seiner Wettbewerber zu verfolgen. Er lebt sich dann so in den Geist der Konkurrenzanzeigen ein, daß er gar nicht mehr an die Möglichkeit denkt, mit ganz anderen Werbeformen eigene zu schaffen und somit Wertvolleres zu leisten. Dies ist sehr bedauerlich, denn Eigenart ist eines der sichersten Mittel, die zum Werbeerfolge beitragen.

7. Das Photo-Plagiat. Einem bedeutenden englischen Maler, Sir William Orpen, wurde einmal nachgewiesen, daß eines seiner erfolgreichsten Bilder, eine Tiergruppe darstellend, lediglich die Umarbeitung einer gut geglückten Lichtbildaufnahme sei. In Fachkreisen ergab sich daraufhin eine große Erörterung der Frage, inwieweit der Künstler berechtigt sei, Lichtbilder als Vorlagen für seine Entwürfe zu benutzen. Die persönliche Ansicht Kupferbergs ist die, daß Lichtbilder, welche eine selbständige künstlerische Leistung darstellen, bei welchen also die Stellung der Modelle, die Art der Beleuchtung und andere Einzelheiten in sich einen künstlerischen Wert besitzen, nicht ohne Verletzung des Urheberrechts des Lichtbildners zu Werbeentwürfen umgestaltet werden dürfen. Hat der betreffende Künstler seine Lichtbildaufnahme selbst gestellt und nicht anderweitig verwendet, so ist es natürlich sein gutes Recht, sie zu einem Werbeentwurf zu verwenden.

Die Vorschläge zur Bekämpfung des Plagiats gipfeln bei Kupferberg in drei Sätzen: erstens sollen Plagiate, sobald sie auftauchen, in den Reklamesachzeitschriften des betreffenden Landes unter Gegenüberstellung mit dem Original veröffentlicht wer-

den; zweitens soll ein internationales »Copyright« geschaffen werden, was auch Burchard forderte; drittens sollen die Werbefachleute dazu beitragen, Plagiate zu vermeiden, indem sie vor den zu erwartenden Unannehmlichkeiten warnen und andererseits darauf hinweisen, wie sinnlos es ist, sich in der Reklame mit dem Gewande eines anderen zu schmücken, da man dann meist mehr für den anderen als für sich selbst werbend hervortritt.

## Schwierigkeiten des Buchhandels in Rumänien\*).

Über das Problem des Buches wurde bereits viel gesprochen. Wir erinnern an eine Versammlung der Verleger, die vom Präsidenten der Schriftstellervereinigung Liviu Nebreanu einberufen worden war, um zu dieser Frage Stellung zu nehmen. Man sprach hierbei viel, faßte einige Beschlüsse, arbeitete eine Denkschrift aus und reichte sie dem Ministerium für Kunst ein. Die Lage hat sich seitdem nicht geändert. Die Krise des Buches dauert nach wie vor an.

Welches sind die Gründe hierfür? Es gibt ihrer zweifellos sehr viele. Um sie näher kennenzulernen, haben wir unter den größeren Verlegern, da diese wohl in erster Linie berufen sind, sich zu dieser Frage zu äußern, eine Rundfrage veranstaltet. Einige gaben in ihren Antworten sehr wertvolle Anregungen. Besondere Berücksichtigung verdienen die Ansichten der Verleger Ioanitiu und S. Ciornei, die wegen ihres Weitblickes und der gründlichen Kenntnisse des Buchfaches allgemeines Ansehen genießen. Nach der Rundfrage in Verlegerkreisen wollen wir eine solche unter den Schriftstellern und anderen an der Frage interessierten Persönlichkeiten veranstalten.

Der von uns versandte Fragebogen enthält folgende 5 Punkte:

1. Welche Bücher wurden am meisten verkauft?
2. Welche Werke gedenken Sie herauszugeben?
3. Welche Wege wären einzuschlagen, um den Buchhandel zu beleben und die Bücherpreise herabzusetzen?
4. Inwieweit könnte staatliche Hilfe in Anspruch genommen werden?
5. Wie könnten die Beziehungen zu den Sortimentern reguliert, in eine gewisse Norm gebracht werden?

### D. Ioanitiu (Cartea Românească):

1. Welche Bücher am meisten verkauft wurden: Die Liviu Nebreanus, Mihail Sadoveanus, Brătescu-Voinesti, Ionel Teodoreanus, Damian Stănoiu, Cezar Petrescu und Otilie Cazimir. Die Auflagen waren natürlich nicht überwältigend groß, doch im Hinblick auf die Krise, die das Buch augenblicklich fast in der ganzen Welt durchmacht, befriedigend. Ich konnte diese Krise in Frankreich, Italien, Deutschland und der Tschechoslowakei feststellen. Mit dieser Frage muß man sich ernstlich befassen. Meiner Ansicht nach ist die Gleichgültigkeit, die man dem Buche entgegenbringt, vielfach auch auf die sich bietenden Zerstreuungen anderer Art, die den Leser dem Buch entfremden, zurückzuführen.

2. Vorläufig »Das Paradies«, den letzten Band von Dantes Göttlicher Komödie, übersetzt von Gh. Cosbuc, des weiteren »Die Finsternis« von Căsar Petrescu, 2. Auflage, dann den »Garten der Erinnerung«, Prosadichtungen von Otilie Cazimir und »Das Leben Th. Sperantias«, von ihm selbst geschrieben.

3. Diese Frage muß eine Zweiteilung erfahren. Die Belebung des Interesses für das Buch muß gesondert von der Frage seiner Verbilligung behandelt werden. Bezüglich des ersteren sei festgestellt, daß die rationelle Organisation der Kolportage leider nicht nur von uns abhängt. Eine Kolportage ist jedoch notwendig, um das Buch dem Leser zu vermitteln, da wir noch nicht so weit sind, daß er es selbst sucht.

Der zweite Teil der Frage, die Verbilligung des Buches betreffend, hängt mit dem ersten innig zusammen. Die Faktoren, die für die Preisbildung ausschlaggebend sind, sind Papier, Arbeitskraft, Druck, Autorenhonorar, Buchhändler- und Verlegerrabatte und Verbandsbesen. Das Papier ist teuer, die Ansprüche des Autors und des Buchhändlers sind hoch. Letzterer verdient ohne Risiko annähernd 50%. Seinen Rabatt herabsetzen, hieße, sein an und für sich recht mäßiges Interesse noch mehr verringern.

4. Ich wäre glücklich, wenn man Staatshilfe nicht in Anspruch nehmen müßte. Leider ist man hierzu genötigt, obwohl nichts

\*) Übersetzt aus Adevărul Litorar și Artistic. Bukarest. Nr. 442 vom 26. Mai 1929.