

Farbe gehalten sein; es soll durch die Form seines Aufbaues oder einen originellen Blickfang sich von den allgemein üblichen Buchfenstern unterscheiden und muß unbedingt durch Plakat oder Aufschrift als Sonder-Ausstellung von Neuerscheinungen kenntlich gemacht sein. Die für den Blickfang und die Aufschrift gewählten Formen und Farben müssen sich der sonstigen Dekoration harmonisch anpassen und sollten bis zum kleinsten Preisschild einheitlich angewandt werden.

Auch auf anderen Gebieten der Buchwerbung lassen sich zahllose Beispiele von Stillfehlern finden. Man findet z. B. immer noch allzu oft Prospekte über Schöne Literatur in römischer und solche über wissenschaftliche Werke in Fraktur-Schrift gedruckt. Auch Kinderbücherprospekte ohne bunte Farben, ja sogar ganz ohne Bilder gibt es noch ab und zu. Die meisten Fehler aber werden noch bei Bücher-Plakaten gemacht. Es gibt hier folgende Regel: Ein Plakat muß auf den ersten Blick alles sagen, was es zu sagen hat, denn was es nicht auf den ersten Blick sagt, das sagt es überhaupt nicht. Ein Bücherplakat muß demnach so beschaffen sein, daß es demjenigen, der als Käufer für das Buch in Frage kommt, auf den ersten Blick fesselt. Zur Illustration dieser Regel will ich einige Plakate erwähnen, die bestimmt jedem Buchhändler bekannt sind und die in geradezu vollendeter Weise ihre Aufgabe erfüllt haben: Plakat des Verlages Alfred Kröner zu den billigen Nietzsche-Ausgaben (schwarz und weiß, mit Bildnis Nietzsches) — Plakat des Verlages Dietrich Reimer zu Bengt Berg, Die letzten Adler (farbig mit fliegenden Adlern am Himmel) — Plakate des Wilhelm Goldmann-Verlages zu den Büchern von Edgar Wallace (bunt mit Wiedergaben der Buchtitelblätter und mit Photobildnis des Verfassers) — Plakat der Deutschen Verlags-Anstalt zu Alfred Neumann, Der Teufel (Schriftplakat mit schwarzem und rotem Druck). — Der Charakter aller dieser genannten Plakate ist so verschieden wie die Bücher, für die sie werben sollen. Jedes der genannten Plakate spiegelt nicht nur den Charakter des jeweiligen Buches wider, sondern es ist auch auffallend, einprägsam und von unfehlbar fesselnder Wirkung gerade auf das Interesse jener Menschen, die als Käufer in Frage kommen.

Darf ich Ihnen nun zum Schluß einen Rat geben? Stellen Sie sich vor jeder Werbeaktion folgende Fragen: 1. Was will ich verkaufen? 2. Wen kann ich als Käufer am leichtesten gewinnen. Haben Sie sich beide Fragen beantwortet, so suchen Sie nach einer Werbungsform, die beiden Antworten gerecht wird. Wenn Sie dann, ohne sich irre machen zu lassen, diese Werbungsform konsequent bis zur geringfügigsten Kleinigkeit durchführen, dann hat Ihre Werbung »Stil« und wird, wenn auch nicht den gewünschten, so doch einen zeitentsprechend günstigen Erfolg bringen.

Böer, Friedrich: Klaus, der Herr der Eisenbahnen. Ein Bilderbuch mit Fotos und farbigen Bildmontagen. Herbert Stuffer Verlag, Berlin. 28 Bildseiten. Halbleinen RM 2.40.

Friedrich Böer, schon früher bekannt geworden durch die typographische und bildredaktionelle Mitarbeit an Eugen Diesels »Land der Deutschen«, bis Ende 1931 als Bildredakteur des Bibliographischen Instituts und jetzt in Berlin selbständig tätig, hat den Versuch unternommen, ein Jungensbuch zu schaffen, das allen Bedürfnissen des Knaben nach Romantik und zugleich Sachlichkeit entspricht und in der äußeren Gestaltung einen absolut neuen Weg einschlägt. Das Bändchen dürfte den Buchhändler nicht nur als das Werk eines Kollegen interessieren, sondern ebenso sehr als etwas Neues auf typographischem Gebiet, das den Erwachsenen seiner zahlreichen glücklichen Einfälle und der ästhetisch befriedigenden Gestalt wegen ebenso gefallen wie alle Jungens zwischen acht und vierzehn Jahren, für die die Eisenbahn immer noch ein abenteuerliches Erlebnis ist, begeistern wird. Der Buchhändler möge deshalb nicht nur seinem eigenen Sprößling das Buch auf den Weihnachtstisch legen, sondern auch möglichst viele Eltern, die Rat suchend zu ihm kommen, zum Kauf ermuntern.

F r a s s c h e r.

Steuben, Fritz: Tecumseh und der Lederstrumpf. — Der fliegende Pfeil. — Der rote Sturm. — Emir Dynamit. Stuttgart: Franck'sche Verlagsch. 4 Bde. Mit vielen Abbildungen und Tafeln. Sw. Je RM 4.80.

Die hier angezeigten Bücher stammen von einem Buchhändler, der sich hinter dem Pseudonym Fritz Steuben verbirgt. Sie haben teilweise bereits mehrere Auflagen erlebt und sind von der Presse und der Jugendschriften-Kritik lebhaft begrüßt worden, wie aus den vom Verlag in Nr. 272 veröffentlichten Stimmen hervorgeht. Die Deutsche Zentralstelle für volkstümliches Büchereiwesen schreibt z. B.: »Die Indianerliteratur hat durch diese beiden Bücher von Fritz Steuben eine erfreuliche Bereicherung erfahren. Steuben hat die Fähigkeit, geschichtliche Ereignisse fesselnd darzustellen, er vereint

die Kunst sachlicher Berichterstattung mit starken schriftstellerischen Fähigkeiten. . . Die Anschaulichkeit der dargestellten Ereignisse wird wesentlich gefördert durch die zahlreichen ethnographischen Bildertafeln, Strichzeichnungen indianischer Gebrauchsgegenstände, Karten und Gesichtsskizzen, die den Büchern beigegeben sind, und durch eine einfache, sachlich klare Sprache. Die bis ins Einzelne gehenden Schilderungen der Lebensgewohnheiten und der abenteuerlichen Geschehnisse werden den Wissensdurst der Knaben wirklich befriedigen können.

Es ist gewiß erfreulich, ein solches Urteil über Bücher zu hören, die von einem aus unseren Reihen verfaßt sind, und der Buchhandel wird sich gern für sie einsetzen.

Kleine Mitteilungen

Internationaler Verlegerkongress. — Die Commission Internationale des Internationalen Verlegerkongresses ist am 19. Novbr. in Paris im Cercle de la Librairie unter dem Vorsitz von Herrn Louis Hachette zu einer Sitzung zusammengetreten. Es waren ferner anwesend für Deutschland Herr Dr. Gustav Kilpper, 2. Vizepräsident; für Belgien die Herren Georges Sande und Jech-Bowie; für Frankreich Herr Languereau; für Großbritannien die Herren Stanley Unwin und W. G. Taylor; für Italien die Herren Franco Ciarlantini und Renzo Vermès Geshina; für die Niederlande die Herren van Holkema und Djeent Willink; für die Schweiz Herr Hans Pichtenhahn; für Spanien Herr G. Gili sowie der Generalsekretär des permanenten Büros Herr Belleman. — Im Laufe der Vormittags-Sitzung wurde geprüft, in welcher Weise den »Wünschen« der neunten Tagung entsprochen worden ist; außerdem wurden verschiedene finanzielle und administrative Angelegenheiten erledigt. In der Nachmittags-Sitzung wurde beschlossen, daß die zehnte Tagung im Juni 1933 in Brüssel stattfinden wird. Für die zu behandelnden Themen wurden Vorschläge gemacht.

Wie bringe ich »das« Buch an »den« Mann. — Am Mittwoch, dem 30. November brachte die Funkstunde Berlin um 17.30 Uhr eine Diskussion über das oben genannte Thema. Die Unterhaltung wurde für den Verlagsbuchhandel von Herrn Erwin Bartels (Geschäftsführer der Edart-Verlag G. m. b. H., Berlin), für das Sortiment von Herrn Warnke (Fa. Hugo Rother, Berlin) und für das Publikum von Frau Dr. Gertrud Diez geführt. Der Grundgedanke war, der Allgemeinheit einen Blick in das Zusammenwirken zwischen Verlag und Sortiment sowie in Wesen und Arbeitsmethoden des Gesamtbuchhandels zu verschaffen; außerdem wurde eingehend auf das Buch und seine Stellung zum heutigen Menschen eingegangen. Vor allem legten die Sprecher klar, daß die Arbeit im Dienste des Buches ganz besondere menschliche und kaufmännische Aufgaben stellt. Die Kundin erfuhre, wie diese Aufgaben auf der einen Seite vom Verlag, auf der anderen vom Sortiment zum Nutzen des Buchkäufers angefaßt und gelöst werden.

Jeder Buchhändler könnte sich nur wünschen, daß dieser Vortrag von recht viel Hörern beachtet worden ist, denn er war so recht geeignet, für das Buch und unsern Stand als Buchhändler zu werben; sein gedanklicher Aufbau war so klar, sein werblicher Hintergrund wurde in so diskreter Form gebracht, daß man sich freuen mußte, ihn als Drucksache, wenn auch in gekürzter Form, jedem, der aus irgendeinem Grunde dem Buch oder unserm Stand gegenüber sich gleichgültig verhält, in die Hand zu drücken. R. S e i n e.

Das Jahr in Büchern. — In einem Biergespräch »Das Jahr in Büchern« am 11. Dezember 19 Uhr im Mitteldutschen Rundfunk geben Leser, Bibliothekar, Buchhändler und Kritiker einen Rechenschaftsbericht über die Buchproduktion und den Bücherkonsum im Jahre 1932.

Verlagsabende. — Die Verlagsbuchhandlung Julius Püttmann beginnt am 14. Dezember 20½ Uhr mit der Veranstaltung einer Reihe von Verlagsabenden in ihren Geschäftsräumen, Berlin Lin W 9, Eichhornstraße 8 (am Potsdamer Platz). Es spricht der bekannte Berliner Philologe und Philosoph Dr. Werner Achelis über: »Die Schwierigkeit philosophischen Denkens« (Thema des ersten Abends: »Die Problematik der philosophischen Fragestellung«). Interessenten erhalten bei mündlichem oder schriftlichem Ersuchen (Auf B 1 Kurfürst 11 55) unberechnet Einlaßkarten. Die Gästezahl ist beschränkt. — Am 11. Januar 1933 wird Dr. phil. Dr. med. Kurt G a u g e r über Psychoanalyse sprechen.

Die Internationale Gesellschaft für Schrift- und Buchkunde (Professor Dr. Schramm, Leipzig, I. Vorsitzender) hält am Sonntag, dem 11. Dezember in der Universitätsbibliothek Leipzig um 11 Uhr