

Die literarische Produktion Spaniens hat im Jahre 1932 nur um 12 Einheiten zugenommen. Von den 41 Klassen der Einteilung nach Wissenschaftsgebieten sind 18 in der Zunahme, 21 in der Abnahme, zwei bleiben sich gleich. Die Schwankungen sind meist schwach mit Ausnahme des Rückgangs in Klasse 35 (Romane und Novellen) um 138 Einheiten und des Fortschritts in Klasse 11 (Politik) um 91. — Was die Produktion auf dem Gebiete der Musik betrifft, so haben wir weiter oben die diesbezügliche Meinung des Herrn Navarro Salvador mitgeteilt.

Die Statistik nach Sprachen stellt sich wie folgt dar:

Statistik nach Sprachen.

	1931	1932	
Werke in Spanisch	2319	2327	(+ 8)
" " Katalanisch	98	110	(+ 12)
" " Mallorisch	7	2	(- 5)
" " Lateinisch	3	1	(- 2)
" " Französisch	2	6	(+ 4)
" " Italienisch	2	—	(- 2)
" " Galicisch	1	1	
" " Valencianisch	1	1	
" " Englisch	1	—	(- 1)
" " Hebräisch	1	—	(- 1)
" " Esperanto	1	—	(- 1)
Insgesamt:	2436	2448	(+ 12)

Die genaue Statistik der Übersetzungen ausländischer Werke ins Spanische findet sich in der Tabelle nach dem Schema von Lucian March (siehe S. 32 unten). Überdies hat Herr Navarro Salvador für die Jahre 1928 bis 1932 den Prozentsatz festgestellt, den die Übersetzungen in der Gesamtheit der literarischen Verlagswerke Spaniens einnehmen:

	Gesamtzahl der literarischen Werke	Übersetzungen (reine Zahl)	Übersetzungen (Prozent)	Bodenständige Werke
1928:	2180	525	24	1655
1929:	2322	664	28,5	1658
1930:	2427	882	36,3	1545
1931:	2436	892	36,7	1544
1932:	2448	754	30,8	1694

Die Zahl der Übersetzungen, die von 1928 bis 1931 beständig gestiegen war, hat im Jahre 1932 gegenüber 1931 einen Rückgang um etwa 6% erlitten.

B. Die spanischen Buchdrucker unterliegen der gesetzlichen Hinterlegungspflicht der aus ihren Druckereien hervorgegangenen Bücher, Broschüren, Kunstblätter und Landkarten bei der Landesbibliothek in Madrid. Im Laufe der Jahre 1930 bis 1932 hatten diese Hinterlegungen folgenden Umfang:

Von den Buchdruckern hinterlegte Veröffentlichungen.

Jahr	Bücher	Broschüren	Kunstblätter	Landkarten
1930:	3000	3820	38	40
1931:	3360	4000	70	35
1932:	3700	4103	40	35

C. Herr Navarro Salvador hat für die Zeitschrift »Le Droit d'Auteur« eine Übersicht der literarischen Produktion Spaniens nach dem Schema von Lucian March aufgestellt (s. S. 32). Diese Tabelle umfaßt das gesamte Bücherwesen Spaniens ohne die Musikstücke (s. oben Buchstabe A.) und erwähnt für jede Klasse der Dezimal-Einteilung:

1. die Zahl der Bücher und Broschüren (das Buch zu 100 Seiten und mehr, die Broschüre zu weniger als 100 Seiten);
2. die Zahl der Werke nach der Sprache, in der sie gedruckt sind;
3. die Zahl der Übersetzungen nach der Sprache des Originalwerks. (Die Übersetzungen sind in der Gesamtsumme der Verlagswerke inbegriffen).

Verteilung der literarischen Produktion auf die spanischen Städte:

	1931	1932
Madrid	1 444 (59,2%)	1 382 (56,5%)
Barcelona	730 (29 %)	747 (30,5%)
Anderer Städte	262 (11,8%)	319 (13 %)
Insgesamt:	2 436 (100 %)	2 448 (100 %)

Vereinigte Staaten.

Die Statistik der literarischen Produktion der Vereinigten Staaten im Jahre 1932 ist in der Nummer vom 21. Januar 1933 des Publishers' Weekly, des Organs der amerikanischen Verleger, erschienen.

Statistik der Vereinigten Staaten nach Wissenschaftsgebieten.

Wissenschaftsgebiete	Neuererscheinungen*)		Neue Auflagen	
	1931	1932	1931	1932
1. Philosophie	271	244	25	20
2. Religion und Theologie	738	660	48	27
3. Soziologie, Volkswirtschaft	580	610	52	40
4. Recht	94	86	32	23
5. Erziehung	242	238	13	10
6. Philologie	206	154	58	40
7. Naturwissenschaften	367	311	85	76
8. Angewandte Wissenschaften, Technologie, Ingenieurkunst	286	176	68	43
9. Medizin, Hygiene	319	308	100	72
10. Landwirtschaft	72	62	21	13
11. Hauswirtschaft	66	70	15	5
12. Handel	176	125	23	23
13. Schöne Künste	208	174	13	15
14. Musik	69	56	11	9
15. Spiel, Sport, Vergnügen	156	174	14	8
16. Allgemeine Literatur, Essays	422	325	72	62
17. Poesie und Drama	627	506	84	67
18. Romane	1272	1384	670	604
19. Jugendschriften	873	579	145	139
20. Geschichte	421	420	66	45
21. Erdkunde und Reisen	287	234	100	44
22. Biographie, Genealogie	699	603	76	82
23. Enzyklopädien, Sammlungen, Bibliographien, Verschiedenes	55	57	10	12
Insgesamt:	8506	7556	1801	1479
		-950		-322

(Fortsetzung folgt.)

Werbung und Handel.

Von Dr. Heinrich Hunkle, MdR., Ständiger Vertreter des Präsidenten des Werberats der Deutschen Wirtschaft.

Die Aufgabe des Werberates der deutschen Wirtschaft läßt sich am besten an den bisherigen Leistungen: Neuordnung des Anzeigewesens, Neuregelung des Ausstellungs- und Messwesens und praktische Gemeinschaftswerbung erkennen.

Die Neuordnung des Anzeigewesens brachte die für die deutsche Werbung außerordentlich notwendige Einheitlichkeit, die auf anderen Gebieten des Wirtschaftslebens schon nach der Gründung des Bismarck-Reiches erreicht wurde, und die Durchführung des alten nationalsozialistischen Grundsatzes der Preistreue. Es wurde hierdurch erreicht, daß alle Betriebe unabhängig von ihrer Größe und Finanzkraft unter denselben Bedingungen Werbung treiben müssen.

Die Neuregelung des Messe- und Ausstellungswesens hat dem liberalistischen Wirrwarr auf diesem Gebiete ein Ende bereitet. Messen und Ausstellungen sind in Zukunft nicht mehr Selbstzweck, sondern dienen der hohen Aufgabe, die Bedeutung der deutschen Wirtschaft zu zeigen, Beziehungen zwischen Ausstellern, Händlern und Käufern zu knüpfen und gegenseitige Anregungen zu geben, ohne zu einer Belastung der Wirtschaft zu führen.

Durch die praktische Weihnachtswerbung hat der Werberat der deutschen Wirtschaft der gesamten deutschen Wirtschaft zu einem großen Erfolg verholfen. Die Parole »Deutsche Weihnacht — Deutsche Gaben« ist nirgendwo ungehört verhallt und ist über den wirtschaftlichen Erfolg hinaus eine große praktische volkswirtschaftliche Aufklärung gewesen. Es hat sich hier gezeigt, wie wichtig es ist, daß eine große einheitliche Parole herausgestellt wird und ihre Propagierung durch die Zusammenfassung in einer Hand gesichert ist. Der Werberat der deutschen Wirtschaft wird immer mehr die Gemeinschaftswerbung pflegen und dafür sorgen, daß die Einzelaktionen auf diesem Gebiete nach einem großen einheitlichen Plan abrollen.

Wenn die Wirtschaft bisher liberalistischen Grundsätzen huldigte, so zeigte sich das besonders in der Werbung. Das Einzelunterneh-

*) Nur die Bücher sind gezählt, die Broschüren nicht.

