

Normung der Bücherprospekte

Die Anregung des Herrn K. W. Kinkeldey (Börsenblatt vom 16. März d. J.) über die Normung der Bücherprospekte ist überaus beachtenswert. Es ist nicht von der Hand zu weisen, daß im Format einheitliche Bücherprospekte für den Sortimenten vorteilhafter sind und eine vielseitigere Verwendungsmöglichkeit geben. Die Normung könnte sich aber nur auf das Format beziehen, selbstverständlich nicht auf Druck, Papier und Druckfarbe, denn diese geben in ihrer Mannigfaltigkeit die beste Möglichkeit, den Prospekt individuell und wirksam aufzumachen.

Das von Herrn K. W. Kinkeldey vorgeschlagene Format (21×14,8 cm) wäre aber höchst unpraktisch, da es ein ganz seltenes Format ist und die Druckereien Papier dieses Formates vielfach gar nicht vorrätig haben. Das allzweckmäßigste und gebräuchlichste Format wäre das Quartformat (Format des Börsenblattes). Bei diesem Format hat man die Möglichkeit, sich in der Aufmachung des Satzes und in der Unterbringung von Bildern gut auswirken zu können. Die Unterteilung in ganzseitige, halb- oder viertelseitige Texte ist hier einfach und gut wirkend möglich; man braucht zum Beweise nur die Inserate im Börsenblatt anzusehen. Fast jede Papierqualität ist im Quartformat erhältlich (Bogenformat 63×95 cm). Prospekte im Quartformat lassen sich bei der Versendung am leichtesten und rasch verarbeiten, da der Prospekt einmal oder zweimal gefalzt wird. Die üblichen Briefumschläge sind hierzu passend. Das Quartformat entspricht sicherlich am ehesten allen Ansprüchen. Bei diesem sind zufolge der rationellen Druckverarbeitung auch die Druckkosten verhältnismäßig am billigsten.

Wenn die Bücherprospekte Quartformat haben, so kann der Sortimenter sie gleichzeitig mit den aus dem »Börsenblatt« entnommenen Blättern zu einem Nachschlagewerk sammeln, was die Registrierung vereinfacht und vereinheitlicht.

Es ist sicher, daß sich jeder Sortimenter mit Bücherprospekten im einheitlichen Format durch Heften im Umschlag mit geringsten Kosten einen wirksamen, bunten und interessanten Kundenkatalog zusammenstellen kann, da er hierzu nur den Umschlag herstellen zu lassen braucht, in dem die ausgewählten Prospekte zu einem Katalog zusammengeheftet werden. Auf diese Weise ist es auch kleineren Sortimentern bei geringsten Unkosten möglich, sich zur Absatzwerbung wirksame Kataloge nach eigenem Geschmack zusammenzustellen.

Es erscheint mir als Verleger vorteilhaft, daß der Börsenverein im Verein mit Verlegern und Sortimentern der Frage der Normung des Formates der Bücherprospekte nähertritt. Meines Erachtens bringt die Normung des Formates dem Verlag eine bedeutende Er-

sparnis an Druck- und Papierkosten, und für die Sortimenten werden diese genormten Prospekte vielseitiger verwendungsfähig mit größerer Absatzwirkung, wodurch dem Verlag und dem Sortiment gedient ist.

Graz.

Leopold Stoder Verlag.

Vorsichtig fragt Herr Kinkeldey: Wie wäre es hier mit Normung 21×14,8 cm? Und setzt ein Fragezeichen. Das klingt sehr unentschieden. Darum hier ein »Ja« dazu, zum Format der Prospekte. Was dann an Vorteilen aufgezählt wird, bezieht sich ja auch nur aufs Format (in dem Buch des Jahres der Vereinigten Verlegergruppe ist das schon lange lebend und wirksam).

Aber ein »Nein!« zur hundertprozentigen Normung: gleicher Druck, gleiches Papier, gleiche Druckfarbe.

Das wäre ein langweiliger, uniformer Gleichschritt, ein Primitivismus, der Prospekte ihres Werbezweckes beraubte (Weihnachtskatalog), sie wertlos machte. Verlegern wie Sortimentern könnte damit nicht gedient sein, da solche Aufmachung keinen Kaufentschluß fördert (wie die ewig braunen Dermatoid-Einbände der Volksbibliotheksbücher in der Vorkriegszeit auch nicht dazu angetan waren, Pefelust und Freude am Buchbesitz zu schaffen, Bücher als Geschenke zu wählen).

Normung, schön und ja, aber nicht 100prozentig, sondern dosiert. Wir haben es mit Büchern verschiedenen Wertes und Gehaltes und mit Menschen verschiedenen inneren Ranges zu tun. Der beste Prospekt wird der sein, der eine wahrhaftige Parallele zu dem Buch darstellt (sprachlich und im Äußerem), das es zum Kauf anpreist.

Dresden.

Hans Weise.

Im Börsenblatt Nr. 64 vom 16. März schlug Herr K. W. Kinkeldey vor, das Format der Verlagsprospekte einheitlich auf DIN A 5 festzulegen. Diese Normung haben wir schon seit über einem Jahr durchgeführt, indem wir für unsere wichtigsten Verlagswerke und Verlagsgruppen die Prospekte in einheitlicher Größe von 21×14,8 cm herstellen. Unser Verlagskatalog besteht aus diesen zusammengehefteten Einzelprospekten mit einem mehrfarbigen Umschlag. Das hat den besonderen Vorteil, daß bei Änderungen und Neuauflagen einzelner Werke nicht der ganze Katalog veraltet, sondern nur der betr. Einzelprospekt geändert zu werden braucht. Auch können die Sortimentfirmen, die sich einen eigenen Katalog zusammenstellen wollen, unsere Prospekte infolge ihres einheitlichen Formats leicht dafür verwenden.

Leipzig.

Bibliographisches Institut AG.

Die Subskription

Über Sinn und Bedeutung der »Subskription« hat vor kurzem Dr. W. Olbrich an dieser Stelle (Nr. 24 und 28) einen ausführlichen und beachtenswerten Aufsatz veröffentlicht. Bekanntlich ist darüber in der Fachliteratur selten in dieser Ausführlichkeit berichtet worden, ich glaube daher, daß die nachstehenden Ergänzungen historischer Art ebenfalls von Interesse sind.

Der Zufall spielt mir zwei alte »Subskriptions-Ankündigungen« aus dem Jahre 1821 in die Hände, aus denen ersichtlich ist, daß die seinerzeit angewandte Methode des Sammelns von Vorbestellern kaum von der heutigen Form abweicht.

Die erste Anzeige über ein Werk von Dr. Karl Walther: »Deutschlands neueste Geschichte in bildlicher Darstellung und fortlaufender Erzählung ihrer wichtigsten Begebenheiten vom Jahre 1789 an« lautet:

»Obiges Werk — in Großquersfolio, auf Velinpapier, mit elegantem farbigen Umschlag — erscheint in unserm Verlage, und zwar in zwanglosen Heften, wovon alle 4—6 Monate eines abgeliefert wird. — Jedes Heft enthaelt 6 Kupfertafeln und ungefähr 6—8 Bogen Text. — Das Ganze soll aus 2 Bänden, ieder Band aus 6 Heften bestehen. — Der Preis eines Heftes ist 3 Gulden 30 Kreuzer rhein, oder 2 Rthlr. saechsl., welcher sogleich bei Empfang erlegt, oder franco eingesendet wird. — Der Subskriptions-Termin dauert bis Ende dieses Jahres, nachher wird der Preis bedeutend erhoeht werden.

Die Unterzeichnung geschieht vorlaeufig auf den ersten Band, oder auch auf beide zugleich; in letzterem Falle ist es jedoch ausdrücklich anzugeben. Wer sich der Muehe des

Subskribentensammelns und Einkassierens unterziehen will, erhaelt das 10te Exemplar frei. Einzelne Hefte koennen nicht abgegeben werden, und findet unter dem laufenden Bande kein Austritt Statt. Der Ankauf des 1ten Heftes macht verbindlich fuer den ganzen Band. — Auch erlaubt es die Natur dieses Werkes durchaus nicht, Etwas davon in Kommission zu geben. — Bestellungen werden nur gegen baare Zahlung, oder sichere Anweisung, beachtet. — Das 1te Heft ist bereits erschienen, und zeigt, daß man keine Kosten scheuet, der Sache inneren und aeußeren Werth zu geben. In den meisten Staedten Deutschlands liegt es zur Einsicht vor.

Nürnberg, im Juni 1821.

Die Hofagent Tyross'sche Kunstverlagshandlung.

Also hier ist sowohl der Umfang des Werkes als auch der Subskriptions-Termin vorher festgelegt; der Preis sowie die Bezugs- und Zahlungsbedingungen sind ebenfalls bestimmt. Der Besteller mußte sich zur Abnahme ganzer Bände verpflichten. Sammler von Vorbestellungen und Einkassierer erhielten außerdem Freieemplare. — Erschienen sind allerdings laut Heinzius in d. J. 1821—22 nur die Hefte 1 und 2 des I. Bandes. Der Verlag hat also mit diesem Werk kein Glück gehabt.

Der zweite Versuch desselben Verlegers, ein zweibändiges Werk herauszugeben, ist ebenfalls mißglückt. Diese, erst nach Vollendung des ersten Bandes erfolgte Ankündigung lautete:

»Die erste Abtheilung der — von dem Distriktschulinspektor und Stadtpfarrer, D. Faber zu Ansbach, im Verlage des Unterzeichneten herausgegebenen »Menschenkunde«, naemlich die