

Aktidengen	Schmucktag, Biertag
Autotypie	Tonätzung
Galvano	Kupferhaut, Kupferschicht
Anastatischer Druck	Genaudruck, Umdruck
Imprimatur	Druckreise
Imprimieren	druckreif erklären
Imprimierung	Druckreiseerklärung
Prospekt	Werbeblatt
Makulieren	einstampfen, vernichten
Bibliographie	Bücherliste

Es soll nun nicht behauptet werden, daß die vorstehenden Vorschläge vollkommen sind. Auch hier handelt es sich um nichts anderes als um weitere Anregungen und die Vorbereitung endgültiger Entschlüsse.

Berlin.

E. G. M. Zander.

Im Börsenblatt Nr. 88 macht Dr. Adolf Spemann Vorschläge zur Entwässerung des deutschen Buchhandels. Wir haben die Liste aufmerksam durchgesehen und möchten zu einigen Vorschlägen Ergänzungen bieten, die aber nicht den Anspruch auf Endgültigkeit erheben. Doch vielleicht können wir einen kleinen Beitrag zur Verdeutschung der Buchhändler Sprache liefern.

Volontär: Das Wort »Buchhandelsfreiwilliger« ist wohl eine Übersetzung des lateinischen Stammwortes »voluntas«, klingt aber sehr stark an die militärische Laufbahn an. Wir schlagen »Buchanwärter« vor, das für die Beamten- und Handelslaufbahn gebräuchlicher ist. Im Begriff des Anwärters ist einerseits das losere Verhältnis als das Lehrverhältnis enthalten, andererseits liegt doch eine gewisse Bindung darin, die auf den späteren Entgelt hinweist.

Propagandist: Kürzer als »Buchwerbemann« ist der Ausdruck »Buchwerber«, der doch den Inhalt scharf umgrenzt.

Plagiator: Wir schlagen »Schriftstehler« vor. Der Ausdruck ist plattisch und drastisch und ist in der Umgangssprache bereits eingeführt. Außerdem entspricht er dem Hauptwort »Schriftdiebstahl«.

Pauschalhonorar: Unter »Abgeltung« versteht man zu leicht eine einmalige Abfindung. Wir schlagen vor: »Auf-lagevergütung« (für Bücher) oder »Abdrucksentgelt« (für Romane usw.).

Aktidengen: »Gelegenheitsdruck« (nach Duden!) oder Geschäfts-, Werbe-Drucke, im Gegensatz zum Werkdruck.

Makulieren: »einstampfen« (nach Duden!): hierunter versteht man eigentlich »vermakulieren«, verramschen, wohingegen man für »makulieren« richtiger sagen würde: wertmindern, herabmindern.

Bibliographie: »Buchkunde« als Substantivierung von »Buchkundliche Angaben« wäre zu allgemein. Wir schlagen »Buchbeschreibung« vor. In dem Ausdruck »Beschreibung« ist enthalten, daß man nur das Äußere des Buches bezeichnen will wie Autor, Titel, Format, Preis usw., wohingegen die Rezension, die »Buchbesprechung« sich dem Inhalt des Buches zuwendet.

Dülmen i. Westf.

Bern. Rommler. Paul Wagner.

Der »Antiquar« hat vornehmlich andere Aufgaben als der »Altbuchhändler«, der doch sinnvoll hauptsächlich alte Bücher zu verkaufen hätte. Der »Antiquar« betreut Kultur- und Kunstgut aller Zeiten! Er muß die größte und ausgedehnteste Berufsbildung besitzen. Es gab und gibt auch heute »Antiquare«, die auf diese Berufsbezeichnung stolz waren und sind und die zu den Leuchten der Wissenschaft und ihres Berufsstandes gehörten und gehören. Der Senior des Hauses Hiersemann, Herr Karl W. Hiersemann, nannte sich auf jedem seiner Kataloge (die die ganze Welt umspannten) »Buchhändler und Antiquar«. Die erste Bezeichnung für die Lieferung neuer Bücher und die zweite Bezeichnung für die Lieferung und Beschaffung von seltenen, vergriffenen Büchern usw. Die internationale Bedeutung des »Antiquars« war und ist so groß, daß man nicht leichtfertig eine Verdeutschung verwenden sollte, die einen ganz erheblichen Teil der Berufsausübung verdeckt und verschleiert. Das »Antiquariat« hat Weltgeltung und schafft auch heute noch einen erheblichen Teil »Devisen«! Der Altbuchhändler ist höchstens an seinem Orte für eine minderbemittelte Schicht von Bücherfreunden wichtig.

Und die logische Gegenüberstellung der Ausdrücke: »Jungbuchhändler« (also der junge Buchhändler, eine Bezeichnung, die häufig gebraucht wird) und »Altbuchhändler«! Es gäbe also dann Jungbuchhändler, die gleichzeitig Altbuchhändler wären?

Eine gute, treffende Verdeutschung für Antiquar und Antiquariat wird sehr schwer sein.

Berlin.

Georg Ede.

Zeitschriften- und Zeitungswesen

Aufstellung und Abgabe der Auflagen-Meldungen

In allen Zeitschriften, in denen Anzeigen veröffentlicht werden, die der Wirtschaftswerbung anderer Unternehmen als der des Herausgebers oder des Verlegers dienen, ist im Pflichtindruck jeder Ausgabe die Auflagenzahl zu nennen und spätestens sechs Wochen nach Ablauf eines jeden Kalendervierteljahres eine vorgeschriebene Auflagenmeldung an den Werberat zu geben. Von der Abgabe der Auflagenzahl und Einreichung der Auflagenmeldungen sind die Verleger befreit, die Fremdanzeigen nur in Form von Tauschanzeigen annehmen, sofern die Tauschanzeigen ein Dreißigstel des Gesamtumfangs der Zeitschrift in keinem Falle übersteigen.

In den Auflagenmeldungen und im Pflichtindruck der regelmäßig erscheinenden Zeitschriften, die z. B. in wöchentlichen oder längeren — mindestens aber vierteljährlichen — Zeitabschnitten erscheinen, ist stets die durchschnittliche Druckauflage des vergangenen Kalendervierteljahres anzugeben und nicht etwa die Gesamtauflage aller in diesem Zeitraum erscheinenden Hefte. Für jede Zeitschrift muß eine getrennte Auflagenmeldung erfolgen.

Ein Durchschlag der Auflagenmeldungen, deren Original an den Werberat zu senden ist, ist dem Reichsverband der deutschen Zeitschriftenverleger zuzustellen.

Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens

In der 17. Bekanntmachung des Werberates der deutschen Wirtschaft vom 5. Mai 1936 (Reichsanzeiger Nr. 111 vom 14. Mai 1936) wird die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens neu geregelt. Der

Bekanntmachung unterliegt die Werbung: a) für Arzneimittel, b) für Mittel und Gegenstände, die den Arzneimitteln gleichstehen, c) für Verfahren und Behandlungen.

Arzneimittel im Sinne dieser Bekanntmachung sind Mittel, die dazu bestimmt sind, Krankheiten, Leiden oder Körperschäden jeder Art bei Mensch und Tier zu verhüten, zu lindern oder zu beseitigen. Den Arzneimitteln stehen gleich Gegenstände, die zu denselben Zwecken bestimmt sind wie die Arzneimittel. Unter Verfahren und Behandlungen sind solche Maßnahmen zu verstehen, die zu denselben Zwecken bestimmt sind wie die Arzneimittel oder die den Arzneimitteln gleichgestellten Mittel und Gegenstände.

Eine Werbung liegt auch dann vor, wenn in Ankündigungen oder Anpreisungen auf Druckschriften oder auf sonstige Mitteilungen verwiesen ist, die eine dieser Bekanntmachung unterliegende Werbung enthalten oder vermitteln.

Im zweiten Abschnitt der Bekanntmachung wird die Ausführung der Werbung festgelegt. Unzulässig ist z. B. jede irreführende Werbung, ferner eine Werbung, wenn sie zur Selbstbehandlung bei gemeingefährlichen Krankheiten führen kann. Für bestimmte Mittel oder Gegenstände ist die Werbung nur bei Ärzten, Zahnärzten, Tierärzten, Apothekern, Personen, die damit erlaubterweise Handel treiben oder in Fachzeitschriften gestattet. Die öffentliche Werbung für Geheimmittel ist gänzlich verboten.

Die Bekanntmachung tritt am 1. August 1936 in Kraft, es ist somit Gelegenheit gegeben, die Werbung für Heilmittel den neuen Vorschriften anzupassen.