

treibenden werden durch zwei Verbände vertreten, durch den Reichsverband der Werbungtreibenden und durch den Markenschutzverband. In der zweiten großen Gruppe, der Gruppe der Werbungsgestalter, finden wir die Reichsfachschaft Deutscher Werbefachleute und die Fachgruppe Gebrauchsgraphiker in der Reichskammer der bildenden Künste. In der Reichsfachschaft Deutscher Werbefachleute sind alle Betriebs-, Gebrauchs- und Verkehrswerber Deutschlands. Die Fachgruppe Gebrauchsgraphiker findet ihre gesetzliche Grundlage im Reichskulturkammergesetz und erfaßt pflichtgemäß alle deutschen Gebrauchsgraphiker. Die dritte Gruppe setzt sich zusammen aus den Verbänden der Werber und Werbungsmittler und den in diesen Unternehmen tätigen Menschen. Es sind dies: der Reichsverband der deutschen Zeitungsverleger, der Reichsverband der deutschen Zeitschriftenverleger, der Reichsverband der deutschen Werbungsmitler, die Fachschaft der Verlagsangestellten, die Fachgruppe Anzeigenvertreter sowie die Fachgruppe Außenwerbung und der Verband deutscher Verkehrsreklame-Unternehmungen.

Von den Referaten des zweiten Arbeitstages interessiert hier vor allem das von Prof. G. A. Frenzel, dem Herausgeber der Zeitschrift »Gebrauchsgraphik« über die »Plagiatbekämpfung durch internationale Zusammenarbeit«. Der Redner plädierte vor allem dafür, daß die Reklameverbände sich für den Schutz von Werbeideen und Werbeteilen einsetzen, da für diese beiden wesentlichen Gruppen die gesetzlichen Bestimmungen noch bei weitem nicht ausreichen. Der Arbeitsauftrag für den Plagiatenausschuß des Kontinentalen Reklameverbandes lautet also: 1. Sammlung aller gesetzlichen Bestimmungen und gerichtlichen Entscheidungen, die das Gebiet der Reklame und Werbung betreffen, 2. Diffamierung aller Firmen,

die Plagiate in ihrer Werbung verwenden, 3. Stellung von Sachverständigen für alle einschlägigen Gerichtsverhandlungen, 4. Eine stärkere Zusammenarbeit mit der Fachpresse zur Bekämpfung des Plagiatens.

In seiner Schlussansprache zog der Präsident des Beratenden Ausschusses der deutschen Wirtschaft, Ministerialdirektor i. e. N. Reichard, aus den Arbeiten und Aussprachen des Kongresses zwei Folgerungen: 1. Die Werbung dürfe in der Volkswirtschaft weder von der Wirtschaftsführung des ganzen Volkes noch von den einzelnen Betrieben jemals vernachlässigt werden. 2. Für den Welthandel ergebe sich aus dem Gedanken von der Bedeutung der Wirtschaftswerbung die Notwendigkeit zur Pflege und Vereinigung der zwischenstaatlichen Wirtschaftswerbung.

Vom Kontinentalen Reklame-Kongress wurde beschlossen, daß bis zum nächsten Kongress (5. bis 10. Juli 1937 in Paris) eine Untersuchung über das in den europäischen Staaten geltende Werbe-recht anzustellen ist, um die Gleichhaltungsarbeiten, die als notwendig erkannt werden, zu erleichtern. Ferner ist der Antrag des polnischen Delegierten Prof. von Zakrzewski auf Errichtung einer Internationalen Werbekammer einstimmig gebilligt worden. Der Kongress ernannte einen fünfgliedrigen Ausschuß, der als Studienkommission die Möglichkeiten zur Errichtung 1. einer Werbekammer und 2. eines internationalen Werbe-Archivs bis zum nächsten Kongress zu prüfen haben wird. Die Kommission besteht aus den Vertretern Deutschlands, Österreichs, Frankreichs, Italiens und Polens. Das Sekretariat der Studienkommission liegt bei der deutschen Sektion.

„Der Weihnachtsbüchertisch 1936“

Zwei Hefte von „Buch und Volk“

Die Aufgabe, aus der übergroßen Produktion dieses »Buchherbstes« eine Auswahl zu treffen, ist nicht einfach, zumal, wenn diese Auswahl nicht für »Kenner« und sogenannte »Literaturkundige« getroffen werden muß, sondern für Menschen, die für ihren Buchkauf sich auf den Rat der Zeitschrift verlassen wollen, die ihnen der Buchhändler in die Hand gibt. Und seit der letzten großen Buchwochen-Sondernummer des Jahres 1935 glauben wir, daß gerade »Buch und Volk« über die Kreise der »Kenner« hinaus eine große Anzahl Menschen erreicht, die nichts weiter mitbringen als eine große Liebe zum Buch, wenn sie in die Buchhandlungen kommen. »Buch und Volk«, die Buchberatungszeitschrift des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler, hat sich dieser Aufgabe mit Erfolg unterzogen. Schon das erste Herbstheft, das in den Tagen der Buchwoche vorlag, beweist das. Das Heft greift hinein in den reichen Schatz des deutschen Schrifttums, der sich in dem Wort ausdrückt »das Buch lebt im Volk«. Die Fülle der Bücher, die hier Recht und Gültigkeit haben, umreißt der Leitartikler des Heftes, der von Märchen und Sagen berichtet, von den großen Geschichts- und Kulturleistungen eines Volkes, das mit Recht auf diese Leistungen stolz sein kann. Dieses Herbstheft hält sich nicht in dem Rahmen, den wir sonst bei der Zeitschrift »Buch und Volk« kennen. Es verzichtet auf Proben und große Aufsätze und bringt eine reiche Auswahl von kurzen Besprechungen neuer Bücher und von Büchern der letzten Jahre, die heute lebendiger sind als je. So finden wir Gruppen wie »Deutsche Landschaft — deutsches Menschentum«, und darin wertvolle Bilderbücher, Landschaftsdarstellungen, Romane, die nur aus der Landschaft, in der sie entstanden, verstanden werden können, und die trotzdem ein lebendiges Zeugnis sind für die Lebendigkeit und Fülle des deutschen Lebens. Daß die Klassikerausgaben Storm und Reuter besonders gewürdigt sind, ist eine schöne Ehrenpflicht, die sicher gern erfüllt wurde, denn diese Ausgaben machen es möglich, Storm und Reuter auch in Häuser zu bringen, die sie nicht beschaffen müssen aus »literaturkundlichem Interesse«. Dem Buchhändler wertvoll sein kann die Berichterstattung über die »Kleine Schau wertvoller Leistungen«.

Aus der Fülle der historischen Romane dieses Winters und schon des verflohenen Frühjahrs bringt »Buch und Volk« eine wohlüberlegte Auswahl mit Besprechungen, die eindeutig den Wert des Werkes erkennen lassen, das zur Betrachtung steht. Weitere wertvolle Übersichten bringen die Abschnitte »Zur Wehrfrage«, »Politisches Schrifttum«, »Fliegerbücher«, »Krieg« und »Geschichte«, ebenso eine »Nachlese« »Sportchriften im

Olympiajahr«, die übrigens im eigentlichen Weihnachtsheft der Zeitschrift eine wertvolle Ergänzung findet.

Das Weihnachtsheft, das schon durch die Wahl des Umschlagbildes zum Blättern anregt, wendet sich besonders stark natürlich den Neuerscheinungen zu. Daß es den verschiedenen Abschnitten, in denen diese erscheinen, auch wesentliche ältere Bücher hinzufügt, kann der Buchhändler nur begrüßen, wendet sich der Käufer doch dann immer wieder auch gerade diesen Büchern zu und frönt nicht einer »Neuigkeitensucht«. In dem Leitartikler »Der Weihnachtsbüchertisch« finden wir eine kurze Bilanz über das »Leistungsjahr«; diese Bilanz, so gedrängt sie ist, macht uns stolz. Als die einzige Buchberatungszeitschrift wohl widmet »Buch und Volk« den Jahrweiser für das Jahr 1937 einen breiten Raum; gerade das wird der Käufer begrüßen, findet er sich doch sicher nur sehr schwer durch die große Zahl der Jahrweiser, die bei jedem Buchhändler ausliegen. Zwei große Zusammenstellungen finden wir hier: »Deutsche Kunst — deutsches Leben« — mit besonderer Würdigung hervorragender Leistungen auf dem Gebiet der Jahrweiser — und »Bunte Allerlei — Jahrweiser 1937« mit verschiedenen, nach dem Inhalt gegliederten Abschnitten. Da die Jahrweiser immer wieder als Geschenke verwendet werden, sollte der Buchhändler die Gelegenheit benutzen und durch Verteilen der Zeitschrift seinen Kunden entgegenkommen.

Daß zahlreiche Proben in diesem Heft sind, macht es gleichzeitig zu einem unterhaltenden Lesestoff, der durch Bilder und Zeichnungen noch gewinnt. Da Weihnachten doch immer die eigentliche Buchzeit bleiben wird, bringt »Buch und Volk« verschiedene Auswahllisten von Büchern, die sich zum Schenken eignen; daß diese Listen bzw. die einzelnen Titel über die bibliographischen Angaben hinaus kurze Texte über Inhalt und Darstellung enthalten, erleichtert das Auswählen. Einige dieser Übersichten seien angeführt: »Bücher für die deutsche Familie«, »Neue Romane«, »Geschichtliche Dichtungen«, »Erzählungen, Novellen, Geschichten«, »Romane, Lebenserinnerungen, Gesamtausgaben«. Selbstverständlich sind »Bilderbücher« nicht vergessen.

Wir wünschen, daß jeder Buchhändler jetzt diese Hefte einmal rasch durchblättert, er wird zu der Überzeugung kommen, daß sie ihm reiche Werbemöglichkeiten bieten und — wohlgemerkt — ihn in seiner Arbeit vor Weihnachten unterstützen können.