

Ausstellung »Junges musikalisches Schaffen« in Frankfurt a. M.

Aus Anlaß der Tonkünstlerversammlung des Allgemeinen Deutschen Musikvereins in Frankfurt a. M. findet in den Wandelhallen des Frankfurter Opernhauses eine Ausstellung »Junges musikalisches Schaffen« statt. Es handelt sich um eine Ausstellung von Notenmanuskripten, Handschriften und Photographien solcher Komponisten, deren Werke in letzter Zeit große Erfolge aufweisen konnten oder die auf der Tonkünstlerversammlung zur Aufführung gelangen. Ein großer Raum in der Ausstellung ist dem Opernschaffen eingeräumt.

Buxtehude-Ausstellungen

Im Rahmen des Buxtehude-Festes, das die Reichsmusikkammer und die Hansestadt Lübeck aus Anlaß des dreihundertsten Geburtstages des großen Organisten vom 4. bis 6. Juni veranstalteten, wurde auch eine Buxtehude-Ausstellung eröffnet. In ihr werden Musikalien (Handschriften und Drucke), Bücher, Texte, Briefe, Aktenstücke, Bilder und alte Instrumente gezeigt.

Im Rahmen der schwedisch-dänischen Buxtehude-Gedächtnisveranstaltungen wurde in Upsala eine Buxtehude-Ausstellung eröffnet. Die Universitätsbibliothek Upsala besitzt den weitaus größten Teil der hinterlassenen Manuskripte des Komponisten. Buxtehude-Feiern fanden statt in Lund und in Kopenhagen mit einem abschließenden Kantatenabend in Helsingör.

Mozart-Uraufführung in Linz

Die ungefähr 170 Jahre lang im Archiv verschlossen gelegene Mozartoper »Apollo und Hyazinthus« wurde jetzt in Linz zur Uraufführung gebracht. Der Wiener Musikwissenschaftler Dr. Roland Ten-

schert hat diese Jugend-Oper Mozarts wiederentdeckt und bearbeitet. Dabei wurde der lateinische Text der Rezitative verdeutschelt und dramaturgische Veränderungen vorgenommen. Der Handlung liegt die griechische Sage zugrunde.

Mainfränkischer Kunstpreis

Der Reger-Preis für Musik innerhalb des Mainfränkischen Kunstpreises wurde für das Jahr 1937 an Geheimrat Prof. Dr. Hermann Zilcher, Würzburg, verliehen. Prof. Zilcher wirkt seit 1920 als Direktor des Staatskonservatoriums für Musik in Würzburg. In seinem Werk sind Symphonien, Orchester Suiten, Konzerte für Einzelinstrumente und eine Fülle von Kammermusikwerken vertreten.

Nibelungen-Marsch

Der Führer hat angeordnet, daß der »Nibelungen-Marsch« in Zukunft allein den Veranstaltungen auf dem Parteitag vorbehalten ist. Er wird deshalb bei anderen Veranstaltungen nicht gespielt.

Ehrungen auf dem Bruckner-Fest in Regensburg

Auf der Festigung der Internationalen Bruckner-Gesellschaft in Regensburg, die im Anschluß an die Feierlichkeiten aus Anlaß des Einzuges Anton Bruckners in die Walhalla am 7. Juni stattfand, wurde die an den Führer und Reichskanzler zum ersten Male verliehene Bruckner-Medaille von neuem vergeben an: Reichsminister Dr. Goebbels, Ministerpräsident L. Siebert, Präsident der Reichsmusikkammer Prof. Dr. Raabe, Geheimrat Prof. Dr. Hausegger, Prof. Max Auer-Wien, Philharmonisches Orchester in München und Verlagsbuchhändler Gustav Bosse in Regensburg.

Wirksame Bücheranzeigen in der Tageszeitung

Bei der Beurteilung der verschiedenen Werbemöglichkeiten für das Buch ist auch der Wert der Buchanzeige in Tageszeitungen öfters erörtert worden. Wir erinnern nur an den an dieser Stelle vor kurzem (S. Nr. 48) erschienenen Aufsatz »Warum ist der Buchhandel gegen Anzeigen?«, an die Äußerungen über Zeitungsanzeigen im Weihnachtsgeschäft (Nr. 54) und an den Aufsatz »Welche Anzeige hat Erfolg?« im »Buchhändler im neuen Reich«. Aus allen diesen Stimmen geht hervor, daß sich der Buchhändler gegenüber der Zeitungsanzeige als Werbemittel im allgemeinen zurückhaltend verhält. Zu dieser Tatsache nimmt der »Zeitungs-Verlag« in Nr. 20 in einem größeren Aufsatz unter obiger Überschrift Stellung, in dem er sich an die Buchverleger und Sortimentere wendet. Der Verfasser bezeichnet zunächst die Ansicht vieler Werbeleiter im Buchhandel als irrig, die nur dann an eine erfolgreiche Werbung für das Buch glauben, wenn es ausschließlich den Kreisen angeboten wird, die unbedingt als Interessenten dafür in Betracht kommen. Er weist darauf hin, daß der Anzeigenteil »lebt«, daß er schon durch die Bekanntmachungen der Vergütungsmöglichkeiten, der Veranstaltungen u. a. täglich, überall und von allen Lesern beachtet und zu Rate gezogen werde. Daraus ergeben sich auch für die Buchwerbung die vielseitigsten Möglichkeiten. Alle Gebiete der Kunst, Wissenschaft und Technik, des Handels, Handwerks, Verkehrs und der Wehrmacht, um nur einige zu nennen, würden in der Zeitung behandelt. Über all diese Gebiete seien Bücher erschienen, und jedes dieser Bücher erlebe durch die Zeitereignisse eine besondere Aktualität, die der Werbeleiter durch geschickte Zeitungsanzeigen erfolgreich ausnutzen könne. Dabei schaffe die Zeitung durch ihre Vielseitigkeit neue Interessenten, die mit den sonst üblichen Werbemaßnahmen für das Buch gar nicht erfasst werden könnten. Es werden dann Vorschläge gemacht über die Gestaltung derartiger Anzeigen, die durch eine einleitende Schlagzeile von dem Tagesereignis auf das Buch oder die Gruppe von Büchern hinleiten sollen. »Jedes Buch über England z. B., ob politisch, wirtschaftspolitisch, geschichtlich oder erdkundlich, ob Roman, Erzählung oder Reisebeschreibung, kann angeboten werden mit einer Schlagzeile, die die Königskrönung in den Vordergrund stellt. Die zahlreichen Autobiographen, die wir haben, werden dem Zeitungsleser bekannt, wenn die Schlagzeile an die jüngsten Siege deutscher Rennfahrer erinnert. Werke der Technik sollten die jeweils neuesten Errungenschaften, über die die Zeitungen berichteten, zur Schlagzeile haben. Jede Forscherarbeit (z. B. Ausgrabungen in Olympia) bietet zahllose Möglichkeiten zur Werbung für die einschlägige Literatur in der Tageszeitung.« Zum Schluß wird noch als ein besonderer Vorteil, den die Anzeige in der Tageszeitung der in der Zeitschrift voraus hat, die Schnelligkeit hervorgehoben, mit

der sie ein Ereignis auswerten kann. »Was sich mittags ereignet, steht schon in den Abendzeitungen. Bereits die nächste Morgenausgabe kann Anzeigen über die einschlägige Literatur bringen. Wer also »auf der Höhe« ist, kann hier sein Rennen machen. Oft sind es einmalige, nie wiederkehrende Dinge, die eine so ausgezeichnete Werbemöglichkeit durch die Tageszeitung bieten, daß es ein unverzeihliches Vergehen wäre, die Gelegenheit nicht zu nutzen. Vor allem gibt es hier nur als einzige Möglichkeit zur Werbung die Zeitungsanzeige, da die Zeitung für solche Fälle sofort zur Verfügung steht. Auf diese Weise kann die Zeitung zur treuesten Helferin für die Buchwerbung werden.«

KL

Ausstellung im Buchgewerbehaus zu Leipzig: Die gute Anzeige

Die Ausstellung »Die gute Anzeige — Der Weg zur Umsatzsteigerung«, die der Deutsche Buchgewerbeverein in Zusammenarbeit mit der Fachgruppe Gebrauchsgraphiker in der Reichskammer der bildenden Künste, Kreis Leipzig, im Lichthof des Deutschen Buchgewerbehauses zu Leipzig veranstaltet, wurde am 2. Juni der Öffentlichkeit übergeben. An beiden Seiten des Zugangs zur Ausstellung wird in einer Vorschau an ausgewählten Beispielen in- und ausländischer Tageszeitungen das »Gesicht der Zeitung« gezeigt, wie es sich in der Wirtschaftswerbung widerspiegelt und in jeder Zeitung ein bestimmtes typographisches Gepräge hat. Die Ausstellung selbst ist in drei Gruppen geteilt. Die »historische Abteilung«, die Anzeigen von 1830 bis 1920 umfaßt, ist von Prof. Georg Belwe und Hanns Zethmeyer bearbeitet worden. Man sieht hier, wie schon in den ersten Anfängen der Wirtschaftswerbung die Werbekraft des Schwarz-Weiß-Gegensatzes erkannt und ausgenutzt wird. Deutlich läßt sich die Wandlung des Geschmacks verfolgen und die allmähliche Entwicklung zum deutschen Stil.

In der Abteilung »Die Anzeige der Gegenwart« — bearbeitet von Max Fischek und Fritz Koch — werden die mannigfaltigen Möglichkeiten dargestellt, um durch künstlerische Schrift, Satz-anordnung, Farbigeit und konstruktive Gestaltung gute Werbewirkung zu erzielen. Dem Humor in der Anzeige ist eine besondere Witze gewidmet. Die letzte Abteilung, die von Hugo Bernhardt und Oswald Weise bearbeitete »Anzeige des Auslandes«, bietet ausgewählte Beispiele aus Amerika, England, Frankreich, Italien, der Schweiz, Holland, Japan und anderen Ländern und gibt lehrreiche Möglichkeiten zu Vergleichen mit der deutschen Anzeigenkunst. Die Ausstellung ist bis zum 3. September geöffnet und kann täglich 9 bis 18 Uhr, Sonntags 9 bis 13 Uhr, bei freiem Eintritt besichtigt werden.