

Vom Wappen des Verlages

Eugen Diederichs schreibt einmal über die Gründung seines Verlages, über sein Verlagszeichen und den Sinn des Verlages: »Der Verlag entstand am 14. September 1896 in Florenz und führt daher den Marzocco des Donatello im Wappen, gewissermaßen als Symbol des mit der Renaissance einsetzenden Individualismus. Ein Jahr später verlegte er seinen Hauptsitz nach Leipzig. Sein eigentlicher Geburtsort aber ist der Malatestatempel in Rimini mit seinem heidnischen Diesseitsgefühl, in dem der trotzige Individualismus des Condottiere den Kultus des Schönen und der Liebe in den Namen seiner Geliebten »Isotta« begriff, der an Stelle christlicher Embleme überall die Wände bedeckte. In echt humanistischem Geiste aber stehen die Sarkophage der an seinem Hofe lebenden Gelehrten draußen in den Nischen der Wände in majestätisch feierlicher Versammlung gruppiert. Ich war etwa vier Wochen zuvor dort und wie in innerer Eingebung stand die zukünftige Grundrichtung des Verlages vor meinem geistigen Auge: Kultur der Persönlichkeit«.

Eindringlicher kann kaum gesagt werden, was ein Verlag sein soll und was das Verlagszeichen zu bedeuten hat. Im Verlag soll sich die Betätigung eines gestaltenden Willens bekunden. Das Zeichen nun hat **W a p p e n** des Verlages zu sein. Es soll ein wirkendes Sinnbild der Gesinnung des Verlegers abgeben. Der trotzige Löwe des Donatello wurde von E. R. Weiß und später von F. H. Schme für den Diederichs-Verlag gezeichnet, und als Verlagsignet ist der »Diederichslöwe« heute ein Begriff.

Ob drei Buchstaben als Verlagszeichen auch ein Begriff werden können? Nun, die Tätigkeit des Verlages ist schließlich das, was sein Gesicht prägt und ausdrucksvoll macht. Wenn ein Verlag aus rein werbetechischer Zwecksetzung, nach der Meinung, daß nur Buchstaben einprägsam sein könnten, auf den vignettenhaften Schmuck eines Bildes verzichtet, könnte man dann nicht auch auf eine mangelnde Verbindung zu den schöpferischen Kräften unter den bildenden Künstlern der Zeit schließen? Dieser Mangel würde einem Verlage aber schlecht anstehen.

Wir müssen zugeben, es gibt einige schöne Lösungen für Buchstabenzeichen: Georg Müller, Alfred Kröner, R. Piper, Kurt Stenger, Furcht-Verlag. Aber doch ist die Reihe der Zeichen dieser Art, wird sie auf ihren künstlerischen Wert hin angesehen, schnell erschöpft. Bei Kröner, Piper, beim Furcht-Verlag kamen schon Ornament und Bildliches hinzu, um die Buchstaben wirksam werden zu lassen.

Was ergibt sich nun, wenn wir die Bilderreihe der Verlagsignete anschauen? Es ist erstaunlich, wie oft die gleichen Gedanken dargestellt und dazu sehr ähnliche Lösungen gefunden werden. So führen nicht wenige Zeichen ihr Bild nach Werken hoher Kunst. Gerade von diesen gehören einige zu den schönsten, die wir haben. H. Haessel, Leipzig, zeigt das Haupt der Medusa, Kurt Wolff die Romulus und Remus säugende Wölfin, Diederichs den Donatello-Löwen, der Hyperionverlag den griechischen Rosslenker. Auf einen alten Holzschnitt deutet das des Wolde-mar Klein Verlags hin. Vandenhoeck & Ruprecht und S. Hirzel halten sich an die Bilder der Familienwappen.

Nicht so erfreulich wirken dagegen die ständigen Wiederholungen des Adlers, des geflügelten Löwen. Zeichen dieser Art scheiden sich bei flüchtigem Blick kaum voneinander. Dies müßte aber doch eine der mindesten Aufgaben des Zeichens sein, daß das Bild etwas Einmaliges anzeige. So steht im Gegensatz zu den vielen naturalistischen Wappenlöwen der schön stilisierte von J. C. B. Mohr, und das gute Zeichen Staadmanns, das den aufwärts gerichteten Adler führt, unterscheidet sich wesentlich von vielen anderen Adlern aus Verlagszeichen.

Günstige Gelegenheiten ergeben sich, wenn der Name des Verlegers bildlich darzustellen ist. Verschiedene Male konnten dabei

alte Familienwappen die Grundlage für das Verlagswappen hergeben. Weidmann, Hirzel, Wolff, Bruckmann, Hirth, Engelhorn, Seemann, Kröner sind einige gute Lösungen aus dieser Gruppe.

Das schlichte Zeichen, bescheiden ins Buch gesetzt, aber doch hunderttausendmal gesehen, kann mithin vielerlei aussagen. Der werbetechische Wert ist wichtig und darf vor anderen Aufgaben nicht zurückstehen. Deshalb ist ein Zeichen besonders gut, wenn es schön gestaltete Graphik ist und auf die Richtung des Verlages hinweisen kann. In geschickter Lösung geschieht dies mit dem Zeichen des Deutschen Kunstverlags, dem Baldachin über der »Gepa« im Raumburger Dom, das erstmalig in dem Verlagswerk über den Raumburger Dom veröffentlicht wurde. Wie eine Visitenkarte wird ein Verlagszeichen Hinweise auf den Namen des Verlages führen und die bildnerische Gediegenheit mag dabei noch dem Geschmack des Verlages eine Befürwortung sein.

Ein kluger und gewissenhafter Verleger behandelt jedes Buch, mag es nur broschiert sein, mag es geringen Umfang haben und nur Groschen kosten, in den möglichen Grenzen wie eine bibliophile Kostbarkeit. Ein kluger Verlag findet deshalb auch, daß zu einem neuen Werk sein altes Zeichen einmal nicht mehr paßt, er läßt sich ein neues zeichnen. So haben einige Verlage verschieden stilisierte Zeichen, die unter sich wohl ähnlich sind, aber eben doch zu Werken verschiedener Prägung gehören. Wir wollen zu diesem Fall ein anmutiges Beispiel vorführen.

Der Bruckmann-Verlag, der früher schon in seinen Veröffentlichungen das Zeichen, den Mann auf der Brücke, in verschiedenen Formen anwandte (1908—1914 die von Tiemann, Schme, den Steglitzer Werkstätten, von Rysfelberghe, von Paul Renner und von einem uns heute unbekanntem Zeichner), gab kürzlich einen Bildband heraus, in dem bildnerische Kinder- und Laienarbeiten als Belege für die Grundlage einer unsterblichen Volkskunst gezeigt wurden. Dieser Band ist nun mit einem Verlagszeichen geschmückt, das ein zwölfjähriger Knabe im Scherenschnitt herstellte.

Gerne möchten wir dieser Verlagswappenschau in guter alter Manier eine Moral hinzufügen. Ist es nicht so, daß die Zeichen am schönsten sind, die der Schaulust am Bilde Genüge tun, müssen wir nicht die für geringer ansehen, die ein Architekt aus drei Buchstaben konstruierte? Einen Verlag zu leiten, darf ein wahrhaft königliches Amt sein. Steht es einem König nicht an, ein Wappen zu führen, das voller Sinnhaftigkeit steckt und das erste Meister, ihrer Verpflichtung bewußt, nach bestem Können entworfen haben? Damit könnte sich ein Verlagszeichen in die Reihe der alten Zeichen einfügen, die mehr als Bilder sind, hinter denen deshalb Bedeutsamkeit steckt, weil sie die bildliche Abkürzung einer Auffassung, eines Begriffs sind. Sollte dies nicht aber Wille und Ziel eines Verlegers sein, daß sein Verlagsname zu einem Begriff innerhalb der bildenden und kunstfördernden Tätigkeit eines Volkes werde? **B. Arbeiter.**

Reichsschrifttumskammer, Gruppe Buchhandel

Ausschlüsse — Verfügung — Verwarnungen

Der Herr Präsident der Reichsschrifttumskammer hat durch Entscheidung vom 7. Mai 1937 den Buchvertreter Josef Grassold, Regensburg, Andreasstraße 16, gemäß § 10 der Ersten Verordnung zur Durchführung des Reichskulturkammergesetzes vom 1. November 1933 mit sofortiger Wirkung aus der Reichsschrifttumskammer, Gruppe Buchhandel, ausgeschlossen. Dieser Ausschluß wurde vom Herrn Präsidenten der Reichskulturkammer unterm 6. November 1937 bestätigt.