

# Verzeichnis der Neuererscheinungen des Deutschen Kunstblatthandels

Zusammengestellt gemäss der Bekanntmachung des Präsidenten der Reichskammer der bildenden Künste und des Vorschers des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler im Börsenblatt Nr. 70 vom 25. März 1937 von der Schriftleitung des Börsenblattes

(Letzte Veröffentlichung in Nr. 176)

P. = Papiergrösse — B. = Bildgrösse — B.-Nr. = Bestell-Nummer

## I. Originale Kunst

Bärenreiter-Verlag in Kassel-Wilhelmshöhe.

Laufenberg, Heinrich von: Ach lieber Herre Jesu Christ (Liedblatt mit handkolorierter Zeichnung). P.: 29×21, B.: 22×17. Handkolorierter Buchdruck. n — 50

## II. Reproduzierte Kunst

Hans Friedrich Abshagen in Dresden-A. 16, Haydnstr. 27.

Bornschein, Walter: Der Führer (Kopfbild profil). P.: 35×28, B.: 23×17,5. Handabzug. B.-Nr. P. K. 21. \* 3.50

Freitag, Clemens: Frühlingsahnen (Bachlauf mit Birken, im Hintergrund bayrische Vorberge). P.: 74,5×94, B.: 64×80. Farbenlichtdruck. B.-Nr. 5309. \* 18.—

Haerendel, Harry: Der Führer (Brustbild en face). P.: 75×62, B.: 54×41. Lichtdruck. B.-Nr. P. K. 22. \* 4.—

— Dasselbe, Kleine Ausg. P.: 28×36, Lichtdr. B.-Nr. P. K. 22b. \* 1.—

Henschke, Mila: Sonnige Flur. (Kornfeld und Kornhocken, im Hintergrund Felder und bewaldete Höhen). P.: 83×110, B.: 68×92. Farbenlichtdruck. B.-Nr. 5308. \* 20.—

Gesellschaft für Christliche Kunst, Kunstverlag G. m. b. H. in München 2, Wittelsbacherplatz 2.

Hirsch, Peter: Pius XII. P.: 50×65, B.: 37,2×47,5. Vierfarbendruck. \* 5.—

Kunstverlag Fingerle & Co. in Eblingera, N.

Gasteiger, Anna: Rosen (in Tonkrug auf ruhem Tisch). P.: 27×20, B.: 24×18. Vierfarbendruck. B.-Nr. 2035. \* 1.—

Guba, R.: Segelboote. P.: 23×23, B.: 18×18. Vierfarbendruck. B.-Nr. 2121. \* 1.—

Hauff, Karl: Mutterglück (mutterglück im Krug auf Hügel). P.: 34×27, B.: 24×18. Vierfarbendruck. B.-Nr. 2067. \* 1.50

Hecker, J.: Bergdorf. P.: 21×26, B.: 18×24. Vierfarbendruck. B.-Nr. 2093. \* 1.—

Wendlberger, W. H.: Anemonen und Narzissen (in grauem Tonkrug). P.: 21×27, B.: 18×24. Vierfarbendruck. B.-Nr. 2079. \* 1.—

— Anemonen und gelbe Narzissen (in grauem Tonkrug). P.: 27×21, B.: 24×18. Vierfarbendruck. B.-Nr. 2080. \* 1.—

— Astern (in Tonkrug). P.: 29×23, B.: 24×18. Vierfarbendruck. B.-Nr. 2081. \* 1.—

— Begonien (in blauer Vase). P.: 28×21, B.: 24×18. Vierfarbendruck. B.-Nr. 2076. \* 1.—

— Feldblumen (Mohn, Margueriten und Kornblum im Krug). P.: 27×22, B.: 24×18. Vierfarbendruck. B.-Nr. 203. \* 1.—

— Rosa Geranium (im Topf). P.: 28×21, B.: 24×18. Vierfarbendruck. B.-Nr. 2077. \* 1.—

# Werbekalender

für Oktober 1939

### Gedenktage im Oktober 1939

2. Hans Thoma . . . . .	100. Geburtstag
8. Baumeister Joh. Otzen . . . . .	100. Geburtstag
28. Ottomar Mergenthaler, Erfinder der Linotype- Sehmaschine . . . . .	40. Todestag



### Vorschläge für Sonderfenster und Sonderecken

Damals und heute (*Der Weltkrieg im Buch*) — Segel im Sturm (*Bücher von deutschem Forscher- und Entdeckergeist*) — Haushaltskunst (*Kochbücher, Buchführung im Haushalt, praktische Winke*) — Kleine Malschule im Herbst (*Einführung in die Technik der Pinsel- und Farbstiftmalerei, Farbenphotographie*) — Großmutter erzählt (*Bücher zum Vorlesen für jung und alt*) — Geschichte und Geschichten von Männern, Völkern und Staaten (*Lebensbilder*).



### Herbstauslese\*)

Geht man von der Voraussetzung aus, daß ein Buch zu Geschenkzwecken erworben wird und daß der Empfänger ein »viel belesener Mann« ist, so versteht man die Neigung des Sortimenters, ausschließlich Neuererscheinungen vorzulegen. Dieser Fall aber

liegt selten vor. Außerdem kann man dem Käufer einen Umtausch unter solchen Umständen gestatten. — Warum also immer Neuererscheinungen?

Den Sommer hindurch findet der Buchhändler Zeit, sich in das Schrifttum des vergangenen Herbstes oder noch weiter zurückliegender Veröffentlichungen zu vertiefen. Manches Buch, das damals nicht den gewünschten und erwarteten Erfolg hatte, findet erst jetzt seine Beachtung. Auch der weitsichtige Verleger sorgt zur rechten Zeit für Lesee Exemplare, damit die seiner Meinung nach unberechtigt vergessenen Bücher der gründlichen Prüfung des Sortimenters nicht entgehen.

Mit dem Einsatz für eine aus persönlicher Kenntnis gewonnene Auslese des zurückliegenden Jahres erfüllt der Buchhandel erst seine ideelle Aufgabe. Neben den Herbstneuererscheinungen, die als Blickfang im Schaufenster natürlich eine Rolle spielen, ist darum jetzt eine gediegene Auswahl besten Schrifttums der vergangenen Monate und Jahre angebracht, auch wenn es sich um Bücher handelt, die niemals zum Tagesgespräch geworden sind.

Werbestelle

\*) Siehe hierzu auch die Aufsätze „Die Alterserscheinung des Buchhandels: ein Werbeproblem?“ im Börsenblatt Nr. 196 vom 24. August 1939, Nr. 224 vom 26. September 1939 sowie den Brief im Werbekalender Nr. 1 vom 1. September im Börsenblatt Nr. 201 vom 30. August 1939.