

Besprechungen und Berichte

BERICHTIGUNG

Das auf Seite 18 dieses Heftes erwähnte Nagelungsplakat von Lani (Beilage zwischen Seite 12 und 13) ist nicht für Budapest, sondern für Herrmannstadt (Siebenbürgen) entstanden. Sachs.

KRIEGSSAMMLER-ZEITUNG

Neuheiten- und Tauschanzeigen für Kriegssammler, Museen und Bibliotheken. Herausgeber Gustav Walter, Wien-Kritzendorf, Hauptstrasse 106.

Diese Zeitung, die am 1. Oktober 1916 zum ersten Mal erschien, umfasst einen umfangreichen Stoff. Ihr Erscheinen entspricht einem dringend gewordenen Bedürfnis. Sie will der grossen Gemeinde der Sammler von Kriegsdokumenten aller Art Nachrichten bringen, Neuerscheinungen melden, Tausch vermitteln, neue Verbindungen anbahnen. Ihre Tätigkeit wird mit Beendigung des Krieges nicht erlöschen, denn noch viele Jahre im Frieden wird für die Kriegssammler reiche Betätigung gegeben sein, um den Stoff zu sammeln, den dieser Krieg in einer Fülle schuf, wie keiner vorher.

Die ersten beiden Nummern behandeln falsches und echtes Notgeld, Czernowitzer Stadtgeld, Kriegsmedaillen, Kriegszeitungen, Kriegsplakate, Kriegsvolkslieder, Lebensmittelkarten, Münzen. Der Stoff ist noch ein wenig ungliedert und ungleichmässig behandelt; der Herausgeber schwankt scheinbar noch hin und her zwischen dem Bestreben, kleine anregende Aufsätze über Sammelgebiete zu bringen oder nur eine Art Registratur der Erscheinungen zu geben. Nur der letzte Weg scheint gangbar zu sein. Das beweist zum Beispiel ein inhaltlich ganz unzulänglicher Aufsatz über Kriegsleiheplakate. Ein „Katalog von Gegenständen der Kriegssammlungen in Einzelheften“ zu sein — das bleibe das Programm der neuen kleinen Zeitschrift. Ein im Verhältnis zur Grösse des Blattes schon umfangreicher Anzeigenteil von Sammlern, die Verbindungen suchen und Tauschangebote machen, zeigt, wie gross das Bedürfnis nach dieser Zeitschrift war. Sie kündigt ferner an, dass sie eine „Vereinigung von Kriegssammlern“ in Wien ins Leben rufen will, für die sich schon 40 Teilnehmer gemeldet haben. Die Gesellschaft soll später nach Gruppen eingeteilt werden, sodass solche für Plakatsammler, Notgeldsammler, Markensammler usw. geschaffen werden. Die Zeitschrift soll monatlich erscheinen und jährlich nur 4 Mark kosten, was ihrer Verbreitung sicher förderlich sein wird. Unsern Lesern sei empfohlen, sich Probenummern zur Ansicht kommen zu lassen. Sachs.

REKLAME-PRAXIS,

ein Lehr- und Nachschlagebuch, herausgegeben von Ost-Petersen, München 1916/17. — In 16 monatlichen Lieferungen für je 3 Mark. — Erste Lieferung „ABC“ bis „Amerikanische Reklame“.

Ost-Petersen unternimmt mit diesem Werk etwas in zweifacher Hinsicht Neues. Einmal ist es das erste Mal, dass ein Buch über Reklame in derartigem Umfang und mit

einer derartigen Fülle des Stoffes erscheint, so dass es überhaupt als das erste Lehrbuch der Reklame bezeichnet werden darf, sodann ist der Gedanke neu, den Stoff nicht im sachlichen Zusammenhang, sondern in einzelnen, alphabetisch geordneten Aufsätzen zu behandeln.

Soweit man von der vorliegenden ersten auf die kommenden fünfzehn Lieferungen schliessen darf, ist der Verfasser der grossen Aufgabe, die er sich gestellt hat, durchaus gewachsen. Er und seine Mitarbeiter verfügen nicht nur über ein reiches Wissen, sondern bieten es auch rückhaltlos und mit sicherem Gefühl für das Wesentliche dar. Ein Aufsatz wie der über „Amerikanische Reklame“ ist ausgezeichnet und bietet eine Fülle von Aufschlüssen, die sich nicht in allgemeinen Hinweisen erschöpfen, sondern zum Beispiel in dem Verzeichnis der gelesenen Zeitungen mit Angabe der Anzeigenpreise dem unmittelbaren Gebrauch dienen. Auch der Aufsatz „Affiche“ ist vorzüglich und bringt genaue Angaben über Herstellung und Kosten. Für uns besonders erfreulich ist, dass überall der Wert geschmackvoller Aufmachung und anständiger Druck-sachen betont wird — so in dem Aufsatz „(schriftliche) Akquisition“ — und dass auch die begleitenden Abbildungen — so bei „Akzidenz“ und „Affiche“ — mit sicherem Geschmack gewählt sind.

Gegenüber dem hohen Wert des Inhalts im einzelnen treten die Bedenken zurück, die man gegen seine Darbietung in alphabetischer Reihenfolge hegen muss. Ein „Nachschlagebuch“ kann zwar die jeweils gesuchte „Auskunft“ geben, aber schwerlich ein Lehrbuch werden, wenn nicht allerlei allgemeine Ratschläge und Ermahnungen bei jedem Aufsatz bis zum Ueberdruß wiederholt werden, oder wenn — das Buch nicht doch von A bis Z durchgelesen wird. Tatsächlich scheint der Verfasser damit zu rechnen, denn er beginnt mit einem an sich überflüssigen Aufsatz „ABC“, den sicher niemand nachschlagen würde und den er zu einigen allgemeingehaltenen, wohlklingenden Einleitungsworten benutzt. Auch den folgenden, ersten sachlichen Aufsatz „Ablegemappe“ beginnt er mit einer reichlich langen Ermahnung zur Ordnung im Büro im allgemeinen und leitet dann erst zum eigentlichen Gegenstand über mit den Sätzen: „... Unser Werk könnte die Reihenfolge seiner Abhandlungen kaum besser beginnen, als dass es mit diesen Ausführungen, wie wir sie hier unserem Thema vorausgeschickt haben, den Kaufmann von vornherein aufs eindringlichste ermahnt, allen solchen Kleinigkeiten... seine volle Beachtung zuzuwenden...“ usw. Da diese Ermahnungen „von vornherein“ gegeben werden, also offenbar nicht wiederholt werden sollen, so muss man schon das Buch von vorn an durchlesen, — womit es aufhört, „Nachschlagebuch“ zu sein.

In der Wahl der Stichwörter mag wohl eine gewisse Willkür und damit Unsicherheit nie ganz zu vermeiden sein, die Hauptsache bleibt dann nur, dass ein reichlicher und wohldurchdachter Gebrauch von den „Verweisungen“ gemacht wird. Beispielsweise soll eine Art „Abzahlungsgeschäfte“ nicht unter diesem Aufsatz, sondern als „Versandgeschäft“ besprochen werden, nebenher werden aber auch die Ausdrücke „Kreditgeschäft“ und „Teilzahlung“ gebraucht. Die weiteren Lieferungen werden zu zeigen haben, dass in jedem Falle der Nachschlagende das Gesuchte findet oder auf den Weg gewiesen wird. — Dass unter „Affiche“ im Gegensatz zum „Plakat“ ein im Buchdruck hergestellter