

Erzeugnisse der nordwestdeutschen Künstlervereinigung im Gewerbemuseum statt. Die Ausstellung umfaßte Radierungen, Holzschnitte und Lithographien. Der erste Assistent und Konservator des Gewerbemuseums, Herr Dr. Schaefer, erläuterte die Arbeiten und brachte sie dem Verständnis der Zuhörer näher. Besondere Aufmerksamkeit erregten einige Radierungen des Worpweder Künstlers Vogeler, der mehr der Graphik als der Malerei zugeneigt scheint. Daß die Radierung aber auch der Photographie den Rang streitig machen kann, wurde durch die von einer Künstlerin hergestellten Porträts bewiesen. Der Vortragende wies darauf hin, wie falsch es sei, bei Einkäufen das äußerlich Effektvolle und innerlich Hohle zu bevorzugen. Man müsse dahin streben, der einfachen, aber künstlerischen Arbeit den Vorzug zu geben, denn diese gewinnt für den Besitzer an Wert, je länger er sie besitze.

Die Zuhörer verfolgten die Darlegungen mit regem Interesse. *m.*

Kontokorrent aus losen Blättern

Zu Nr. 21 S. 844

Ueber die Zulässigkeit von ungebundenen Geschäftsbüchern hat sich die Handelskammer Kassel nach einem Bericht des »Casseler Tageblatts« vom 23. Dezember in zustimmender Weise geäußert. Eine Firma des Bezirks ersuchte die Kammer um Aufschluß darüber, ob die von verschiedenen Seiten neuerdings angebotenen zerlegbaren Geschäftsbücher mit losen Blättern gesetzlich gestattet wären. Der Referent hierzu legte die Rechtsgrundlage in zivilrechtlicher wie in strafrechtlicher Beziehung eingehend dar, ging auf die von dem verstorbenen Justizrat Staub und dem Bonner Professor Dr. Crome erstatteten Gutachten ein, äußerte sich über die Vorzüge der ungebundenen Kontenbücher nach dem System Soennecken und kam zu folgendem Schluß: Die Handelskammer wird das von ihr gewünschte Gutachten unter Berücksichtigung aller in Frage kommenden Verhältnisse dahin abgeben können, daß diejenigen Kaufleute, die für ihren Betrieb ein Kontenbuch nach der von Soennecken in Bonn empfohlenen oder einer ähnlichen Einrichtung für zweckmäßig halten, nicht zu befürchten brauchen, damit in unzulässiger Weise gegen die Ordnungsvorschrift des § 43 Abs. 2 des Handelsgesetzbuchs zu verstoßen oder gegebenenfalls einer Bestrafung zu unterliegen, vorausgesetzt, daß im übrigen die Pflicht zu ordnungsmäßiger, kaufmännischer Buchführung nicht verletzt wird. Nach einigen kurzen Bemerkungen der Herren Kommerzienrat Plaut und Schäfer in Marburg spricht sich die Kammer in diesem Sinne aus.

Ungehörige Reklame

Auf ungewöhnliche Weise sucht der Maschinenfabrikant X in A Geschäfte abzuschließen. Er verfolgt uns mit seinem Angebot, und bei einem hier gemachten Besuche erzählte er unangefordert, daß auch die hiesige Firma Y eine Maschine bestellt habe. Darauf entgegneten wir ihm, wir würden die Lieferung an Y abwarten und von dieser Firma Auskunft erbitten, ob die Maschine brauchbar sei oder nicht.

Hierauf bezugnehmend bekommen wir nun heute einen Brief und eine gedruckte Begutachtung, worin unter mehreren andern auch unsere Firma als Besteller solcher Maschine aufgeführt ist.

Wir haben hierfür eigentlich keinen Ausdruck, der parlamentarisch ausfallen könnte, vielleicht hängen Sie diese neue Art von Geschäftemachen etwas tiefer. Wir haben der Firma X mitgeteilt, daß wir bei ihr keine Maschine bestellt haben und eine solche auch nicht zur Probe zu empfangen wünschen.

Z, Geschäftsbücherfabrik

Brief der Maschinenfabrik X an die Geschäftsbücherfabrik Z.

Heute kann ich Ihnen nun höflichst mitteilen, daß die neue Konstruktion der-Maschine soweit ist, daß Ihre auf 14 Tage zur Probe bestellte Maschine in 10-14 Tagen an Ihre w. Adresse abgehen kann. Die starke Konstruktion lt. einliegendem Katalogblatt kostet eine Kleinigkeit mehr, und ich werde Ihnen mit Versandpapieren ehestens näher kommen.

Das Vorgehen der Maschinenfabrik wäre, wenn es nicht auf Versehen beruhte, nicht nur ungebührig, sondern auch unklug, denn der zu Unrecht als Bezieher Angeführte wird auf Anfrage gewiß keine gute Auskunft geben. Daraus jedoch, daß die Maschinenfabrik der Geschäftsbücherfabrik Z die Drucksache mit der unrichtigen Angabe zusandte, darf man schließen, daß die Angabe nicht Täuschung bezweckt, sondern auf Irrtum beruht.

Preiserhöhung. Die Buchbinder-Innung in Zwickau (Sachsen) hat Erhöhung der Preise der Waren und Arbeiten ihrer Mitglieder angekündigt. *Eg.* (Vogtl. Anz.)

Neues und Altes aus Tibet

Der Dalai Lama will in Lassa nun auch eine Zeitung herausgeben und hat zu diesem Zweck in England Druckmaschinen und in Leipzig tibetanische Typen bestellt. Tibet leistet sich damit eigentlich nichts Neues, denn schon lange vor Gutenberg hatten die Tibetaner in ihren Klöstern Druckereien, in denen sie sogar *bewegliche Lettern* benutzten. Wir Europäer haben uns schon oft genug Erfindungen orientalischer Völker angemaßt. Fast will es auch scheinen, daß die Druckerkunst mit beweglichen Typen aus Asien zu uns gekommen ist. Marco Polo erzählt schon in seiner Reisebeschreibung von den tibetanischen Druckereien, und sein Biograph Jull hat diese Angaben nicht nur bestätigt, sondern auch alte Letternblöcke in diesen Druckereien gesehen, die dort von den Mönchen als Kuriositäten aufgehoben und gezeigt wurden. Zwischen Italien und China-Tibet bestand im Anfang des 14. Jahrhunderts ein reger Handelsverkehr, und oft genug kamen venetianische Reisende nach Tibet und der Mongolei, von wo sie gedruckte Bücher mit nach Hause brachten. Beim Vergleich dieser chinesischen Bücher mit den alten italienischen und deutschen sieht es fast aus, als ob diese die Vorbilder der alten europäischen Druckwerke gewesen wären. Beide sind nur auf einer Seite bedruckt und die leeren Seiten beim Binden zusammengeheftet. Selbst die Druckerschwärze jener Bücher ähnelt der in unseren Wiegen drucken verwandten außerordentlich und scheint eine Art chinesischer Tusche zu sein. Von Pampilio Castaldi (1398-1490) wissen wir, daß er bewegliche Typen aus Holz und Blei gearbeitet und in seiner Druckerei in Feltre verwendet hat. Diese waren anscheinend den chinesischen Blöcken nachgeahmt. Gutenberg soll sich auch einige Zeit in Venedig aufgehalten haben, und es ist nicht unmöglich, daß er hier Bekanntschaft mit den orientalischen Drucken gemacht hat. Vor einigen Jahren erklärten sogar einige italienische Zeitungen, daß Gutenberg nur ein Nachahmer von Castaldi gewesen ist, und brachten es dahin, daß diesem ein Denkmal in Feltre gesetzt wurde. Die Inschrift dieses Denkmals lautet: »Pampilio Castaldi, dem Erfinder der beweglichen Letter, spendet Italien den langentbehrten Ehrentribut«. Colonel Jull schrieb damals ganz richtig, »die Felterianer sollen nur ruhig die Statue zu gutem Kalk verbrennen, da der gute Pampilio nichts mit der Erfindung zu tun hätte«. Ob wir immer Gutenberg als Erfinder der beweglichen Typen mit Recht bezeichnen, lasse ich dahingestellt, jedenfalls glaube ich, daß es richtiger wäre, ihn für die große Tat der Einführung der beweglichen Typen zu ehren.

Paul Borchardt

Zeitungs-Anzeigen

Ueber »moderne Inserat-Reklame« hielt Herr Alfred Calmer im Kölner Bezirksverein für Handlungskommis von 1858 (Hamburg) einen Vortrag, in welchem er auf die Bedeutung und den Umfang des Anzeigenwesens hinwies. Er bezifferte den Preis der in deutschen Zeitungen gebrachten Anzeigen auf eine halbe Milliarde Mark im Jahr. Diese starke Verwendung der Anzeige als Reklamemittel habe lebhaftere Nachfrage nach in diesem Fache geschulten Kräften hervorgerufen; es könnte deshalb jungen Leuten empfohlen werden, sich mit dem Anzeigen- und Reklamewesen vertraut zu machen. Das wirksamste und vornehmste Mittel, etwas bekannt zu machen, sei das Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften. Redner beleuchtete den Verkehr mit den Zeitungen und Anzeigen-Vermittlern und ging dann auf die verschiedenen Arten und Formen der Anzeige ein. Er zeigte an einer Reihe von Lichtbildern, daß gutgesetzte Anzeigen an Wirkung den klischierten nicht nachstehen. Starke Verbreitung finde die Anwendung von Stichwort-Anzeigen. Sind diese richtig gesetzt und mit einem die Neugierde erregenden Schlagwort versehen, so üben sie überraschend starke Wirkung auf den Leser aus. An einigen Anzeigen wurden dann die am meisten vorkommenden Fehler gezeigt, z. B. wie durch das Hervortreten des Namens der Ware oder der Firma die Hauptwirkung verloren gehe. Eine weitere Anzahl Lichtbilder brachten deutsche, englische, wie auch vorwiegend amerikanische illustrierte Reklame-Anzeigen, bei denen der Zusammenhang zwischen Bild und Text am wichtigsten sei. Der Vortragende empfahl ausgedehnte Verwendung der Photographie zu Anzeigenzwecken. *O. K.*

Buchdruckerlehranstalt in Leipzig. Auf Antrag des Vereins Leipziger Buchdruckereibesitzer wurde der städtische Beitrag für die Buchdruckerlehranstalt von 5550 auf 8550 M. jährlich erhöht. Durch Anschaffung einer Schnellpresse, Setzmaschine usw. sollen die Lehrmittel wesentlich vermehrt werden, wodurch etwa 30 000 M. Kosten entstehen. Zur Zeit beträgt die Schülerzahl 638 und die der Lehrer 38.