

zeitungen anzuzeigen, das auch ohne Insertion gehen würde, während die Insertion eines Buches, das schon bei seinem Erscheinen nicht »anziehe«, in der Regel abzulehnen sei. Es ist eben die Eigenheit des Buches, die den Umfang und die Art seiner Reklame bestimmt. So wenig gegen diese Auffassung etwas einzuwenden ist, kann man dem Verfasser aber nicht in seiner Abneigung gegen die Heranziehung von Reklamefachleuten für die Buchwerbung beipflichten. Daran ändern auch nichts die von ihm zitierten Fälle, die bei einigen Versuchen englischer Verleger nicht den gewünschten Erfolg zeitigten. Der wirkliche Reklamefachmann wird niemals das Buch als Reklameobjekt mit einem Markenartikel aus der Ernährungsindustrie oder sonstiger Provenienz verwechseln. Aber das ist wohl nicht nur in England so: In keinem Geschäftszweig macht sich ein solcher Mangel von tüchtigen und geschulten Werbefachleuten bemerkbar als im Buchhandel. Das liegt wohl u. a. daran, daß der Buchhandel sich bis in die neuere Zeit (und zum Teil auch heute noch) gegen eine zeitgemäße Reklame mehr oder weniger ablehnend verhält.

Zum Schluß noch etwas über das Vorwort, das Unwin seinem Buch zur Einleitung gegeben hat. Er bezeichnet darin als Zweck seiner Arbeit, Schriftstellern und solchen, die es werden wollen, die Schwierigkeiten des Verlagsbetriebes zu erklären und damit anstelle des nachgerade historisch gewordenen Mißtrauens zwischen Autor und Verleger gegenseitiges Verständnis und gute Beziehungen zu setzen. Gewiß eine nützliche und gute Absicht! Aber der Wert des Buches reicht viel weiter. Nicht nur die Buchhändler können daraus Nutzen ziehen, auch den Bücherkäufern wird seine Lektüre ein Genuß sein und dazu beitragen, das Verständnis und die Beziehung zum Buche zu vertiefen.

In Fritz Schnabel hat der Verfasser einen ihm würdigen Übersetzer gefunden. Engelbrecher

\*

Kursus »Fremdenverkehr« der Handels-Hochschule Berlin. Im Juni und Juli veranstaltete die Handels-Hochschule Berlin gemeinsam mit der Stadt Berlin und der Berliner Industrie- und Handelskammer eine Vortragsreihe »Fremdenverkehr«.

Der Zyklus umfaßte 26 mit dem Thema in losem Zusammenhang stehende Vorträge, für die als Dozenten die jeweils prominentesten Persönlichkeiten gewonnen waren. So sprachen über die Beziehungen des Fremdenverkehrs zum Kunstwesen Dr. Osborn, zur Presse Prof. Georg Bernhard, zur Post Staatssekretär Sautter, zum Einzelhandel Dr. Tiburtius, zur Industrie Prof. Leitner, zur Polizei Staatsminister Grzesinski, zum Großstadtverkehr Stadtbaurat Dr. Adler und Regierungsdirektor Dr. Mosle, zur Eisenbahn Reichsbahndirektor Vogt, zum Funk Staatssekretär a. D. Bredow, zur Seeschifffahrt Dr. Kiep von der Hapag, zum Straßenbau Prof. Brix, zum Ausstellungswesen Herr Heimann. Den Automobilmus behandelten für das Deutsche Reich Syndikus Dr. Feilchenfeld, für die amerikanischen Verhältnisse Prof. Julius Hirsch (einer der wichtigsten und interessantesten Vorträge der Reihe). Über Hotelfragen sprachen Generaldirektor Lüpschütz und Prof. Glücksmann, über das Restaurant Kommerzienrat Unger, über Reisebureaus Direktor Giese, über das Flugwesen Direktor Wronsky. Die Wichtigkeit der Hebung des Fremdenverkehrs wurde besonders durch die Vorträge von Prof. Bonn und Geh.-Rat Demuth verdeutlicht, die über die volkswirtschaftlichen Zusammenhänge, namentlich die Einwirkung auf die Zahlungsbilanz, sprachen. Demuth ging auch auf die Frage der Fremdenverkehrsstatistik ein, die sonst leider nicht behandelt wurde, obwohl fast kein Vortrag ohne Klagen über ihre Mangelhaftigkeit blieb. Über geographische bzw. heimatkundliche Fragen sprachen noch Prof. Wegener und Reichskunstwart Redslob. Bei der Fülle der Vorträge ließen Wiederholungen sich naturgemäß nicht vermeiden, trotzdem war es nicht notwendig, daß der Redner, dem das wichtigste Referat, nämlich die Verkehrswerbung anvertraut war, sich mit einer dazu noch recht wenig interessant vorgetragenen Zusammenfassung der vorangegangenen Vorträge begnügte. Der Vortragskursus, der von Oberbürgermeister Böß eröffnet wurde, wurde ergänzt durch Besichtigungen wichtiger Berliner Industrie-, Handels-, Hotel- und Druckereibetriebe, ferner des Messegeländes, des Opernhauses, des Flug- und des Westhafens, der Miotropabetriebe usw. Dr. W. P.

#### BERICHTIGUNG (HEFT 7, JAHRGANG V)

In dem Artikel »Das moderne russische Kinderbuch« sind bei der Übertragung aus dem Russischen Verwechslungen vorgekommen. Der Autor des Buches wurde versehentlich als Künstler genannt. Die Abbildung auf Seite 61 zeichnet N. Altmann, die Abbildung auf Seite 64 (unten) S. Tschekonin, die Abbildungen auf Seite 68 (oben) B. Kustodieff und (unten) D. Mitrochin.