

Einzelrechnungs-No.

28. Dezember 1901.

Chr. Friedr. Vieweg's Buchh. in Quedlinburg.

- 98159. Müller, A., Op. 24. Zwei volkstümliche Gesänge f. 2 S., Alt u. Bar. Part. 80 δ .
- 60. Plügge, Th., Op. 7. Fünf vaterländische Lieder f. M.-Chor. Part. 80 δ .
- 61. Rudnick, W., Op. 77. Zwei geistliche Gesänge f. gem. Chor. Part. 80 δ n.
- 62. — Op. 78. Drei patriotische Gesänge f. Schul- od. M.-Chor m. Pfte. Part. 1 \mathcal{M} 50 δ .
- 63. — Op. 79. Psalm XIII f. 1 Singst. m. Org. u. Harfe. 2 \mathcal{M} .
- 64. Stein, Br., Op. 20. Die Kaiserburg f. M.-Chor m. Pfte. Klavierausz. 1 \mathcal{M} 20 δ .

29. Dezember 1901.

Carl Paez (D. Charton) in Leipzig.

- 98165. Rotert, A. C., An Léontine f. 1 Singst. m. Pfte. 1 \mathcal{M} 50 δ .

Einzelrechnungs-No.

Ludwig Doblinger in Wien.

- 98166. Hoffmann, H., Drei Lieder f. 1 Singst. m. Pfte. 2 \mathcal{M} .
- 67. Reinhardt, H., Das süsse Mäd'l. Potpourri f. Pfte zu 4 Hdn. 4 \mathcal{M} .
- 68. — do. Intermezzo f. Orch. Stimmen. 3 \mathcal{M} n.
- 69. — do. Ouvertüre f. Orch. Stimmen. 5 \mathcal{M} n.
- 70. — do. Süsse Mäd'ln. Walzer f. Pfte zu 4 Hdn. 2 \mathcal{M} 50 δ .
- 71. — do. do., f. Pfte u. V. 2 \mathcal{M} 50 δ .
- 72. — do. do., f. V. allein. 1 \mathcal{M} 30 δ .
- 73. — do. Launische Dame. Walzerlied f. Pfte. 1 \mathcal{M} 30 δ .
- 74. — do. do., f. V. allein. 80 δ .
- 75. — do. do., f. Pfte u. V. 1 \mathcal{M} 50 δ .
- 76. — do. do., f. Orch. Stimmen. 3 \mathcal{M} n.
- 77. Hummel, J. E., Op. 160. Tanzbilder der Jugend. Nr. 66. Reinhardt, H., Süsse Mäd'ln. Walzer f. Pfte. 1 \mathcal{M} .
- 78. — do. do., f. Pfte zu 4 Hdn. 1 \mathcal{M} 50 δ .
- 79. — do. No. 67. SüsSES Mäd'l. Marsch f. Pfte. 80 δ .
- 80. — do. do., f. Pfte zu 4 Hdn. 1 \mathcal{M} .

Nichtamtlicher Teil.

Schaufenster-Dekoration.

Dieses für die gesamte Geschäftswelt mehr oder weniger wichtige Thema behandelte der Leipziger Verkehrsverein am 12. Januar im Saale des Zoologischen Gartens zu Leipzig in einer zahlreich besuchten öffentlichen Sitzung. Treten doch gerade auf diesem Gebiete gegenwärtig die verschiedensten Bestrebungen zu tage, die eine öffentliche Erörterung des interessanten Gegenstandes angebracht erscheinen ließen.

Den Vortrag hatte, da der ursprünglich dafür in Aussicht genommene Maler und Kunstschriftsteller Herr Ernst Kiebling infolge Krankheit hatte absagen müssen, der Sohn des gegenwärtigen Vorsitzenden des Verkehrsvereins, Herr Winkler jr., übernommen.

Von welcher Wichtigkeit die Dekoration des Schaufensters für den Geschäftsverkehr ist, so begann der Redner, zeigen am besten die großen Modebazare und Warenhäuser, die jährlich Tausende für diesen Zweck ausgeben. Geschäfte dieser Art haben besondere Angestellte, deren Beschäftigung darin besteht, immer neue Effekte zu ersinnen, um das Publikum anzulocken und zum Kauf zu reizen. Wenn man den Umsatz dieser Geschäfte ansieht, so kann man nicht sagen, daß die aufgewendeten Summen verloren seien. Kleinere Geschäfte können natürlich nicht mit solchen Hilfskräften arbeiten; dennoch aber können auch sie ohne großen Kostenaufwand, oftmals lediglich durch einige Stunden Mehrarbeit, beachtenswerte Schaufenster-Dekorationen zu Stande bringen. Es wird sich für die Inhaber dieser Geschäfte hauptsächlich darum handeln, eigenen Geschmack zu entwickeln. Farbensinn, geschickte Raumausnutzung sind Eigenschaften, die bei einiger Übung und Selbstkritik von selbst sich einstellen. Mit dem Geschmack muß sich das Gefühl für die Wirkung paaren. Es giebt Waren, die von selbst dekorativ wirken. Aber auch hier kommt es auf das Geschick des Dekorateurs an, der durch ungeschickte Zusammenstellung die beste Auslage um die Wirkung bringen kann.

Natürlich lassen sich keine Regeln aufstellen, wie man dekorieren soll. Die verschiedenartigen Verhältnisse stellen auch verschiedenartige Aufgaben. Mit der Zahl der auszustellenden Gegenstände steigt auch die Schwierigkeit, sie malerisch zu gruppieren. Geschickte Farbenzusammenstellung sichert jedem Schaufenster Beachtung; doch ist es schwer, hier Ratschläge zu geben. Als Norm sollte gelten, nur frische, lebhaftere Farben anzuwenden und sie solchen gegenüberzustellen, die den Gegensatz ausdrücken.

Durch harmonische Abstimmung der Töne wird der Beschauer angenehm berührt und sein künstlerisches Gefühl gefördert. Ist der Artikel einfarbig und dunkel, so wird er in einer in hellen Farben gehaltenen Umgebung wirksam hervortreten.

Langweilig wirkt es, wenn die Waren nebeneinander in Reihen auf ebener Bodenfläche stehen. Verschieden große Bestelle, Spiegel und reichliche Beleuchtung sollten daher in allen Fällen Anwendung finden.

Große Effekte lassen sich auch durch die Ausstellung eines einzelnen Gegenstandes in Massen erzielen. Namentlich Specialgeschäfte (Buchhandlungen) sollten von Zeit zu Zeit ihr Schaufenster ausschließlich mit einem besonders geeigneten Artikel dekorieren.

Das wichtigste Hilfsmittel des Schaufenster-Dekorateurs ist die Beleuchtung. Lieber zu viel Licht, als zu wenig. Ein Schaufenster,

Börsenblatt für den deutschen Buchhandel. 69. Jahrgang.

das abends ungenügend beleuchtet ist, entgeht der Aufmerksamkeit der Passanten stets. Die Beleuchtung ist ein Punkt, wo ein Geschäftsmann nicht sparen darf, wenn er mit der Konkurrenz gleichen Schritt halten will. Von den Beleuchtungsarten kommen Gasglühlicht und die elektrische Glühlampe in Frage. Die letztere ist vorzuziehen, da sie kein zu grelles Licht giebt und, was die Hauptsache ist, sich überall im Schaufenster anbringen läßt. Recht hübsch wirken auch zweifarbige Birnen.

Kein Geschäft, das auffallen will, sollte es versäumen, Spiegel im Schaufenster anbringen zu lassen. Durch Spiegel werden die im Schaufenster befindlichen Waren scheinbar ins unendliche vermehrt, und so wird mit wenig Ware eine Massenwirkung erzielt. Die durch die Spiegeleinrichtung verursachten Kosten machen sich schnell bezahlt, weil weniger Ware dem im Schaufenster unvermeidlichen Verstauben und Verschleßen ausgesetzt ist. Sodann lehrt die Erfahrung, daß die Vorübergehenden, namentlich Damen, oft Gelegenheit nehmen, ihre Toilette im Spiegel zu kontrollieren, wobei sie unwillkürlich auch die aufgestellten Waren betrachten.

Es ist eine unbestrittene Thatsache, daß für jedes Detailgeschäft das Schaufenster ein wesentlicher Faktor zur Förderung des Umsatzes ist. Die Auslage im Schaufenster regt oft die Kauflust selbst da an, wo sie ursprünglich gar nicht vorhanden war. Jeder Kaufmann sollte sich diese Erfahrung zu nutze machen.

Nachdem noch eine längere Besprechung darüber stattgefunden hatte, ob es angebracht sei, auch für Leipzig einen Schaufenster-Dekorations-Wettbewerb ins Werk zu setzen, wie er beispielsweise in Barmen schon besteht, was meist bejahend beantwortet wurde, erreichte die Versammlung ihr Ende. — e.

Versteigerung der Kupferstichsammlung des † Herrn Robert Walden zu Berlin.

(Daniel Chodowiecki.)

Am 4. Dezember 1901 und an den folgenden Tagen wurde durch die Firma Umsler & Ruthardt in Berlin eine wertvolle Sammlung von Kunstblättern versteigert, nämlich das nahezu vollständige radierte Werk Daniel Chodowiecki's in vorzüglichen alten Abdrucken mit Rand, die der in Berlin verstorbene Herr Robert Walden im Laufe vieler Jahre zusammengetragen hat. Wir teilen im nachfolgenden einige Preise mit, soweit sie 20 \mathcal{M} erreicht oder überstiegen haben:

Katalog-Nr.:

- 16 Friedrich der Große zu Pferde. 24 \mathcal{M} .
- 21 Die russischen Gefangenen. 41 \mathcal{M} .
- 24 Die sechs Damen mit dem zeichnenden Künstler. 24 \mathcal{M} .
- 26 Das Studienblatt von achtzehn Figuren. 22 \mathcal{M} .
- 30 Die Landschaft nach Rembrandt. 51 \mathcal{M} .
- 42 Sechs Türken zu Pferde. 27 \mathcal{M} .
- 68 Das Brandenburger Thor in Berlin. 25 \mathcal{M} .
- 69 Dasselbe seltene Blatt. 20 \mathcal{M} .
- 81 Prinzessin Friederike Sophie Wilhelmine von Preußen. 65 \mathcal{M} .
- 82 Dasselbe Hauptblatt. 57 \mathcal{M} .