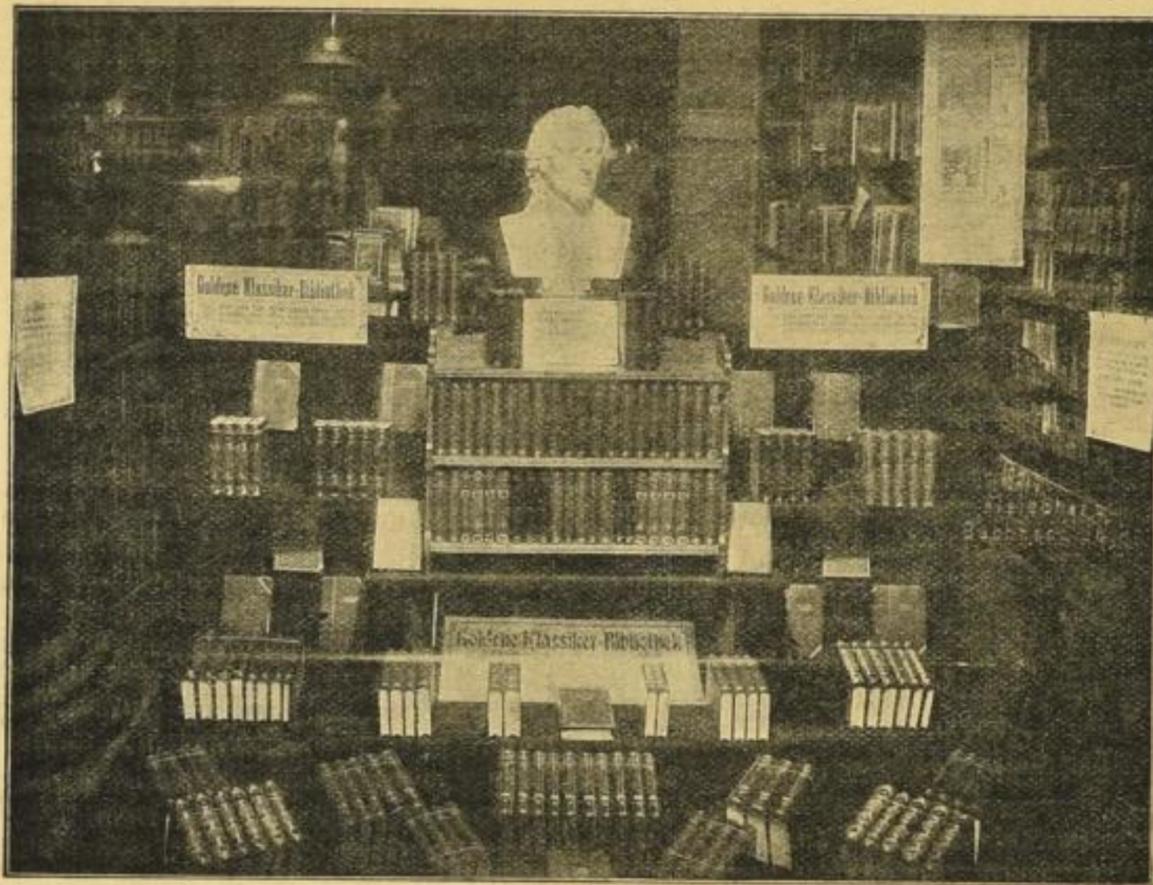


samkeit zuwenden. Die Firma Hermann Seemann Nachf. in Berlin hat z. B. einen Schaufensterwettbewerb für ihren Verlag veranstaltet, allerdings, wie sie berichtet, nicht mit dem erwarteten Erfolg. Dagegen schreiben andere Firmen, daß das Ergebnis derartiger Ausstellungen durchaus befriedigend

Das Einbandmaterial der Firma Richard Bong z. B. ist in seinen zahlreichen Variationen zu dekorativen Zwecken wie geschaffen. Es lag daher für den Verlag nahe, zur Veranstaltung von Sonderausstellungen unter den Sortimentern anzuregen. Ein derartiges Schaufenster (s. Abb. 11) ist von der Firma Friedrich Fleischer in Leipzig anlässlich des vorjährigen Schaufensterwettbewerbes dekoriert worden.



Abbildg. 11. Richard Bong, Leipzig (Friedrich Fleischer).

ausgefallen wäre. Das »Was« der Ware und das »Wie« der Auslage kommen als entscheidende Faktoren in Betracht, wenn auch nicht geleugnet werden soll, daß das Interesse des Publikums in einzelnen Städten und Gegenden sehr verschieden für derartige Veranstaltungen ist, so daß die Wirkung mehr elementar gehaltener Auslagen oftmals vorteilhafter erscheint.

Auf Abb. 8 haben wir ein derartiges Spezialschaufenster. Es handelt sich um eine Sonderausstellung Staadmannscher Verlagswerke, die die Firma Emil Gräse in Leipzig in ihrem Schaufenster veranstaltet hat. Auch hier ist die Beschränkung in der Anzahl der ausgestellten Objekte unverkennbar. Der starke einheitliche Zug, der durch diesen Verlag wertvoller meist von den Autoren Jungösterreichs stammenden Belletristik geht, kommt sicher zur Geltung. Der gute Eindruck wird durch Verwendung von Plakaten und durch Tafeln mit aufgestellten Titeln der broschierten Bände, sowie durch Porträts erhöht. Dieses Fenster kann getrost als Vorbild einer derartigen Spezialauslage gelten. Wieder mehr durch die Fülle des Gebotenen sucht das Schaufenster der Firma R. Jansen in Hamburg (vgl. Abb. 9 u. 10) zu wirken, das eine Sonderausstellung des Verlags von Alfred Janssen, gleichfalls in Hamburg, enthält. Leider sind die gemachten photographischen Aufnahmen nicht scharf genug, um ein abschließendes Urteil abzugeben. Der geschäftliche Erfolg dieser Veranstaltung soll ein guter gewesen sein.

Die Klassiker, die den eisernen Bestand einer jeden Bücherei des Gebildeten darstellen sollten und auch zum großen Teile darstellen, sind ein Artikel, mit dem jeder Sortimenter rechnen muß. Zu Weihnachten und Ostern wird er meist stark verlangt und auch durch Empfehlung des Sortimenters als Geschenkwerk verkauft. Die Veranstaltung einer Sonderausstellung von Klassikern zur gegebenen Zeit dürfte daher kaum ihren Zweck verfehlen. An Material ist ja heute kein Mangel. Die großen Klassiker-Verleger wetteifern miteinander, nicht nur inhaltlich, sondern auch äußerlich Gediegenes zu schaffen.

muß natürlich eine innere Verwandtschaft dieser Gruppen untereinander bestehen. In dem Fenster der Firma Carl Singhol, Schwerin (Abb. 12), sind die Erzeugnisse der Firmen Lange- wiesche, Eugen Diederichs und Insel-Verlag vereinigt. Der Inhaber berichtet, daß es in einer reinen Beamtenstadt,



Abbildg. 12. Carl Singhol, Schwerin.

die keine Industrie und keinen Fremdenverkehr habe, besonders schwer sei, das Publikum zum Kaufen zu animieren, und daß es insgedessen nötig wäre, die Auslagen so individuell als möglich zu gestalten. Das hier abgebildete Schaufenster läßt die notwendige Beschränkung in der Anzahl der ausgestellten Objekte nicht vermissen. Die Anordnung ist geschmackvoll und übersichtlich. Wir kommen auf dieses Schaufenster noch zurück, wenn wir uns mit dem Aufbau der Auslage zu beschäftigen haben.