

Redaktioneller Teil

Kreisverein

Ost- und Westpreussischer Buchhändler.

Die ordentliche 48. Hauptversammlung des Kreisvereins Ost- und Westpreussischer Buchhändler findet in diesem Jahr nicht in Danzig, sondern in Elbing statt und zwar Sonntag, den 16. Juni 1929.

Tagesordnung:

1. Jahresbericht über das verfllossene Vereinsjahr.
2. Kassenbericht und Entlastung des Kassenwarts.
3. Festsetzung des Voranschlages und des Beitrages für das neue Vereinsjahr.
4. Neuwahl des Vorstandes.
5. Bestimmung des Ortes der nächsten Hauptversammlung.
6. Die neue Verkaufsordnung.
7. Aussprache über den Tag des Buches und seine Zukunft.
8. Das Schulbuchgeschäft.
9. Annahme der neuen Satzungen des Kreisvereins.
10. Verschiedenes.

Weitere Vorträge und Referate werden noch bekanntgegeben.

Anträge zur Tagesordnung sind bis spätestens 22. Mai d. J. schriftlich dem Vorstand unter Beifügung einer Begründung zu stellen.

Fehlende Mitglieder zahlen laut § 4 Abs. 6 der Satzungen ein Fehlgeld von 10.— RM.

Wir bitten unsere Mitglieder, sich den 16. Juni freihalten zu wollen.

Königsberg i. Pr., den 10. Mai 1929.

Der Vorstand

des Kreisvereins Ost- und Westpreussischer Buchhändler.

Bernhard Leichert, Vorsitzender.

Heinrich Kutteneuler, Schriftführer.

Die preisgekrönten Schaufenster des Kantate-Wettbewerbs.

Der mit der Schaufensterschau zu Kantate in Leipzig veranstaltete Wettbewerb hatte das im Börsenblatt vom 4. Mai veröffentlichte Ergebnis. Wir bringen in der Bilderbeilage heute Fenster des Leipziger Sortimentes und der Deutschen Buchhändler-Lehranstalt. Die Fenster waren alle gleichmäßig 190 cm breit, die Scheibe 275 cm hoch. Der Börsenverein lieferte den Ausstellern den Schaufensterkasten, d. h. Hintergrund, Seitenwände und Schaufensterboden aus einfachen rohen Brettern. Die Schaufensterdekorateure hatten also die Aufgabe, mit einfachsten, von ihnen selbst beizubringenden Mitteln wirkungsvolle Fenster ohne besondere Zutaten (Messingstangen, wertvolle Aufbauten usw.) herzustellen. Rück- und Seitenwände waren vom Boden des Schaufensters aus 160 cm hoch. Der Begründung der Prämierung schicken wir eine kurze Beschreibung der Fenster voraus.

Fenster Nr. 1: »Architektur« der Buchhandlung Gustav Schlemminger. Hintergrund und Seitenwände mit rotem und weißem Papier bekleidet, Boden mit blauem Papier bedeckt, der Aufbau rechts ebenfalls mit Papier blau und gold bedeckt, die Säule im Hintergrund aus Goldpapier, das Plakat schwarze Schrift auf goldenem Grunde.

Fenster Nr. 2: »Medizin« der Buchhandlung Alfred Lorenz. Rücken, Seitenwände und Boden mit schwarzem Indanthren-Nesselstoff, die Bretter schwarz gebeizt, das Plakat mit schwarzer Schrift auf weißem Grunde.

Fenster Nr. 3: »Das schöne Buch im Wandel der Zeit« der Buchhandlung Alfred Lorenz. Rücken und Seitenwände blau Indanthren-Nessel, Boden schwarzer Stoff, darüber golddurchwirkter Madrasstoff, das Firmenschild sammetartiges schwarzes Papier mit aufgeklebten Goldbuchstaben, alle übrigen Bezeichnungen Goldschrift auf schwarzem Karton.

Fenster Nr. 4: »Pädagogik« der Deutschen Buchhändler-Lehranstalt. Rücken, Seitenwände und Boden blauer Indanthren-Baumwollstoff, das Humboldt-Bild in braunem Rahmen.

Fenster Nr. 5: »Reise« der J. C. Hinrichs'schen Buchhandlung. Hintergrund und Seitenwände dunkelgrünes Papier, Boden mit dunkelgrünem Rips. Das Werbeplakat hellgrünes Papier, Schrift und Zeichnung schwarzweiß und rot. Das Firmenschild schwarze Schrift auf weißem Karton.

Die Beschlüsse der Preisrichter erfolgten in allen Fällen einstimmig. Für die Bewertung waren die nachfolgenden Fragen zu Grunde gelegt:

1. Erregt das Fenster die Aufmerksamkeit in der Nähe?
2. Erregt das Fenster die Aufmerksamkeit in einiger Entfernung?
3. Wird es im Gedächtnis des Beschauers haften bleiben und damit auffördernd wirken?
4. Hat es Überredungskraft?
5. Hat es ästhetischen Wert durch künstlerischen Aufbau oder persönliche Note?
6. Ist die Anordnung so übersichtlich, daß sie den Blicklauf leitet?
7. Kann das Angebot vom Beschauer in kürzester Zeit erfasst und verarbeitet werden?
8. Tragen dazu Plakat und Beschriftung bei?
9. Sind die Erläuterungen über die inneren werbenden Vorzüge und die wesentlichen äußeren Merkmale der Bücher in den Ablauf der Blickrichtung eingeordnet?
10. Ist die Preisauszeichnung deutlich und gut zur Geltung gebracht?
11. Entsprechen Farbe und Form dem Geschmack der Kunden, sodaß die Werbewirkung dadurch erhöht wird?
12. Ist die Firma gut zur Geltung gebracht?
13. Ist das Fenster frei von technischen Mängeln?

Wenn bei dem Fenster Schlemminger auch der Punkt 8 nur teilweise und die Punkte 9 und 10 gar nicht berücksichtigt waren, so waren doch die übrigen Forderungen am besten erfüllt. In der Art des Aufbaues und der künstlerischen Durchführung desselben übertraf es alle anderen Fenster bei weitem. Der Aufbau war den ausgestellten Büchern, was jedem Beschauer auf den ersten Blick erkennbar, als zeitgemäße Architektur hervorragend angepaßt. Die Wirkung wurde durch die trefflich ausgewählten Farben der Bezugspapiere noch erhöht. Die ganze Ausstellung ist sachlich, übersichtlich und von großer Werbewirkung.

Bei dem medizinischen Fenster Lorenz muß neben der korrekten Art der Ausstellung besonders anerkannt werden, wie geschickt die Schwierigkeit, ein wissenschaftliches Fenster interessant und anziehend zu gestalten, durch die beiden alten Kupfer und Porträts überwunden wurde.