

Verlag vollständig eingehen. Das Sortiment hat sich unter dem jetzigen Besitzer zu einem der angesehensten in Zürich entwickelt. Der Jubilar genießt im Schweizer Buchhandel bestes Ansehen, er ist Vorstandsmitglied des Schweizerischen Buchhändlervereins und Präsident des Buchhändler-Vereins in Zürich.

Am 1. Oktober vollenden sich für den Buchhandlungsgehilfen Herrn Hermann Krause 40 Jahre ununterbrochener Berufstätigkeit im Hause Carl Fr. Fleischer in Leipzig. In dieser langen Zeit hat Genannter stets selbständige Posten zur vollen Zufriedenheit der Geschäftsleitung innegehabt. In Anerkennung seiner

geschäftlichen Tätigkeit und Treue wurde ihm vom Börsenverein das Ehrenzeichen des Buchhandels in Silber verliehen.

Herr Richard Vorwerk kann am 1. Oktober auf eine 25jährige ununterbrochene Zugehörigkeit zum Hause G. E. Stechert & Co. in Leipzig zurückblicken. In Anerkennung seiner unermüdbaren und zuverlässigen Mitarbeit wird dem Jubilar an seinem Ehrentag u. a. das Ehrenzeichen des Buchhandels verliehen.

Louis Kufol † (s. a. Nr. 224). — Im Alter von nur 47 Jahren starb nach langer schwerer Krankheit Herr Louis Kufol, der dem Verlage Ullstein schon seit dem 1. Oktober 1910, zuletzt als Prokurist,

Aussprache über Werbemittel

Der Bitte der Werbestelle um Beiträge zu den Fragen der Werbung haben viele Firmen entsprochen. Die Aufsätze, manchmal recht ausführlich und überzeugend gehalten, müssen aus Raummangel gekürzt und nur das kann abgedruckt werden, was erfahrungsgemäß nicht oft genug gesagt werden kann, sowie die wirklich neuen Anregungen. Die im Börsenblatt vom 8. August angekündigte Reihenfolge muß geändert werden, weil zu einzelnen Themen noch Äußerungen zu erwarten sind.

Das Schaufenster.

Aus der Praxis von Hugo Bichard - Berlin. (Gekürzt.)

»Nachstehende Ausführungen sind für Mittelstädte gedacht, sie dürften aber auch für manche Großstadt Neues bringen sowie Kleinstädten Anregungen geben.«

Als selbstverständlich werden folgende Bedingungen vorausgesetzt:

Regelmäßig geputzte Scheiben, reichliche indirekte Beleuchtung. Schwere Fensterumbauten sind überflüssig. Rückwände (hierüber siehe den zweiten Beitrag) seien halbhoch. Am besten sind Abschlüsse durch Vorhänge. Stellagen sind heute nicht mehr nötig. Leere Kästen unter farbigen Stoffen — zur Not auch unter Krepppapier — lassen Stufen, Podeste, Pfeiler entstehen.

»Gelegentlich wirkt es hübsch, wenn auf die Grundlage noch ein anderer Stoff gelegt wird, z. B. ein kleiner Teppich, ein Seidenschal, eine bunte Decke, ein Filet-Deckchen, man kann dies aus anderen Geschäften leihen. Originellere Sachen bekommt man aber von Kunden, und wer es einmal versucht, wird erstaunt sein, wie gern die Kundschaft mitgeht. Damit erreicht man noch den Doppelzweck, den ganzen Anhang des Kunden für das Fenster zu interessieren. Auch antike Leuchter, Basen, Waffen, Porträts, Stiche, ethnographische und moderne kunstgewerbliche Gegenstände wird man durch eine freundliche Bitte gern geliehen bekommen. Alle diese Hilfsmittel, auch Blumen, sollte man aber nur hin und wieder verwenden und nur sparsam als Blickfang oder Sinnbild des Fensterinhalts, wenn man kein Plakat oder buchhändlerische Hilfsmittel, Bilder, Landarten und anderes verwenden kann. Selbstverständlich darf keine Auslage länger als eine Woche stehen. Falsch wäre es, ein Fenster durch Auswechseln von Büchern gewissermaßen zu verjüngen; denn der regelmäßig Vorübergehende sieht dann doch nur die gewohnten Umrisse und bleibt nicht stehen, darum: jedesmal ein völlig neuer Aufbau mit anderer Grundfarbe!

Sehr wichtig ist allerschnellste Dekorierung der Fenster, denn es wäre Vergendung von Zeit und Geld, ein Fenster zwei oder sogar drei Tage verhängt zu lassen, was ich schon erlebt habe. Selbst das größte Fenster muß in einem halben Tag gemacht sein. Man nimmt Helfer zur Hand, die Interesse an der Sache haben oder sie gewinnen, und treffe rechtzeitig Vorbereitungen. Am Tage vorher suche man heraus, was zur Ausstellung kommen soll, und zwar reichlich, weil es sich erst bei der Arbeit selbst zeigt, welche Formate und Farben man brauchen kann. Plakate und Preisschilder bereite man vor und lege sämtliches Material zurecht, damit das Dekorieren beginnen kann, sobald das Fenster ausgeräumt und die Scheibe von innen gepugt ist.

Ein allgemeines Sortiment wird mit Recht Wert darauf legen, jede Gruppe des Lagers in gewissen Abständen zu zeigen, darum empfehle ich, zur Selbstkontrolle eine Jahresliste anzulegen, etwa nach folgendem Muster:

In den Schaufenstern wurden ausgestellt:

	(I. und II. Schaufenster)	III. Schaufenster	usw.
am	5. 5.	8. 5.	10. 5. 12. 5. 15. 5. 17. 5.
Architektur		II	
Beyer-Geste			III
Blaue Bücher		III	
Gartenbücher			III
Handelswissenschaft	I		
Pädagogik			I
Reiseführer u. Karten			II
Sammlung Göschen		II	
Sprachen	I		
Steuer-Literatur	I		
Technik		II	
usw.			

Man wird selbst bemerken, daß man geneigt gewesen ist, immer wieder bestimmte Gruppen auszustellen und andere zu vernachlässigen.

Der richtige Schaufenster-Dekorateur wird nicht wahllos beliebige Bücher auslegen, sondern sein Fenster im Hinblick auf eine einheitliche Idee ausstatten. Nicht nur Gedenktage von Dichtern, Künstlern und Entdeckern, sondern auch neue Reisen, Erfindungen, Ereignisse der engeren Heimat können im Buchfenster ihren Abglanz finden. Das Buchhändler-Fenster soll Spiegel der Zeit sein. Rechtzeitig wird im Börsenblatt von der Werbestelle und von den Verlags-Propagandisten auf besondere Ereignisse hingewiesen. Ich verzichte absichtlich, hier Vorschläge zu machen, weil die Ideen jedem kommen, der sich ernstlich mit Schaufenster-Werbung beschäftigt.

Stehen mehrere Fenster zur Verfügung, empfehle ich, eins für die Anlage einer Schaufenster-Serie bereitzustellen. Unter Serienschauen verstehe ich die Planung mehrerer Fensterdekorationen unter einheitlichem Gesichtspunkt auf Wochen voraus. Z. B. die »Verleger-Serie«. An der Scheibe wird ein Plakat befestigt etwa folgenden Wortlautes:

Sonderschaufenster befreundeter Verleger	
1.— 8. September	Deutsche Verlags-Anstalt
9.— 15. September	Eugen Diederichs Verlag
16.— 22. September	S. Fischer
23.— 29. September	Walter de Gruyter & Co.
1.— 7. Oktober	Insel-Verlag
8.— 14. Oktober	B. G. Teubner
	usw.

Dieses Plakat muß bleiben, bis alle Fenster durchgeführt sind, damit der Serien-Charakter vorangestellt wird. Jeder Buchhändler führe einmal diese Serie zwei bis drei Monate durch, er wird über die Wirkung überrascht sein und sich besonders über die Hebung seines Ansehens freuen, wozu noch der Respekt des Publikums vor seinem großen Lager kommt. Selbstverständliche Voraussetzung ist natürlich, jedes einzelne Fenster für sich gut zu zeigen, erstens im Aufbau und zweitens als wirklichen Repräsentanten des betreffenden Verlages mit dessen neuesten und prominentesten Büchern. Darum wähle man nur Verleger, deren Werke man wirklich in größerer Zahl auf Lager hat bzw. die für eine solche Veranstaltung Interesse zeigen.

Ein weiteres Serienschauenfenster:

Die schönsten Weihnachts-Geschenke!

11.— 18. Nov. Für die Kleinen.	26. Nov.— 2. Dez. Für die Dame.
19.— 25. Nov. Für die Jugend.	3. Dez.— 9. Dez. Für den Herrn.
Andere Serien: »Sportbücher«, »Politische Strömungen«, »Geschichte« u. a.	