



Mater X



Mater IX

Oberstehende Matern werden unbe-rechnet abgegeben. Angabe der Ziffern genügt. Bitte, verlangen Sie auch den Maternmusterbogen der Werbest. **Z**

Werbekalender für November 1935

Themenvorschläge für allgemeine und Sonderschaufenster:

Kalender und Almanache / Literaturpreisträger des Jahres / Sport im Winter / Liebhabereien: Laienastronomie, Aquariums-, Zimmerpflanzen- und Ziervögelkunde, Philatelie / Dichter der einzelnen Gauen / Große Dichtungen in einfachem Gewande — Reihenbücher / Bücher von Dichterärzten / Mark Twain, Amerikas großer Humorist / Das Zeitbild im Briefwechsel / Die Weltanschauung des neuen Deutschlands.

Gedenktage im November 1935

7. Fritz Reuter	125. Geburtstag
14. Jean Paul	110. Todestag
14. Jakob Schaffner	60. Geburtstag
14. Bruno Bürgel	60. Geburtstag
15. Wilhelm Raabe	25. Todestag
30. Mark Twain	100. Geburtstag

Bitte, denken Sie beim Herrichten Ihrer Schaufenster daran, daß der Werbestelle gut-gelungene Photographien wirkungsvoller überdurchschnittlicher Schaufensteraufbauten stets willkommen sind. Die Wiedergabe im Börsenblatt wird mit 10 RM honoriert.

Untenstehende Abbildung des Schaufensters der Universitätsbuchhandlung Rudolf Merkel, Erlangen (hergerichtet von Fräulein Grete Engelbrecht, Leistungsklasse A) ist die letzte in der Reihe unserer Wiedergaben der im Schaufenster-wettbewerb des Reichsberufswettkampfes hergestellten Buchauslagen (siehe Börsenblatt Nr. 166 vom 20. Juli 1935!).

Eigenart der Idee? Wohl kaum! Die immerhin gute Wirkung geht von der durchorganisierten Geschlossenheit des Aufbaus aus. Die Bücher sind wie Soldaten ausgerichtet, was sonst leicht langweilig sein kann. Hier hat das eine besondere Berechtigung: Die Reihen sollen hervorgehoben werden, da es gilt, die Sammlungen zur Schau zu stellen. Im Begriff Sammlung liegt die Reihung und Wiederholung. Die klare Beschriftung im Hintergrund trennt die Reihen und damit die Sammlun-gen voneinander ab. Die Exaktheit der Raumaufteilung setzt sich im Fenster-boden fort, wo die Bücher „Der Eiserne Hammer“ schnurgerade ausgerichtet liegen. Werbetechnisch durchaus richtig, diese Bildbände, die an sich schwerer und durch die bebilderten Umschläge an-ziehender wirken, nach vorn zu legen. — Die einheitliche, rhythmische Aufteilung des Raumes kommt dem Orientierungs-sinn des Käufers sehr entgegen. Dr. H.

