

Ergebnis des Schaufensterwettbewerbs im Buchhandel und Einzelhandel anlässlich der „Woche des Deutschen Buches 1935“

Der von der Reichsarbeitsgemeinschaft für Deutsche Buchwerbung anlässlich der »Woche des Deutschen Buches« veranstaltete Schaufensterwettbewerb im Buchhandel und der in Gemeinschaft mit der Reichsfachschaft Deutscher Werbefachleute durchgeführte Wettbewerb für bestimmte Gruppen des Einzelhandels haben einen vollen Erfolg gehabt. Zahlreiche Buchhandlungen und Firmen des Einzelhandels haben hervorragende Lösungen der gestellten Aufgaben gefunden.

Es kam darauf an, in Buchschaufenstern unter Verwendung des Plakates: »Das Buch — ein Schwert des Geistes« diejenigen Literaturgruppen herauszustellen, die der Lage der Buchhandlung und der Zusammensetzung ihrer Kundschaft entsprachen. Beim Einzelhandel galt es ebenfalls unter Verwendung des Plakates die unmittelbare Beziehung des Buches zu Anforderungen des täglichen Lebens zur Anschauung zu bringen, so z. B. die Verbindung: Textilien-Modeliteratur, Haushaltungsgegenstände-Kochbuch usw.

Die örtlich bereits Anfang November prämierten Schaufenstergestaltungen haben nunmehr an der Reichsbewertung teilgenommen. Das Preisgericht unter dem Vorsitz von Ministerialrat Dr. Wismann, dem Leiter der Reichsarbeitsgemeinschaft, hat im Wettbewerb folgende Wertung vorgenommen:

Buchhandels-schaufenster:

1. Gestalter: A. W. Sauter; Firma: Bücherstube Rudi Kienzle, Heilbronn a. N.
2. Gestalter: Fritz Willert; Firma: Amelangsche Buchhandlung, Berlin.
3. Gestalter: Frau Ursula v. Dassel; Firma G. Harneder & Co., Frankfurt a. Oder.
4. Gestalter: Erich Vogt; Firma: Leihbücherei Vogt, Hannover, Volgersweg 4.
5. Gestalter: Wulf Hertel; Firma: Wulf Hertel, Arnstadt.
6. Gestalter: Jos. Chassée; Firma: Emil Bierbaum, Düsseldorf.
7. Gestalter: Hans Elwiy, Gelsenkirchen, Festweg 47; Firma: August Lohde, Gelsenkirchen.
8. Gestalter: Walter Weigand; Firma: Polytechnische Buchhandlung A. Sehdel, Berlin.
9. Gestalter: J. Petersen; Firma: G. Soltau, Flensburg.

10. Gestalter: Georg Kolb; Firma A. Bender, Mannheim.
11. Gestalter: Scheffler; Firma: Albert Neubert, Halle/S.
12. Gestalter: Fred Wilde; Firma: E. Könnich, Würzburg.

Einzelhandels-schaufenster.

1. Preis: Gestalter: Gebrauchswerber Barnasfy (Textil).
2. Preis: Gestalter: Appelboom (Bekleidung).
3. Preis: Gestalter: Herr Häfner und Frau Hoffer (Rundfunk).
4. Preis: Gestalter: Heribert Montag (Drogen).
5. Preis: Gestalter: Karl Mützel (Bekleidung).
6. Preis: Gestalter: Franz Bierschent (Gummwaren).
7. Preis: Gestalter: Leonhard Sigling jr. (Rundfunk).
8. Preis: Gestalter: A. S. Friedrich (Verkehr).
9. Preis: Gestalter: S. G. Rösch (Lampen).
10. Preis: Gestalter: W. Erdmann (Uhren).

In beiden Gruppen wurden je fünfzig Schaufenster bewertet, deren Gestalter mit Diplomen der Reichsdruckkammer ausgezeichnet werden.

Die im Buchhandel prämierten Schaufenstergestaltungen waren vorbildlich, da mit geringem Aufwand eine starke Werbewirkung erzielt wurde, die den Beschauer zu den mit besonderer Sorgfalt ausgewählten Büchern gradlinig hinführt. Der Fehler, durch übergroße Fülle des Ausgestellten den Betrachter zu verwirren und so bei ihm den Kaufentschluss zu erschweren, ist vollständig vermieden.

Die Schaufenstergestaltungen im Einzelhandel haben den Beweis erbracht, daß dieser in besonderer Weise geeignet ist, eine vorbildliche Werbung für das deutsche Buch durchzuführen und zu unterstützen. Die enge Verbindung des Buches mit dem täglichen Leben, die den Stil der neuen deutschen Buchwerbung geprägt hat, hat dabei sichtbaren und überaus wirkungsvollen Ausdruck gefunden. Die Sorgfalt, mit der die Gebrauchswerber in der Reichsfachschaft Deutscher Werbefachleute — und nur solche waren als Teilnehmer beim Einzelhandelswettbewerb zugelassen — ihre Aufgabe durchgeführt haben, ist allseits anerkannt worden und beweist die positive Einstellung zu dem Kulturgut im Buch. Diese freudige Mitarbeit eines großen Teiles des Einzelhandels ist um so begrüßenswerter, als ja das Buch ein anerkannter Mittler und Förderer des Absatzes deutscher Ware ist. v. Ko.

Kochbücher gratis zu haben!

Von Georg Zanker

Der wirtschaftliche Aufschwung, den wir seit der nationalen Erhebung erlebt haben, hat auch dem Buchhandel in erfreulichem Maße eine Belebung des Geschäfts gebracht, die wir sehr lebhaft begrüßen. Zweifellos haben wir bereits heute, sowohl im Sortiment wie im Verlag, Umsätze zu verzeichnen, die sich in erheblichem Maße von der Zeit des Tiefstandes in den Jahren 1932/33 abheben.

Wenn diese Feststellung dicht vor dem Abschluß eines Jahres freudigen Herzens getan werden kann, so sind wir uns doch bewußt, daß unserer noch viele Aufgaben harren, deren Verwirklichung hoffentlich die kommenden Monate bringen werden. Buchhändler zu sein, ist seit je eine mühevollere Lebensaufgabe gewesen und sie wird es wohl immer bleiben. Ohne den oft zitierten Idealismus würde unser Beruf längst ausgestorben sein. Trotz der größeren Umsätze steht der Buchhandel auch heute noch auf einem Stand, der tatkräftigsten Einsatz von jedem einzelnen verlangt. Um so bedauerlicher ist es daher, feststellen zu müssen, daß noch immer von anderen Wirtschaftsgruppen ein Unwesen durch Verteilung von Gratisabgaben zu Reklamewezden getrieben wird, die geeignet sind, dem Buchhandel wesentliche Käuferschichten zu entziehen. Gerade in letzter Zeit mehren sich diese Veröffentlichungen in erschreckendem Maße. War es im vergangenen Jahre schon

schwierig, im Weihnachtsgeschäft Kochbücher unterzubringen, so ist die Ablehnung im Publikum jetzt noch größer. Fragt man dann nach Gründen dafür, so wird immer wieder auf die zahlreichen Reklamendruckschriften hingewiesen, die von gänzlich fremden Wirtschaftsgruppen in großen, oft Riesenauslagen ins Publikum hineingeworfen werden. Welche Berechtigung glaubt z. B. die Porzellanindustrie zum Gratisvertrieb eines umfangreichen Kochbuchs zu haben, in dem die Hausfrau alles findet, was sie nachschlagen will? Oder die Elektro-Industrie in einer ganz ähnlich umfangreichen Ausführung.

Gewiß verkennen wir keinesfalls, daß alle Wirtschaftsgruppen große Anstrengungen machen müssen, um sich von den schweren Schlägen der Krise zu erholen. Wir dürfen aber mit vollem Recht erwarten, daß dabei nicht andere Zweige des Erwerbslebens ganz empfindlich gestört werden. Im neuen Staate hat der alte privatwirtschaftliche Grundsatz des Eigennutzes keine Gültigkeit mehr. Der Aufbau soll sich in organischer Form vollziehen. Nicht nur innerhalb eines Standes wirkt sich die Gemeinschaft des Volkes aus, sondern in der Gesamtheit aller, in nutzbringender, fördernder Tätigkeit.

Wir Buchhändler können uns ähnliche Ausgaben für Reklame kaum leisten. Aber abgesehen davon sind wir überzeugt, daß die