

Bessere Schaufenster - bessere Geschäfte

Der Ladenbuchhändler muß oft den einzelnen Groschen umdrehen, ehe er ihn für sein Schaufenster ausgeben darf. Er kann in den seltensten Fällen einen Berufsdekorateur beschäftigen, muß also das Schaufenster selbst herrichten oder einen geschickten Gehilfen damit beauftragen. Ihnen raten wir: Photographieren Sie Ihre Schaufensteraufbauten! (Es genügen Eigenaufnahmen mit einer einfachen Kamera vom beleuchteten Fenster). Sammeln Sie die Bilder in einem Album und vermerken Sie bei jedem: Datum, Einzelheiten des Aufbaues, Kosten und Wirkung. Sie schaffen sich so mit der Zeit ein wertvolles Archiv, das Ihnen helfen wird, Fehler zu vermeiden, Geld zu sparen und wirkungsvoller zu werben.

Anregungen zur Herrichtung lebendiger, anziehender Buchschaufenster will Ihnen der monatlich erscheinende „Werbekalender“ des Börsenblattes geben. Er bringt je nach Zeitereignissen, Jahreszeit und besonderen Gelegenheiten Themenvorschläge für gemischte und Sonderauslagen. Er nennt wichtige Gedenktage, bietet Werbemittel an und zeigt gute Schaufenster unserer Mitglieder.

In diesem Jahre brachte er Schaufensterwiedergaben von

der Buchhandlung F. Char, Cleve (drei Bilder),
E. Schaffnit Nachf., Düsseldorf,
der Rattowiger Buchdruckerei- u. Verlags-Gp. Akt.,
der Akademischen Buchh. von G. Calvör, Göttingen,
Herrn Werner Noack, Leipzig, Paul-Heise-Str. 49,
Fredebeul & Koenen, Aktiengesellschaft in Essen,

der Buchhandlung E. Hammann, Detmold,
der Buchhandlung am Holstenplatz, Hamburg,
Julius Weise's Hofbuchhandlung, Stuttgart,
der Univ.-Buchh. Rudolf Merkel, Erlangen,
denen wir inzwischen Prämien von zehn Reichsmark je Abbildung auszahlten.

Wir suchen stets nach neuen Bildern für diesen „Werbekalender“ und werden auch im kommenden Jahre jede Veröffentlichung mit zehn Reichsmark auszeichnen. Wenn Ihnen also eine Ihrer Buchauslagen besonders wirksam erscheint, dann senden Sie uns, bitte, einen guten Abzug Ihrer Photographie. Aber denken Sie daran, daß nur das Beste Vorbild sein kann! Untauglich sind von vornherein sehr kleine oder unscharfe Bilder, ferner Aufnahmen, die einen ungünstigen Ausschnitt oder eine unglückliche Spiegelung wiedergeben. Zurückstehen müssen auch Photos, die überwiegend Verlagswerbemittel oder kostbare, schwer zu beschaffende Ausstattungsstücke zeigen.

Uns liegt daran, Schaufenster zu veröffentlichen, die mit einfachen Mitteln (übersichtlicher Anordnung, sauberer, harmonischer Beseppnung der Wände und des Bodens, sparsamem Bilder- und Blumenschmuck, gerahmten oder aufgezogenen Plakaten, selbstentworfenen, geschmackvollen Blickfängen, gut lesbaren, gefälligen Beschriftungen und Preisangaben) zu wirksamen Verkaufshilfen gemacht worden sind.

Bitte, denken Sie bei künftigen Aufnahmen an uns!

Geschäftsstelle des Bundes Reichsdeutscher Buchhändler e. V., Leipzig