

auffallend, ist durch die Menge und Vielseitigkeit seiner Waren augenfällig. Das Spezialfenster, das besonders für einen Artikel wirbt, ist vornehmlich bei mehreren Schaufenstern anwendbar. Das gemischte Fenster beherrscht den Charakter der Verkehrsstraßen und ist überall anzutreffen. Die letztgenannte Art der Schaufensterdekoration, das Phantastiefenster, trifft man seltener an; sie ist kaum empfehlenswert, weil sie wegen des dekorativen Beiwerks wie auch durch die geringe innere Verschmelzung zwischen Ausstattung und Wirklichkeit an Anreiz und Wert einbüßt und unsachlich wirkt.

Der Ansicht mancher Geschäftsleute, das Fenster durch reichhaltige Anordnung der verschiedensten Waren gedrängt anzufüllen, um den Kunden ins Bewußtsein zu prägen, daß alle jene Waren bei ihm käuflich sind, ist nicht beizupflichten. Den Menschen von Geschmack stößt dies schon innerlich ab. Und schließlich in unserer schnelllebigen Zeit hat der stets eilende Passant keine Zeit, sich ein überladenes Schaufenster bis ins kleinste anzusehen. Gleichwie der Käufer im Geschäft jedes Einzelstück zu betrachten gewöhnt ist, soll ihm die Ware im Schaufenster nicht massenhaft, sondern einzeln vorgelegt

werden. Ein um so größerer Erfolg ist dem Geschäftsmann beschieden, wenn er durch besonderes Hervorheben einzelner Stücke wie durch öfteres Wechseln der Dekoration für seine Waren wirbt.

Bewegungsreklame ist nur spärlich anzuwenden und mit großer Vorsicht. Zwar ist die Lockwirkung auf das Publikum groß, aber der eigentliche hinweisende Zweck wird vielfach nicht erreicht.

In letzter Zeit macht sich in der Dekoration des Schaufensters eine Wandlung bemerkbar. Der moderne Bau- und Zweckstil mit seiner geometrisch-kubistischen Raumgestaltung und der räumlichen Flächenaufteilung findet seinen Ausdruck auch hier. Durch die glatte Ausgestaltung des Flächenraumes in seiner fließenden ruhigen Einienführung wird eine stil- und zeitgemäße Schaustellung erreicht, die in diskreter Weise an die Kauflust des Fußgängers appelliert, ein feinfühliges und ebenso zugkräftiges Kundenwerber von nachhaltiger Wirkung ist und den Forderungen der Ästhetik gerecht wird. Wie in allen Kunstströmungen der Wille zur Weiterentwicklung sich lebendig erhält, so ist auch hier die Gestaltung recht wandelbar. Die Schaufensterform unterliegt gleichfalls diesem Wandel.

Selma Lagerlöf im Dienste des Winterhilfswerks

Die Landesgruppe Schweden der NSDAP kam auf den guten Gedanken, einmal bibliophile Mittel für das deutsche Winterhilfswerk einzusetzen und mit einem in Inhalt und Ausstattung reizvollen kleinen Druck dafür zu werben. Man wunderte sich, daß nicht längst schon auf diese oder ähnliche Art — mit einer interessanten Druckprobe, einem Büchlein in beschränkter Auflage, einem künstlerisch geschriebenen Spruch, einer originellen Neujahrskarte (es gäbe noch manche Möglichkeiten) — Kreise, die an Kultur und bibliophilen Dingen hängen (und das sind doch, hofft man, sehr weite Kreise), zum Spenden »verführt« wurden. Man benötigt hier allerdings zwei Arten von Spendern: solche, die von ihrem literarischen und künstlerischen Können (oder Willen) eine Probe ablegen, und solche, die diese Probe erwerben, und zwar nicht übermäßig billig erwerben. Aber sollten sie nicht zu finden sein, wenn es um eine gute Sache geht?

Das vorliegende, nur wenige Seiten umfassende, mit kleinen farbigen Illustrationen ausgestattete Heft ist in Deutschland hergestellt: Druck und Anordnung besorgte die Typographische Werkstätte Paul Gunkel in Stuttgart, die bewußt primitiv gehaltenen Bildchen zeichnete Georg Kräutle, Ulm/Stuttgart, das Japanpapier für Text und Umschlag lieferte die Papierfabrik Scheufelen, Oberlenningen. Nur mit einer Seidentordel ist das Ganze zusammengehalten; es will nicht mehr scheinen als es ist, will nur ein einwandfreier, angenehm zu lesender Druck sein. Die Bilder sind am wenigsten geglückt, doch schadet das nichts: das nächste Mal werden sie besser gelingen. Auch der Text, den man wählte, will nichts Besonderes sein und — ist es doch. Selma Lagerlöf stellte ihn zur Verfügung (W. Baronin Engelhardt, Stockholm, übersetzte ihn), und sie nennt ihn »Einen kleinen Versuch im Stil Tagores«. Es ist ein Wunsch, vielmehr ein ganzer Strauß von Wünschen »Zur Jahreswende«, in leichten, beschwingten, rhythmischen Strophen (im Stil Tagores), voll Weisheit der Lebenserfahrung. Diese Wünsche sind so recht geeignet, beim Jahreswechsel an Verwandte und Wahlverwandte geschickt zu werden. Mögen recht, recht viele sie als Neujahrsgruß versenden, damit die Auflage von 1000 Stück (das Exemplar zu RM 10.—; zu beziehen von Paul Neubert, NSD-Landesobmann für Schweden, Stockholm, Västmangatan 30. Der Betrag kann in Deutschland eingezahlt werden) bald vergriffen ist, ihr Ertrag dem Winterhilfswerk zufließt und ein neuer, ähnlich erfreulicher Versuch unternommen werden kann!

Dr. A. M.

Öffentliche Buchwerbung

Das Dezember-Heft des Deutschen Buchhandlungsgehilfen.

Das Dezemberheft der Zeitschrift der Buchhandlungsgehilfen beginnt mit dem Vortrag von Georg von Kommerstädt (Reichsarbeitsgemeinschaft für Deutsche Buchwerbung) über »Öffentliche Buchwerbung«, den dieser im Herbst vor einem Kursus der Reichsschule des Deutschen Buchhandels gehalten hat. Diesem Beitrag kommt über die Gehilfenschaft hinaus Bedeutung zu, seine Ergebnisse sind wertvoll und der Beachtung wert. Durchführung aller Vorschläge wird es uns einmal möglich machen, wirklich mit dem »Buch ins Volk« zu kommen.

Die Artikelreihe »Aus der Arbeit der deutschen Verlage« ist nunmehr abgeschlossen, der »Buchhandlungsgehilfe« beginnt jetzt eine neue Reihe: Aus der Arbeit des deutschen Sortiments; Karl Thulle schreibt dazu in seinem »Mundgang«: »Es brauchen nicht immer alte berühmte Buchhandlungen zu sein, über die sie berichten, wir wollen

vielmehr im Laufe der Zeit zeigen, worauf es heute im Sortiment ganz besonders ankommt und wie es im vollen Umfang für das deutsche Buch am besten und erfolgreichsten arbeiten kann«. Diese neue Reihe ist zu begrüßen, weitet sie doch zugleich die allgemeinen Kenntnisse und hebt die Arbeit des einzelnen hinaus in die größere Gemeinschaft.

Weitere Arbeiten berichten über »Die Bedeutung des Bahnhofsbuchhandels«, über die »Jahrweiser 1936«; G. Schönfelder legt seine Besprechungen der »Fachbücherkunde des Buchhändlers« in einer fünften Folge fort, nennt das wichtigste »Handwerkzeug«, Nachschlagewerke u. a.

Die kleinen Beiträge bringen einen Gedenkartikel zu Eduard Urbans 60. Geburtstag. Ein reiches Verlegerleben! Hans Jäger spricht über »Das Laienspiel« und W. Enklin führt ein in Usertes neues Buch »Hasko«. Unter den Buchberichten erwähnen wir die Besprechung der »Völkischen Reihe« des Adam Krafft-Verlages und eine Zusammenstellung von wichtigen Lebensdarstellungen, an denen ja der Herbstmarkt besonders reich war. L—er.

Schaufensterwettbewerb in Berlin

Bei dem örtlichen Schaufensterwettbewerb, der anlässlich der Buchwoche in Berlin stattfand, wurden von dem eingesetzten Prüfungsausschuss des Bundes Groß-Berlin im Bund Reichsdeutscher Buchhändler die folgenden zehn Gestalter der Schaufenster als Preisträger ausgewählt:

1. Preis: Fritz Willert, Gehilfe i. S. Amelangsche Buchhandlung, Berlin-Charlottenburg,
2. Preis: Elis. Teschner i. Fa. Max Teschner, Berlin-Steglitz,
3. Preis: E. v. Heubud i. Fa. E. v. Heubud, Leihbücherei Vineta, Berlin-Pankow,
4. Preis: Walter Weigand, Gehilfe i. S. Polytechnische Buchhandlung A. Seydel, Berlin.

Diplome der Reichsschrifttumskammer erhielten (nach Firmen geordnet):

- Robert Müller u. Gehilfe Otto Weyland i. Fa. Robert Müller, Berlin,
 Carl Sacritz i. Fa. Max Sacritz, Berlin-Lichtenberg,
 Walter Seipelt i. Fa. Buch. u. Leihbücherei W. Seipelt, Berlin,
 Erna Siweczak i. Fa. Leihbücherei Erna Siweczak, Berlin,
 Bruno Güglaf i. S. Struppe & Windler, Berlin,
 Andreas Wolff i. Fa. Wolff's Bücherei, Berlin-Friedenau.

Anschlußvorträge

Für eine Vortragsreise Ernst Zahns werden noch einige Anschlußvorträge für Januar/Februar 1936 gesucht. Auskunft bei der Deutschen Verlags-Anstalt in Stuttgart, Neckarstraße 121/23.

Ein Notschrei

Unter dieser Überschrift veröffentlicht die Zeitschrift des Deutschen Sprachvereins »Muttersprache« in Heft 12 den folgenden Brief eines unbekanntenen Volksgenossen:

»Ihren Namen habe ich hier auf der Post zufällig gelesen, und da habe ich mir gedacht, daß Sie, wenn es kein anderer kann, doch sicher helfen können. Ich habe nur die Volksschule besucht und deshalb keine fremden Sprachen gehabt. Nun lese ich viel die Zeitung und auch Bücher, weil ich viel lernen möchte, hauptsächlich gutes Deutsch. Aber es fällt mir so furchtbar schwer, weil ich nicht alles verstehen kann. Vieles ahne ich nur und vieles verstehe ich überhaupt nicht. So geht es aber sicher vielen von meinen Berufskameraden,