

Wer stellt das wirksamste Schaufenster?

Im „Werbekalender für Januar 1936“ (f. Börsenbl. Nr. 300) riefen wir zu einem Schaufensterwettbewerb auf. Wir wiederholen hier die Richtlinien.

Es stehen folgende Themen zur Auswahl für die Herrichtung beliebig vieler Schaufensterauslagen: Ein neues Jahr – ein neues Leben: Bücher zur Selbstschulung und -erziehung / Zum Jahrestag der nationalen Erhebung am 30. Januar: Bücher vom Ringen um das Reich / Das Jahr 1936 in Kalendern und Almanachen / Olympische Winterspiele 1936 / Zeitschriften (fachliche, bildende, unterhaltende) / Deutsche Dichtung aus Österreich/Saarländisches Schrifttum (zum Jahrestag der Saarabstimmung am 13. Januar) / Buchberichte aus der britischen, römisch-italienischen und ägyptischen Geschichte / Volkstümliche Naturwissenschaft / Bücher, die der Pimpf braucht / „Die blaue Ferne lockt so sehr“ – Forscher, Entdecker, Weltreisende, Vaganten berichten und erzählen.

Den Vorzug erhalten die Auslagen, die mit einfachen, billigen Mitteln (übersichtlicher Anordnung, sauberer, harmonischer Bespannung 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. Verlagswerbemittel sollten nur sehr sparsam benutzt werden, da es auf Eigenschöpfungen ankommt.

Bis zum 20. Januar 1936 erbitten wir unretuschierte Photos von den Arbeiten. Sie sollten scharf, möglichst hochglänzend und mindestens 6:9 cm groß sein. Gute Liebhaberaufnahmen genügen.

Die besten Arbeiten werden wir einige Tage danach im „Werbekalender für Februar 1936“ und in den folgenden Monaten namentlich veröffentlichen und jeden Abdruck mit zehn M. auszeichnen.

Werbestelle des Bundes Reichsdeutscher Buchhändler e. V., Leipzig