



Mit der Veröffentlichung von Buchfenstern, denen wir nach Möglichkeit eine knappe Besprechung anfügen, wollen wir den kritischen Sinn der Schaufensterhersteller ein wenig schärfen. Die Werbestelle erhält ständig Einsendungen, die weder als Vorbild noch als Gegenbeispiel (!) zu verwenden sind. Diese Gleichgültigkeit dem Fenster gegenüber ist bedauerlich. Durch gährende Langeweile wirbt man keine Kunden. Es ist gewiß kaum möglich, regelmäßig jede Woche einen packenden Einfall zu haben. Aber etwas kurzweiliger könnte die Mehrzahl unserer Fenster dennoch sein. Die Weltpolitik bietet allein Anlässe genug, die ausgewertet werden könnten.

Das obige Fenster hat, wie die meisten politischen Sonderfenster, Vorzüge und Fehler, die sich die Waage halten. Der größte Wert liegt in der Tat, im Ausland eine antikommunistische Auslage zu bauen. Im Reich selbst braucht kein Buchhändler mehr für seine Fensterscheiben zu fürchten. Es haben sich anscheinend trotzdem keine Buchhandlungen weiter dieses wichtigen Stoffes bemächtigt, von ganz vereinzelt eingesandten Aufnahmen abgesehen.

Ein Vorzug ist gleichfalls das künstlerisch und technisch gute Plakat. Ob es auch propagandistisch wertvoll ist, muß allerdings bezweifelt werden. Diese Allegorien haben beträchtlich an Wirksamkeit verloren. Zu bejahren ist ferner die Einteilung des Raumes mit dem vorteilhaftesten Verzicht auf Bepflasterung der Rückwand. Aber der Aufbau! Ein derart peinlich symmetrisches Fenster ist für das Thema zu „schön“! Die Brutalität des Bolschewismus kann man damit nicht glaubhaft machen; ganz zu schweigen von der fächerartigen Auslage des Buches „Hinter Genf steht Moskau“.

Das Haupthindernis für den Aufbau überdurchschnittlicher Fenster ist erfahrungsgemäß der Zeitmangel. Das Technische (Bespannen, Ausschlagen mit Stoff usw.) nimmt den größten Teil der zur Verfügung stehenden Zeit in Anspruch, so daß für die Hauptsache, den werbenden Gedanken, wenig oder nichts übrigbleibt. Hier kann nur der Verzicht auf die Bespannung überhaupt helfen. Es ist im Börsenblatt zuletzt in Nr. 193 vom 20. August 1936 auf die Vorzüge geheizter Holzkörper von verschiedener Form aber gleicher Kantenlänge hingewiesen worden.

Die Plakatanfertigung und besonders die Schrift scheinen, aus den eingesandten Bildern zu schließen, für viele unüberwindliche Hindernisse zu bieten. In diesem Falle sollte der Buchhändler (gerade jetzt anlässlich der Fachbuchwerbung) auch einmal an sich selbst denken und die über dieses Gebiet vorhandenen Fachbücher für den Buchhandel oder allgemein über den Einzelhandel durchsehen. Die Werbestelle gibt auf Anfrage gern Auskunft.

Werbekalender

für

Januar

1937

Die im Februar beginnende Fachbuchwerbung bringt vielleicht in noch stärkerem Maße als die kulturpolitische Absicht der Buchwoche durch ihre wirtschaftspolitischen Beweggründe (Verknüpfung mit dem Vierjahresplan) eine nachdrückliche Aufrüttelung aller nur denkbaren Gruppen, nicht nur der mit dem Buch zusammenhängenden. Die Werbung ist für den Buchhändler daher leichter. Der Ruf „Wir schaffen es — mit dem Fachbuch“ hat stärkere Überzeugungskraft als ein allgemein gehaltener Leitsatz, der immer noch einer Erläuterung bedarf. Erneut hat der Buchhändler Anlaß und Gelegenheit, Schulen und Betriebe aufzusuchen. Wenn er es bisher noch nicht tat, so gewöhnen ihn diese jährlich wiederkehrenden Gemeinschaftswerbungen an neuzeitliche Werbeformen, die für ihn lebensnotwendig sind.

Über die Schaufensterwerbung erfolgt noch eine Veröffentlichung. Die Werbung in den Lichtspieltheatern wird durch neue Diapositive unterstützt. Ebenfalls sind Matern für die Pressewerbung zu erwarten. Das Plakat, das bisher nur in Schaufenstern und Betrieben zu sehen war, sollte auch für die Außenwerbung benutzt werden. Durch kameradschaftliche Gemeinschaftsarbeit in den größeren Orten muß es möglich sein, auch die Anschlagssäulen zu erobern. Werbestelle

Einsender des obigen Schaufenster-Lichtbildes: Rattowiger Buchdruckerei- u. Verlags-Gp. Mf., Rattowitz (Katowice), Polen.
Plakatentwurf: Willy Heier.

Vorschläge für Sonderfenster

Keine Angst vor der Uniform! Die Polizei ist dein Freund! (vgl. den Aufruf des Leiters im Börsenblatt Nr. 4) — **Rirschblüte und Kanone** (Bücher über das alte und neue Japan) — **Ein Seher des Dritten Reiches** (Zum Gedenken an den 10. Todestag Houston Stewart Chamberlains am 9. Januar) — **Zum 140. Geburtstag der Drofste am 14. Januar.** — **Für den weißen Sport** (Wintersportbücher, Skikarten und Führer). — **Unvergessene deutsche Opfer in Übersee** (neue und ältere Bücher über die ehemals deutschen Kolonien).

Umschlag zu Nr. 7, Montag, den 11. Januar 1937