



Werbekalender

für August

1937

Einsender des nebenstehend abgebildeten Erntedank-Schauens: Buchhandlung M. Edelmann, Nürnberg. — Mit ganz einfachen Mitteln wird hier der beabsichtigte Eindruck Bauerntum (vermittelt durch Klarheit, Einfachheit und Sauberkeit) hervorgerufen. Der helle Hintergrund hebt die Plastik, der dunkle Bodenbelag die hellen Buchumschläge hervor. Der wuchtige Bauernkopf ist ein wirksamer Blickmittelpunkt und die sparsame Buchauslage gewährleistet jedem Titel die nötige Aufmerksamkeit der vor dem Fenster Stehenden. Das Fenster bietet dabei nicht nur einen ästhetisch angenehmen Eindruck, sondern es sagt dem Beschauer auch, was die Bücher kosten. Dieser so wichtige Punkt wird sehr häufig bei der täglichen Schaufensterwerbearbeit, fast immer sogar bei bevorzugten Auslagen vernachlässigt. Vielfach hört man noch die Meinung, durch die fehlende Preisangabe in der Auslage würde der aufmerksam gewordene Beschauer veranlaßt, in den Laden zu kommen, um den Preis zu erfragen. Dies biete dann willkommenen Anlaß zu einer weiteren Bearbeitung. Leider gibt die Erfahrung dieser Überlegung unrecht. Wer sich selbst beobachtet, weiß, daß erst der von außen sichtbare Preis zum längeren Verweilen anregt.

Werbestelle

Gedenktage im August 1937

- | | |
|----------------------------------|-----------------|
| 2. Hindenburg | 3. Todestag |
| 14. Johannes Trojan | 100. Geburtstag |
| 19. Heinrich Hansjakob | 100. Geburtstag |

Sonderfenster und Sonderecken

700 Jahre Berlin! (zu den Feiern im August) — Hindenburg — drei Leben für Deutschland — Mauerhaken und Seil (alle Bergbücher, insbesondere über Bergsteigen und Felsklettern) — Dein Urlaubsbuch! (geschichtliche, politische, religiöse Werke geringeren Umfangs) — Unruhige Welt — Friedliches Deutschland! (einige Werke aus der deutschen Volks- und Landeskunde in Gegenüberstellung zu Berichten aus Spanien, Sowjetrußland, aus Ostasien, Frankreich und den Vereinigten Staaten).

Umschlag zu Nr. 173, Freitag, den 30. Juli 1937