

Werbefalender

für September 1938

Buchvorschläge

zu den Heimabendthemen der HJ.

(für die Zeit vom Juni bis September 1938 werden keine Heimabendmappen herausgegeben)

Gedenktage im September 1938

3. Hans Friedrich Blunck	50. Geburtstag
4. Max Dauthendey	20. Todestag
8. Clemens Brentano	160. Geburtstag
19. Nikolaus Delius (Shakespeareforscher und Begründer der engl. Philologie in Deutschland)	125. Geburtstag
20. Jacob Grimm	75. Todestag
20. Theodor Fontane	40. Todestag
20. Lulu von Strauß und Torney	65. Geburtstag
23. Erster Spatenstich des Führers zum Bau der Reichsautobahn	5. Gedenktag

Vorschläge für Sonderfenster und Sonderecken

Was liest die Frau? (Schöne Literatur). — **60tanes Tagwerk** (Bücher über Arbeit, Handwerk, Beruf, Freizeitgestaltung). — **Lustiges Leben — Lustige Bücher** (Humor jeglicher Art). — **Kunststoffe** (Wie sie heißen, wie sie entstehen, wozu sie dienen. Ein Wegweiser). — **Kleine Geschenke** (Das kleine Reihenschub / Bücher in schönem Gewande).

Buchführung! — Das ist ein Begriff, den man bei der Werbung niemals vergessen darf. Es gilt die Wirkung dieser Tätigkeit ständig zu beobachten; gründlicher als jede andere.

Die Arbeit der Werbestelle soll dem Buchhandel dienen! — Der Wiederhall in Form schriftlicher Äußerungen des Sortiments und Verlages ist jedoch gering.

Wir bitten um Zuschriften, selbst um kurze Notizen. Zum Beispiel: Die „Vorschläge für Sonderfenster“ haben wir verwertet — bzw. . . . sind unbrauchbar; — Es müßten mehr Plakate erscheinen; — Statt der Matern möchten wir lieber Druckstöcke (Stereotypen) beziehen; — Die Anregung der verteilten Buchbesprechung unter Mitarbeitern haben wir aufgegriffen, dieses und jenes ist jedoch praktisch nicht durchführbar, und ähnliches mehr.

Was sagen die Kunden? — Gefällt ihnen das Schaufenster, ärgern sie sich, wenn Prospekte in den Büchern liegen, kaufen sie mitunter lieber einen Geschenk-Gutschein, weil er den Umtausch erleichtert, kommen die Weihnachtskataloge zu spät, was vermissen sie an der Buchwerbung?

Diese, und alle Erfahrungen bei der Werbearbeit, besonders im kleinen Sortiment, muß die Werbestelle des Börsenvereins kennen, denn sie kann sie auswerten und fördern.

Ungarn-Sonderfenster der „Dresdner Bucherei“, Lesebücherei Bertl Hoffmann, Dresden. Bespannung des Schaufenstergrundes: weinrote Kartees durch weiße und grüne Bänder getrennt (die ungarischen Landesfarben). Buchgruppen nach literarisch-politischer Einordnung.



Umschlag zu Nr. 201, Dienstag, den 30. August 1938