

Werbefalender

für August 1940

Gedenktage im August

2. Adolf Fr. Graf v. Schack, Dichter u. Literaturhistoriker	125. Geburtstag
11. Wilhelm Onken, Geschichtsforscher	25. Todestag
15. Matthias Claudius	200. Geburtstag
22. Nikolaus Lenau	90. Todestag
22. Gorch Fock (Hans Kienau)	60. Geburtstag
25. Friedrich Nietzsche	40. Todestag
25. Rael Immermann	100. Todestag
31. Wilhelm Wundt	20. Todestag



Vorschläge für Sonderfenster und Sonderecken

Deutsche Geschichte von Dichtern geschrieben (*Geschichtliches in Epos, Drama und Roman*) — Wir beherrschen den Luftraum (*Flugsport, Luftwaffe, technisches Schrifttum der Fliegerei*) — Billige Sammlungen aus unvergänglichen deutschen Schriften (*Erzählungen, Lyrik, Wissenschaftliches*) — Dein Kind will lesen und lernen (*Jugendschriften*) — Ernte aus heimatlichem Boden (*Bauerndichtung*).



Schaufenster mit oder ohne Dekorationen?

Um einen Gedanken werbetechnisch auszudrücken, bedient sich der Werber mitunter bildlicher und plastischer Hilfsmittel. Will z. B. der Buchhändler in seinem Schaufenster für das Fachbuch werben, so hilft ihm die Darstellung eines Zahnrades, fürs koloniale Schrifttum eignen sich Palmen als Blickfang, fürs Gartenbuch Blumen.

Eine Vase mit Blumen stellt der Buchhändler wohl auch hin und wieder lediglich als farbenfreudiges Schmuckwerk unter die Buchauslage.

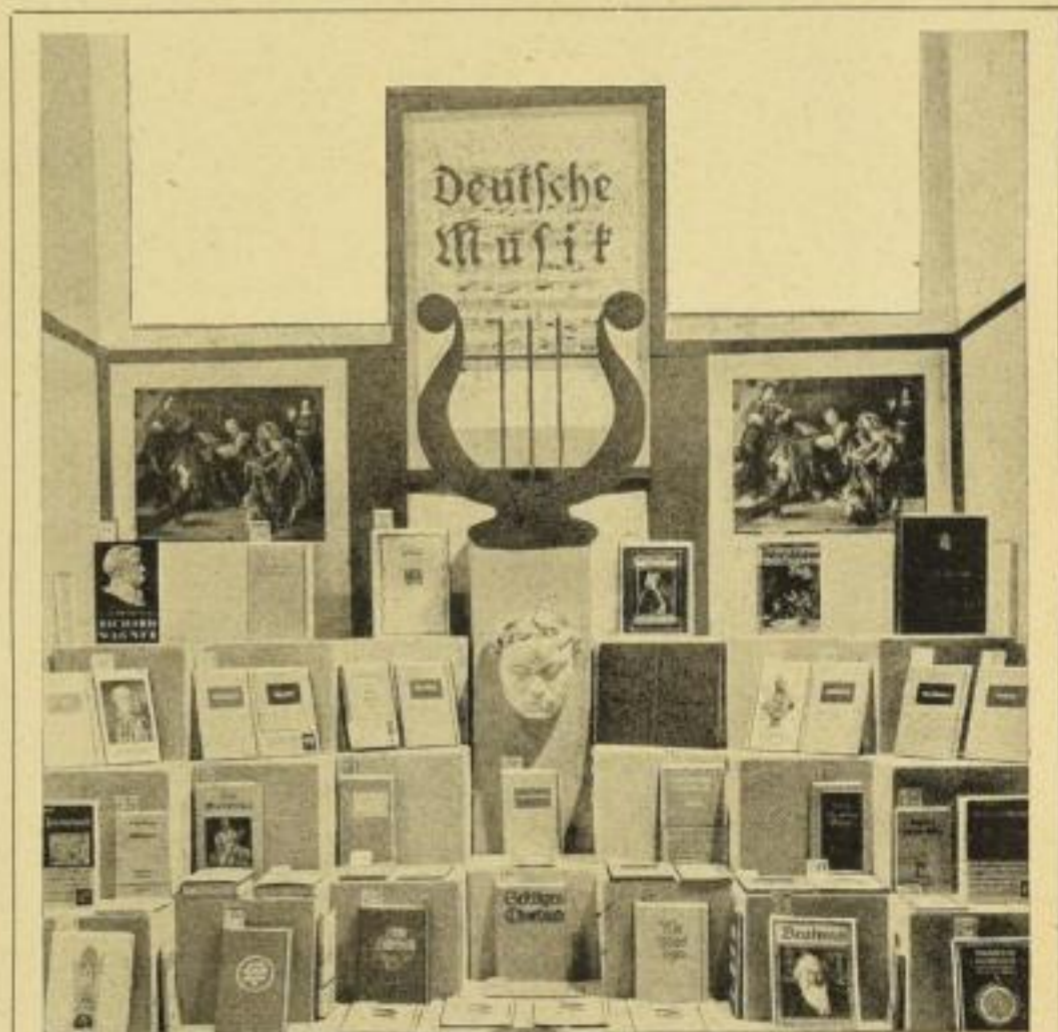
Wir unterscheiden Dekorationsmittel mit Bezug auf das Thema der Ausstellung und solche zur ästhetischen Belebung. Ob man das eine oder andere ablehnt, ist Geschmackssache. Es gibt Buchhandlungen, in deren fenstern immer nur das Buch selbst als werbendes Objekt auftritt, unter Verzicht auf jeglichen Aufbau. Wir kennen zwei Beispiele. In dem ersten hat das Schaufenster nur eine etwa 80 cm hohe Rückwand, sodas von der Straße in das Innere des Ladens gesehen werden kann; das fenster wird durch den Ladenbetrieb selbst »belebt«. Im anderen fall handelt es sich um fenster, klein wie Aquarien in einer höhe von etwa 80 cm über der Straße. Die Bücher liegen also »handgreiflich« und dem Auge so nahe wie auf den Tischen im Laden.

Die Ausstellung von Gegenständen, die keine Artikel des Buchhandels sind, im Buchfenster ist jedoch auch dann bedenklich, wenn diese Dinge auf das Thema der Buchauslage deuten. Stellt der Buchhändler z. B. Spielzeug in sein Sonderfenster für Kinderbücher, so wird der Vorübergehende annehmen, die Werbung gelte auch dem Spielzeug. Genau so können Blumen, Werkzeug und Maschinenteile, Negerwaffen und -schmuckstücke und dergleichen zu falschen Vorstellungen führen. Man darf sie daher nur in sparsamster und nebenfächlich erscheinender form anwenden. Besser ist es, statt dessen

Darstellungen dieser Art zu gebrauchen, also selbst angefertigte oder gedruckte Plakate, aus Papier oder Dappe geschnittene und bemalte »Kulissen« und entsprechende Schriftbilder.

Wer mit großer Sorgfalt solche Dekorationsbauten herrichtet, soll jedoch niemals vergessen, daß im wesentlichen das Buch gezeigt werden muß. Man sieht mitunter fenster mit gut durchdachtem und sauber ausgeführtem Dekorationsbau, wobei die Bücher zu guter Letzt anscheinend gedankenlos und vor allen Dingen mit einer gewissen Unordnung ins fenster gebracht sind. Wir sind durchaus nicht ausschließlich für symmetrische Auslagen, aber auch die lockere, willkürlich erscheinende Buchauslage muß Ordnung aufweisen. Wenn Blumen zum Schmuck und zur farbbelebung verwendet werden, möglichst keine Topfpflanzen, wenige Schnittblumen in einer schönen Vase. Wenn Blumen in Beziehung zum Thema gebracht werden, eignen sich unechte Blumen aus Stoff oder Papier oder auch gemalte besser. »Kulissen« dürfen die Buchauslage nicht erdrücken. Dekorationen mit Figuren und Bildern müssen so eingefügt sein, daß sie nicht als häßliche Waren angesehen werden. »Branchenfremde Waren« bringt man besser nicht ins Buchfenster, es sei denn ihre Beziehung zum Buch ist eindeutig gegeben. Beispiel: Ein Bücherschrank. Die Schaufensterauslage sollte jede Woche gewechselt werden, denn das Schaufenster ist das Gesicht eines Geschäftes nach außen, es sagt viel aus über Ordnungsfinn, Geschmack und Tüchtigkeit des Inhabers.

Werbestelle



In diesem Sonderfenster der Firma Rudolf Merkel, Universitäts-Buchhandlung, Erlangen, ist die Beethoven-Plastik als Symbol für „die deutsche Musik“ verwendet worden; ebenso die Lyra, die aus Pappe geschnitten und freistehend eingefügt ist.

Umschlag zu Nr. 174, Montag, den 20. Juli 1940