

Da ist denn eine solche Flaggenkarte zur sofortigen Orientierung sehr brauchbar. Leider fehlen einige Staaten, die auf einer früheren Karte derselben Firma noch verzeichnet waren, nämlich Luxemburg, San Marino, Monaco, Andorra — alles europäische Staaten — wenn auch kleine. Und warum sind Nepal und Bhutan, zwei selbständige Reiche, nicht vertreten, da doch sogar verschiedene englische Kolonien mit ihren Flaggen angeführt sind? Auch stimmt die alphabetische Einreihung »Britisches Reich« zwischen Griechenland und Irland nicht. Das war auf der alten Karte besser, dort stand »Großbritannien«. Das Blau auf der neuen Karte ist deutlicher als auf der alten, wo sich diese Farbe ein wenig zu sehr dem Schwarz näherte. Dagegen war das Rot auf der alten Karte zweckdienlicher, nicht so verwirrend ins Gelbliche hinüberspielend wie auf der neuen. Die Beschriftung dürfte ebenfalls bei einer Neuauflage noch klarer und schöner werden. Ttt. Sch.

*Im Spiegel der Kunden.* Verlag der Saarbrücker Landeszeitung. Die Broschüre enthält Gutachten über den Erfolg der Anzeigen in der Saarbrücker Landeszeitung und einige praktische Hinweise für den Inserenten über den Wert der Anzeigenreklame, über Gedächtnis- und Placierungswert der Anzeigen und über die Zusammensetzung des Leserkreises. Derselbe Verlag sandte uns noch ein Faltblatt: *Ihr Werber für 1931*, das eine Karte des Verbreitungsgebietes der Zeitung enthält und zwei Abbildungen, die die aufeinandergeschichtete Säule des monatlichen und jährlichen Papierverbrauchs mit der Höhe der Saarbrücker Johannis-kirche, der Cheopspyramide und des Mount Everest vergleicht, wobei die Landeszeitung selbstverständlich alle Konkurrenten weit hinter sich läßt. Eine ganz neue Idee! Ttt. Sch.

*Der Städte-Reklame-Konzern in Frankfurt a. M.* beging in diesem Jahre sein 10jähriges Geschäftsjubiläum. Das Unternehmen hat in der verhältnismäßig kurzen Zeit unter der weitblickenden Leitung seines Generaldirektors Prost eine außerordentlich erfolgreiche Entwicklung genommen. Im Gründungsjahr verwaltete der Konzern lediglich die Außenreklame von zwei süddeutschen Großstädten, heute nach zehnjähriger Tätigkeit die Außenreklame von über 240 deutschen Städten und Gemeinden. Durch den Städte-Reklame-Konzern hat die Plakatstreuung in Deutschland eine wesentliche Vereinfachung und Erleichterung erfahren. Wir wünschen dem Unternehmen noch weiterhin erfolgreiches Wirken im Dienste der Deutschen Reklamewirtschaft. H. K. Frenzel

ZENTRALBLATT FÜR WARE UND WERBUNG

**QUALITÄT**

EIN WEG ZUM  
AUFSTIEG  
DER  
DEUTSCHEN  
WIRTSCHAFT.  
DAS JUNKERS-  
HEFT  
DER QUALITÄT

C. DÜNNHAUPT VERLAG DESSAU  
PROSPEKT KOSTENLOS  
KAUFPREIS DES JUNKERSHEFTES  
AMERIKA URTEILT: 10 RM.  
Wir sind bereit der Zeitschrift  
QUALITÄT höchstes Lob zu erteilen.  
The Detroit's Institut of Arts, NEW-YORK

*Drei vergessene Lichtentaler aus Franz Schuberts Zeit: Schülerarbeit aus der Graphischen Lehr- und Versuchsanstalt in Wien.* Von drei Sonderlingen aus alter Zeit berichtet dies bis auf einen Teil der Abbildungen sehr schmucke Büchlein, von dem „Regens Chori“ (Chorregent) Michael Holzer, dem Lehrer des unsterblichen Franz Schubert, ferner von Jakob Binder, einem Sänger und Musikanten, und schließlich vom „Narendattl“, einem einst berühmten Gastwirt, den sogar Ferdinand Raimund in einem seiner Stücke erwähnt. Die drei Lebensbilder sind zwar skizzenhaft, jedoch amüsant erzählt und durch markante Streiflichter der Zeitumstände kulturhistorisch bedeutsam geworden. Nebenbei erfahren wir, daß der „wohlede Herr Franz Zoller, k. k. akad. Maler, mit seynem kunstreichen Pems!“ die Fresken der Lichtentaler Kirche geschaffen hat. Der Vermerk auf der letzten Seite „Die Druckstöcke, teils nach sehr mangelhaften Originalen aus der Reproduktionsabteilung der Anstalt“ deutet auf ein schlechtes Gewissen. Die „mangelhaften Originalen“ sollen die schlechten Resultate des Bilddrucks rechtfertigen. So darf sich wohl ein ABC-Schütze der Kunst entschuldigen, aber nicht die Wiener Graphische Lehr- und Versuchsanstalt.

