

AUGUST 1931

GEBRAUCHSGRAPHIK

INTERNATIONAL ADVERTISING ART



Kunstbibliothek
Dresden
2
47,8

ALLEINVERTRETER FÜR DIE VEREINIGTEN STAATEN VON NORD-AMERIKA UND KANADA
THE BOOK SERVICE COMPANY 15 EAST 40TH STREET, NEW YORK CITY USA
SOLE REPRESENTATIVE FOR THE UNITED STATES OF AMERICA AND CANADA

HERAUSGEBER: PROF.
H. K. FRENZEL, EDITOR

CHROMOLITH.
KUNSTANSTALT A.-G. MÜNCHEN 13

PHÖNIX ILLUSTRATIONS-DRUCK U. VERLAG GMBH.
BEDUN SW 61 BELLE-ALLIANCE-PLATZ 7-9



KOSTBAR

*soll ein Druckerzeugnis bei größter Preiswürdigkeit wirken.
Nur ein moderner musterhaft arbeitender Betrieb ist in der Lage,
dieser Forderung gerecht zu werden. — Die Großdruckerei*

CARL WERNER REICHENBACH ↓

*pflegt seit Jahren den Massen-Qualitätsdruck mit aller-
größtem Erfolg. Fordern Sie Druckproben und Vorschläge.*

FUTURA

Es macht Freude mit einer solchen Schrift zu arbeiten

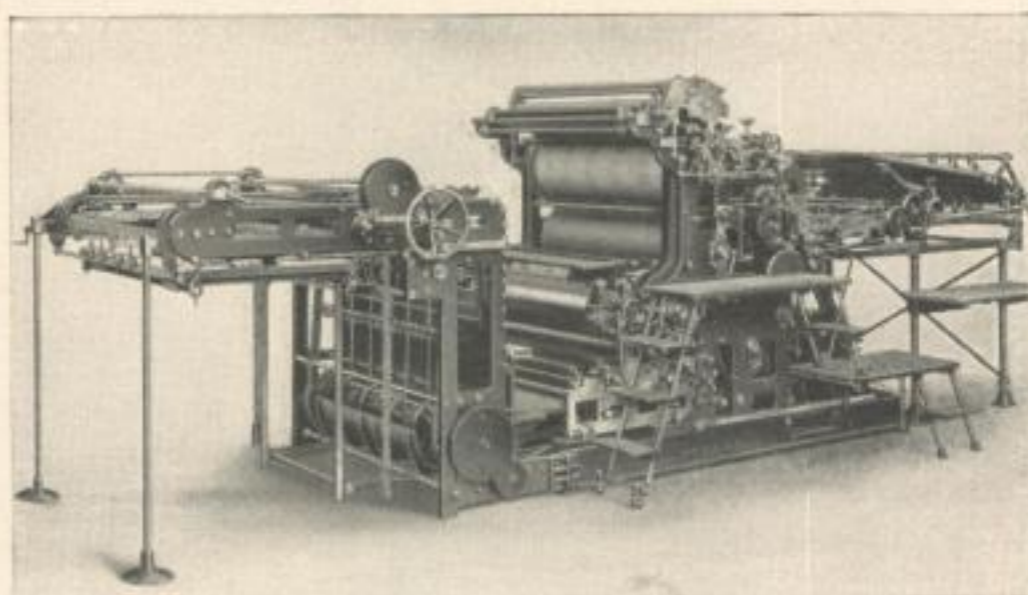
- mit einer Schrift von zeichnerischer Vollendung, vorzüglichem Schnitt und sorgfältigster Zurichtung. ••• mit einer Schrift, die sich den Absichten des Typographen fügt, ohne etwas von der ihr eigenen Schönheit zu opfern.
- mit einer Schrift, die der Kunde verlangt, weil er ihren Wert kennen lernte und auf ihre große Werbekraft nicht mehr verzichten will.

BAUERSCHE GIESSEREI

FRANKFURT A · M · BARCELONA · NEW YORK

ROLAND

die bewährteste, bei weitem erfolgreichste europäische
Zweifarbenn-Schnellläufer-Offsetpresse



Vorzüge:

HÖCHSTE STUNDENLEISTUNG

4500 - 9000 Druck in großen Formaten in der Praxis anstandslos erzielbar, dank einer sinnreich konstruierten pneumatischen Bogenverlangsamung in der Stapelauslage, welche die Bogen **um 60 % verlangsamt auslegt**.

HÖCHSTE DRUCKQUALITÄT

Haarscharfer Passer auch bei höchsten und wechselnden Geschwindigkeiten, **feinste Raster, satteste Flächen**, dank zahlreicher **Sonder-Einrichtungen**, die vielfach bewährt und stets verbessert die gleichen wie bei unseren „Roland“-Einfarben-Schnellläufer-Offsetpressen sind.

HÖCHSTE ZUGÄNLICHKEIT

Beobachtung und Bedienung der wichtigsten Teile — nämlich **beider** Plattenzylinder, **beider** Farbwerke und der Bogenauslage — von **einem** Standpunkt **fast zu ebener Erde**.

HÖCHSTE DAUERHAFTIGKEIT

Bestbewährtes Material und peinlich genaue Arbeit unserer **seit 60 Jahren** hierfür berühmten Werkstätten.

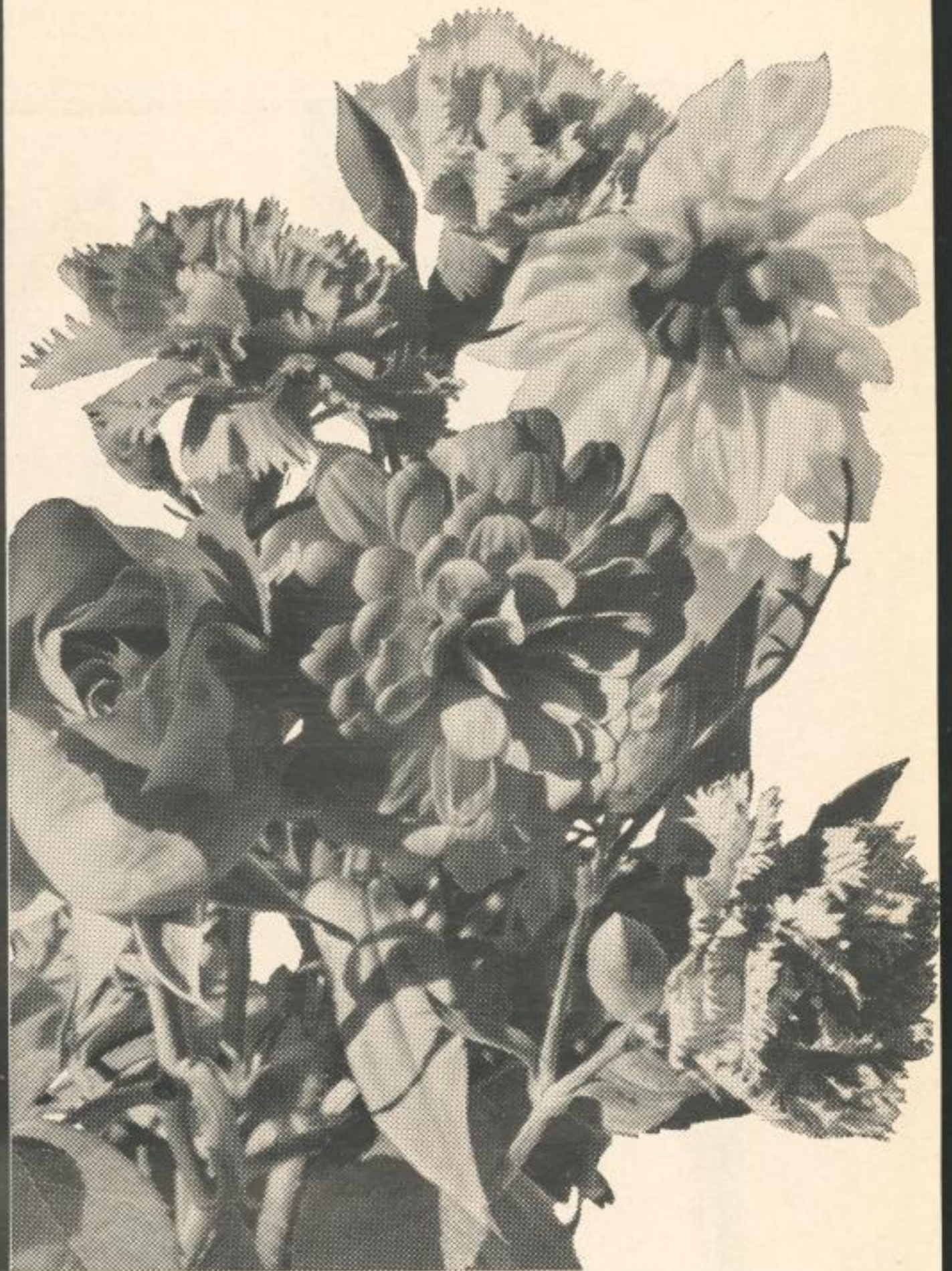


Sie finden Konkurrenzfabrikate, die den einen oder anderen dieser Vorzüge ebenfalls aufweisen, keines aber vereinigt sie in sich wie die „Roland“-Zweifarbenn-Schnellläufer-Offsetpresse.

FABER & SCHLEICHER A.G., OFFENBACH a. M.
GRÖSSTE DEUTSCHE SPEZIALFABRIK FÜR OFFSET- UND LITHOPRESSEN

CITY

eine neue Schrift



der H. Berthold AG Berlin

- Die Deutsche Buchkunststiftung hat das Probenheft zur City-Schrift Professor Trumps unter die 50 schönsten Bücher des Jahres 1930 aufgenommen.
- Die Tatsache, daß diese Schriftprobe unter Tausenden von Werken von einem Forum erster Fachleute ausgewählt wurde, spart uns langatmige Hinweise und Erklärungen. Die Schrift, mit der so anerkannt Vorbildliches gestaltet werden konnte, bedarf keiner empfehlenden Worte.

SCHRIFTGIESSEREI H. BERTHOLD AG, BERLIN SW 61



Figürliche Entwürfe
Emil Törfel

BERLIN S.W. 61, PLAN-UFER 30
TEL: BAERWALD 7515



Alfred Reiss

PAPIERGROSSHANDLUNG

BERLIN SW11 / Dessauer Straße 6

Fernruf: Nollendorf 5715-5716 / Drahtanschrift: Mapareal

*Druckpapiere jeder Art für alle
Verwendungszwecke / Sonder-
anfertigung / Lagerlieferung*

Verlangen Sie ausführliche Angebote mit Mustern und Preisen

SCHULE REIMANN



KÜNSTLERISCHE AUSBILDUNG in:
Malerei • Plastik • freier und angewandter Grafik •
Textilkunst • Modezeichnen • Illustration • Akt • Por-
trät • Landschaft • Raumkunst • Bühnengestaltung

THEORETISCHE AUSBILDUNG:
Stillehre • Beleuchtungs- und Werbelehre • Vorträge
über Verkaufskunst • Materialkenntnis • Farbenlehre usw.

WERKSTÄTTEN: Schaufensterdekoration •
Film • Foto • Metall • Schneiderei • Putz • textiles
Handwerk usw.

BERLIN W30, LANDSHUTER STR. 38
Fernruf: Cornelius 6061 • Telegramm-Adresse: Reimanschule Berlin
Prospekt nebst illustrierter Zeitschrift „Farbe und Form“ kostenlos



AUFSTELLSCHILDER
WERBEPLAKATE
AUF
LICHT-
STRAHLENDEM
METALL

W. HEIDENHAIN
METALLLATZEREI
BERLIN SW 61
GITSCHINER STR. 108

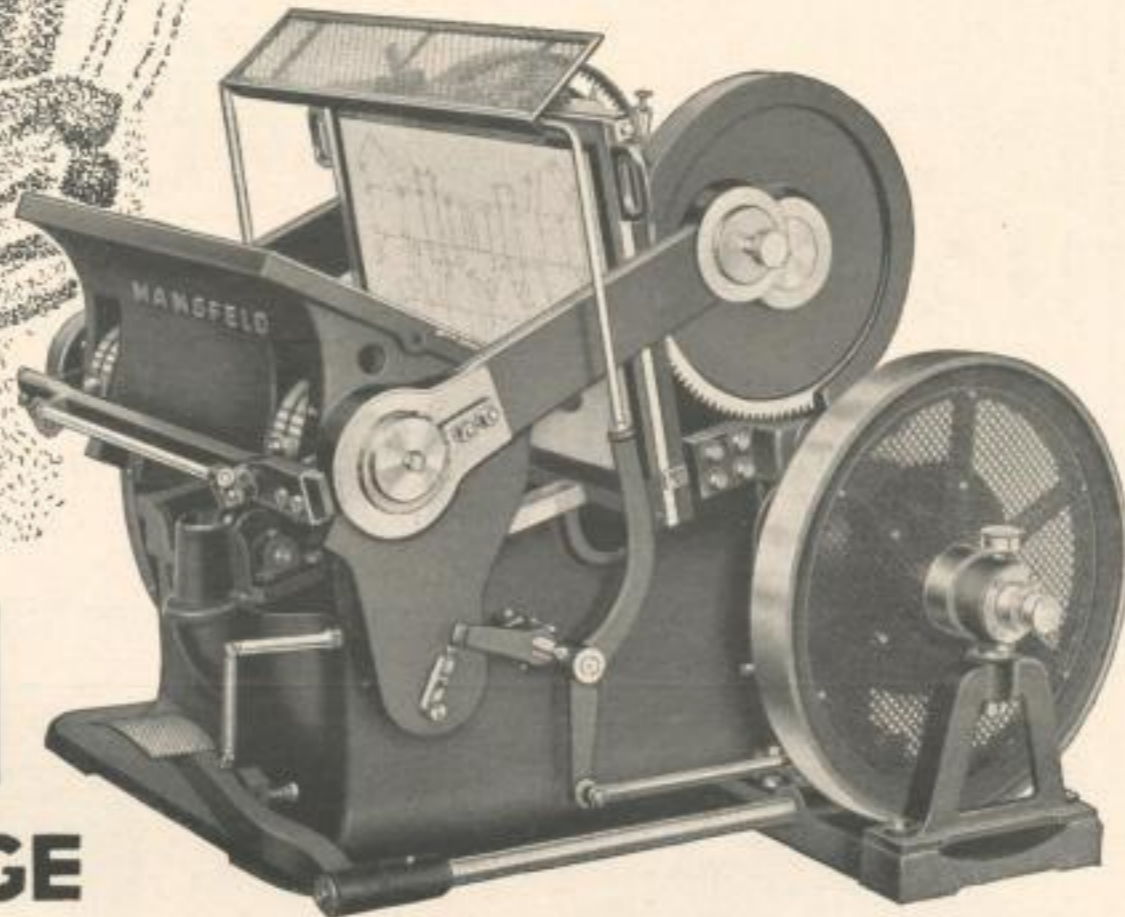
GERHOLD

BIELECKI
LEIPZIG



ODIN

DER GEWALTIGE



hieß der mythische Gott, dessen Macht die alten Germanen mit Respekt bewunderten. Der Stanztiegel „**Odin**“ trägt seinen Namen mit Würde. Auch seine Leistungen ringen den Fachleuten von heute Achtung und Anerkennung ab. So schreibt mir z. B. ein Kunde, daß er auf dem „**Odin**“ aus 3 mm Pappe Auflagen von 50000 gestanzt hat, ohne die Stanzwerkzeuge zu erneuern und fügt hinzu, daß die letzten Zuschnitte ebenso einwandfrei wie die ersten waren. Diese Leistung ist nur auf die sehr kräftige und sorgfältige Konstruktion des Stanztiegels „**Odin**“ und auf die Möglichkeit einer allerfeinsten Regulierung zurückzuführen. Der Stanztiegel „**Odin**“ wird mit Tiegelflächen von $58 \times 83,5$, 64×89 , 72×102 und 80×110 cm gebaut.

Verlangen Sie bitte ausführliche Beschreibung Nr. 203/L und Kostenanschlag, die Ihnen gern ohne Verbindlichkeit zugesandt werden.



CHN. MANSFELD, LEIPZIG O 29

MASCHINENFABRIK

EISENGIESSEREI

DRUCKFARBEN

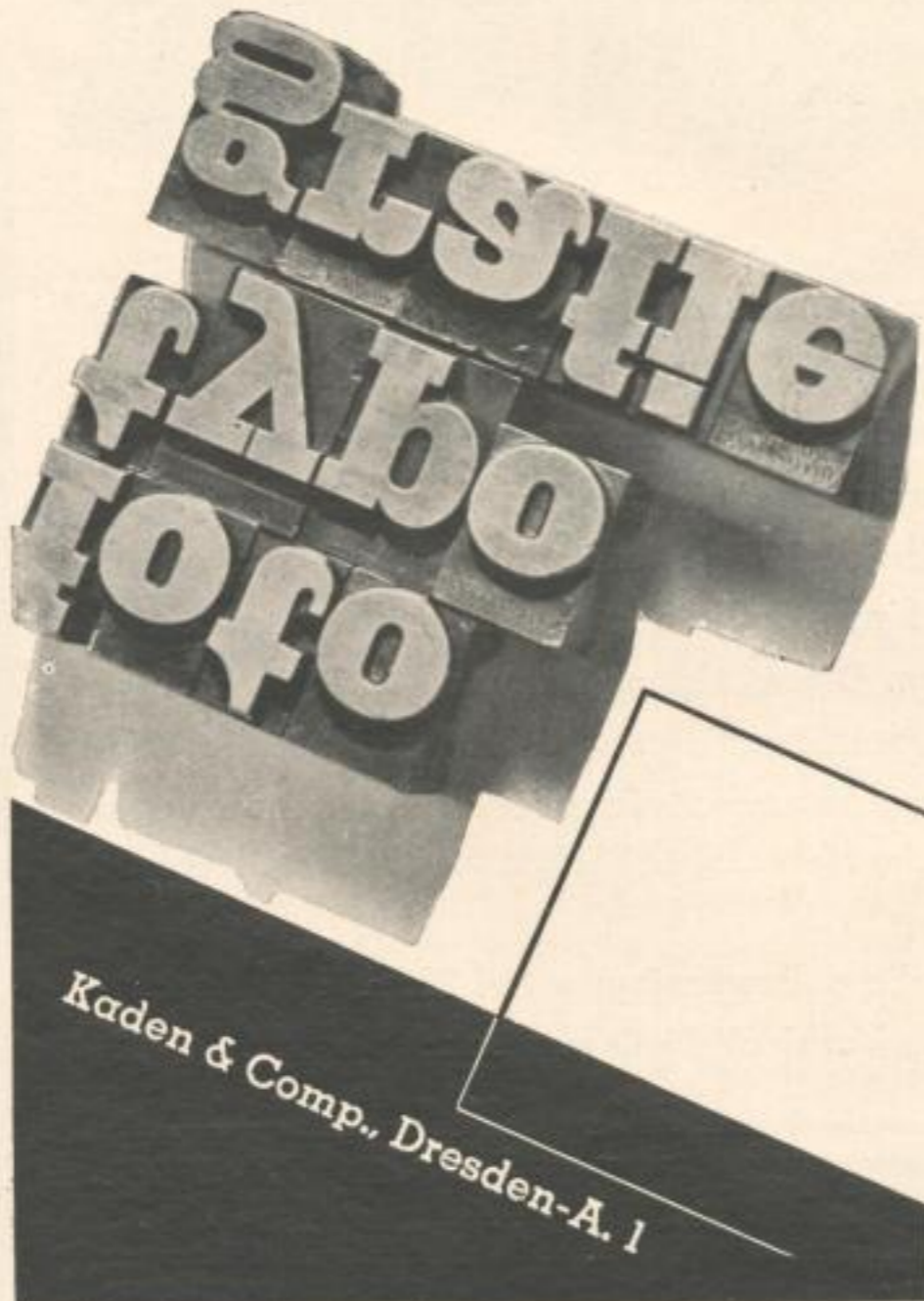
für sämtliche
Druckverfahren

GEBR. SCHMIDT

G m b H

DRUCKFARBENFABRIKEN

BERLIN — FRANKFURT A. MAIN



- Punktgröße
 - Punktschärfe
 - Punktwiedergabe
 - Punktbildung
- Punktlicht
Tonwert

Die täglichen Aufgaben des Druckfachmannes meistert bei der Herstellung von Druckplatten die

REPETIER-KOPIER-MASCHINE KRAUSE

Wie?

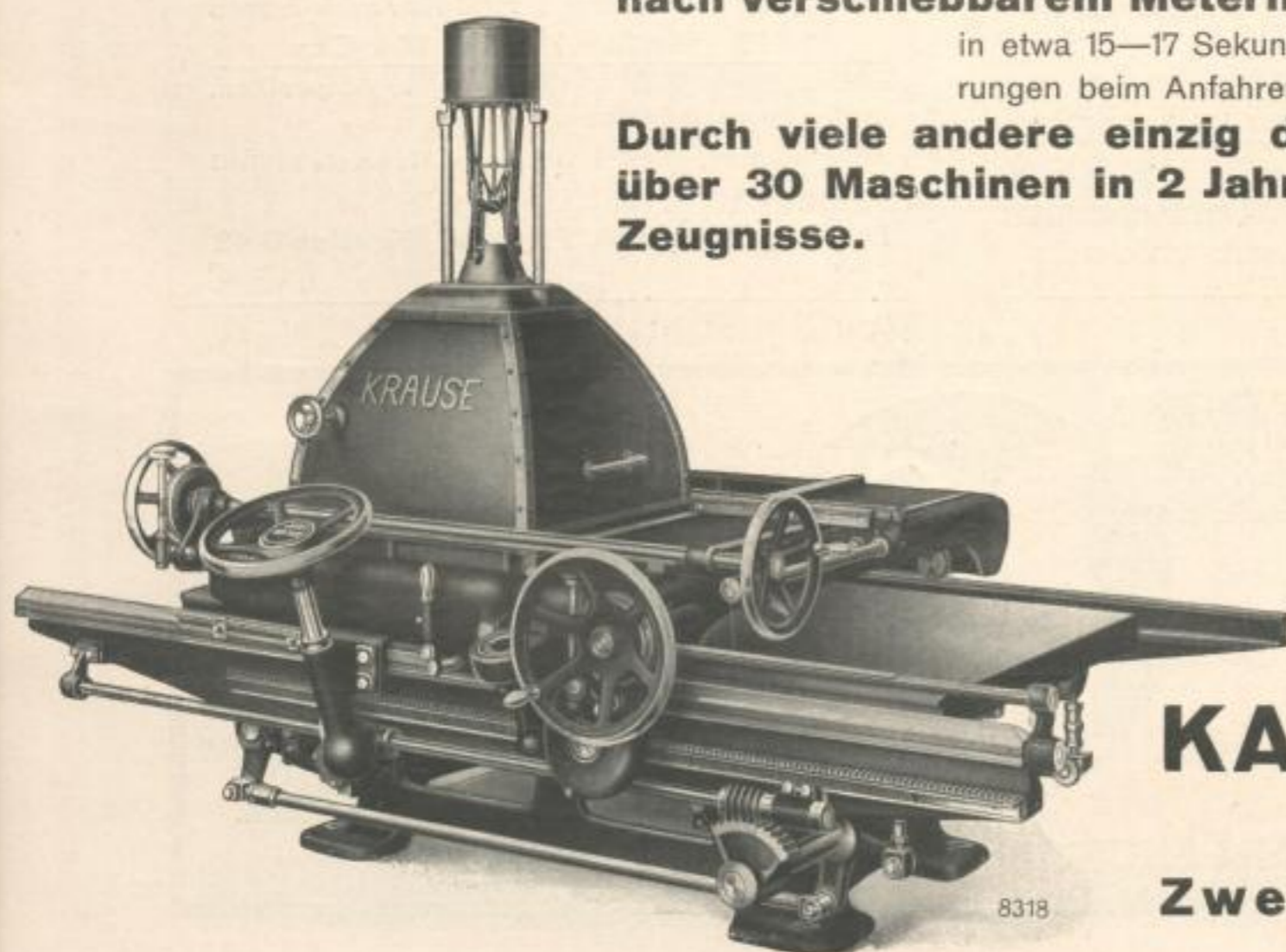
Durch hohen mechanischen oder automatischen Kontakt,
in 4—5 Sekunden erreichbar und während der Kopierdauer unveränderlich stehend.

Punktlicht mit direkten Strahlen,
geschlossene Lichthaube, kein Lichtverlust, Lichtstrahlenrichter.

Hitzeabfangvorrichtung,
daher kein Ankopieren der Schicht außerhalb der Punkte, kein Nachkopieren, unbedingt gleichmäßige Kopien, günstig für große Auflagen ohne Tonansatz.

Durch schnellste haargenaue Einstellung von Bild zu Bild nach verschiebbarem Metermaß und Feinmeßuhren,
in etwa 15—17 Sekunden. Keine Anschläge und durch Federungen beim Anfahren von Schlittenlasten keine Differenzen.

Durch viele andere einzig dastehende Vorteile. Weit über 30 Maschinen in 2 Jahren geliefert. Glänzendste Zeugnisse.



- Verlangen Sie Druckschrift G. 225 oder ganz unverbindlichen Besuch.

KARL KRAUSE
Leipzig C1
Zweinaundorfer Str. 59



**PAPIER
KLEBUNGEN
MIT
SICHEL**

**LEIM
KLEISTER
KLEBER
GUMMI**
FÜR JEDEN ZWECK
FÜR MASCHINEN
ALLER SYSTEME
UND HANDARBEIT

**FERDINAND SICHEL
KOMM.-GES.
HANNOVER-LIMMER**

ACHTUNG!

ACHTUNG!

**Stahlstich
Tiegeldruck
Presse**

(Patent Rothmann)



mit vertikaler Druck-
plattenbewegung.
Vollkommen über-
sichtl. Herstellung
aller Druckerzeug-
nisse in Stahlstich

Bedeutend verbesserte Konstruktion

Jetzt Farbrückgewinnung mittels Schaber
bis zu 80 Proz. • Einfachste Bedienung
Enorme Leistung • Niedrige Anschaf-
fungskosten • Schnellste Amortisation
Fordern Sie umgehend Angebot

FRIEDRICH ZITKOW Maschinenfabrik
Dresden - A. 28



EMIL MINUTH & CO.

BERLIN W 35, LÜTZOWSTRASSE 95
Fernsprecher: B 2 Lützow 1996-1998

**MESSE-
AUSSTELLUNGS-
AUSSTATTUNGEN**

Gegründet 1890

Größtes Leihlager Deutschlands

»ARGENTA«

Tiefdruck-Spezialplatten

(9-10° Sch.)

Nr. 7 für Negativ-Prozeß, Nr. 8 für Positiv-Prozeß

13 x 18	18 x 24	24 x 30	30 x 40 cm
---------	---------	---------	------------

RM. 3.33	6.21	11.07	19.44 per Dtzd.
----------	------	-------	-----------------

Größere Formate auf Anfrage.

»Argenta«-Photopapiere. Erstklassig! Ringfreie Preise!

Argenta,
Fabrik photograph. Papiere, München G 42

GEBRAUCHSGRAPHIKER

**NUR
NEISCH
PLAKAT
FARBEN**



**ONLY
NEISCH
POSTER
COLORS**

COMMERCIAL ARTISTS

HERRMANN NEISCH & CO. / DRESDEN-N. 6

D E R N A M E

MEMPHIS


hat in der Werbe-Typographie einen guten Klang. Er bezeichnet eine Type, die als Ausdruck des Fortschritts, als neues zeitgemäßes Gestaltungsmittel bekannt und beliebt ist.

Die Einfachheit und Klarheit ihres Aufbaus, die Sicherheit ihrer Haltung, die Zeitgemäßheit ihrer Gesinnung sind die Eigenschaften, die ihr Freunde gewonnen haben und die der Werbung die Möglichkeit zu unmittelbarster Wirkung, zu überzeugender, eindringlicher Sprache geben.

SCHRIFTGIESSEREI UND MESSINGLINIENFABRIK

D·STEMPEL·AG

FRANKFURT A-M LEIPZIG WIEN BUDAPEST BASEL



!! Sie wissen es selbst !!
 Das Beste
 sind unsere Feuer-
TITAN-EMAIL-PLAKATE
 20 Jahre Garantie
 MÜNCHENER-EMAILLIER-&STANZWERKE
 MÜNCHEN S.25.

TITAN
 EMAIL-PLAKATE

EINBANDDECKEN

nebst Inhaltsverzeichnis für den Jahrgang

1930

der Gebrauchsgraphik sind noch lieferbar. Preis für die Halbjahrsdecke nebst Inhaltsverzeichnis Mk. 2.25 in Leinen mit Goldaufdruck.

VERLAG DER „GEBRAUCHSGRAPHIK“



... da meine werbekünstlerischen Arbeiten auf der Überzeugung fußen, daß eine Werbearbeit an Qualität, mitreißender Wirkung und Intensität unbedingt neben einem Meisterwerk moderner Malerei bestehen können muß ...

KURT SCHEELE, B.D.G., CHARLOTTENBURG 5, DERNBURGSTRASSE 30

NIMM



**GRÜCO-
HOLZGERÄTE**

JAHRZEHNTE ERPROBT U. GELOBT!

GRÜCO-HOLZWERKE
GRÜNEBAUM & CO. / G.M.B.H.
OFFENBACH / M. BÜRCEL



*Die beste
Erinnerung in
der Hand Ihre
Kinder ist ein
silbernes Füllbleistift*

Gold- und Silberwarenfabrik

GEORG LAUER A.G.

Pforzheim

RENGEL-HARDT

**SPRINGER
& MÖLLER
LEIPZIG**

Farben

Bezugsquellen

für etwa 2000 Maschinen, Apparate und Maschinenteile enthält das ADEL - Adreßbuch Deutscher Lieferanten für Druckereien usw.

Keine bezahlten Eintragungen, daher erschöpfende und zuverlässige Auskunft.

Das ADEL ist ein nützlicher Ratgeber für Druckereien, Buchbindereien, Kartonagen- und Papierwarenfabriken, der sich 100fach bezahlt macht.

Vorausbestellungen zum Preise von RM 10.- für das Inland und RM 11.- für das Ausland einschl. Porto und Verpackung, zahlbar nach Empfang einer Mitteilung über die Versandbereitschaft des Werkes werden noch entgegengenommen durch

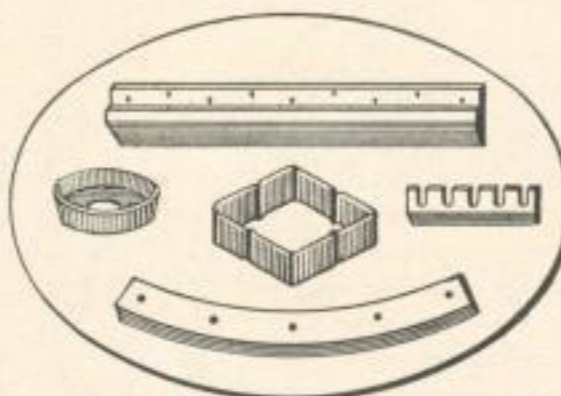
R. PETERSOHN, Leipzig N22

Helgoländer Weg 2

Fernspr.: 57934

Der Fachmann kauft nur

Föllner-Messer



Ein Kauf enttäuscht nie

seit 23 Jahren die bewährte Marke für die richtige Qualität und Preiswürdigkeit, daher im Gebrauch die billigsten

P. Föllner

Messerfabrik und
Großschleiferei

Gegründet 1907

Leipzig C1

Elisenstraße 13

HEINRICH ENGELHARDT

PAPIERGROSS-
HANDLUNG

GROSSLIEFERANT VON
ZEITUNGS-, ZEITSCHRIFTEN-
UND TIEFDRUCKPAPIEREN

BERLIN SW 11, HALLESCHES UFER 10
DÜSSELDORF, KLOSTERSTRASSE 34-36

1

2

3

WICHTIGE NEUERSCHEINUNGEN

MODERN PUBLICITY 1931

Jahrbuch der Monatsschrift
COMMERCIAL ART

Der neue Band 1931 übertrifft seine Vorgänger an Internationalität und Reichtum des Inhaltes. Behandelt die Reklametätigkeit von 17 Ländern und enthält über 200 einfarbige Abbildungen sowie 12 Farbentafeln. Der Band 1930 dieser Enzyklopädie der Weltreklame wurde unter die „50 Bücher des Jahres“ aufgenommen.

Preis: Geheftet **7.50 RM.**

Gebunden . . . **10.50 RM.**

Porto 75 Pf. bzw. 1.00 RM. extra

MODERN PHOTOGRAPHY

Studio Special Number Autumn 1931

Ca. 100 Abbildungen der bekanntesten Lichtbildner Großbritanniens, Deutschlands, Amerikas, Frankreichs usw. Ganzseitige Abbildungen in Doppelton. Sämtliche modernen Techniken wie Fotomontage, Negativaufnahmen, Doppelbelichtungen usw. werden bildlich gezeigt und textlich besprochen.

Preis: Geheftet **7.50 RM.**

Gebunden . . . **10.50 RM.**

Porto 75 Pf. bzw. 1.00 RM. extra

MISE EN PAGE

The theory and practice of lay-out
von A. Tolmer

Der bekannte französische Anzeigenfachmann entwarf und schrieb dieses Handbuch moderner Anzeigen, Reklame und Buchgestaltung. Ursprung, Entwicklung, Wert, Anwendung, Technik und Tendenzen. Das Werk ist frappierend in seiner bildtechnischen Gestaltung, mit vielen farbigen Tafeln in verschiedenen Techniken.

Preis: Gebunden und in farbigem Karton **30.00 RM.**

Porto 1.00 RM. extra

THE STUDIO PUBLICATIONS LTD. 44 LEICESTER SQUARE. LONDON

LEIPZIGER CHROMO- UND
KUNSTDRUCK-PAPIERFABRIK

VORM.

GUSTAV NAJORK

AKT.-GES.

LEIPZIG W 31

SONDERERZEUGNISSE:

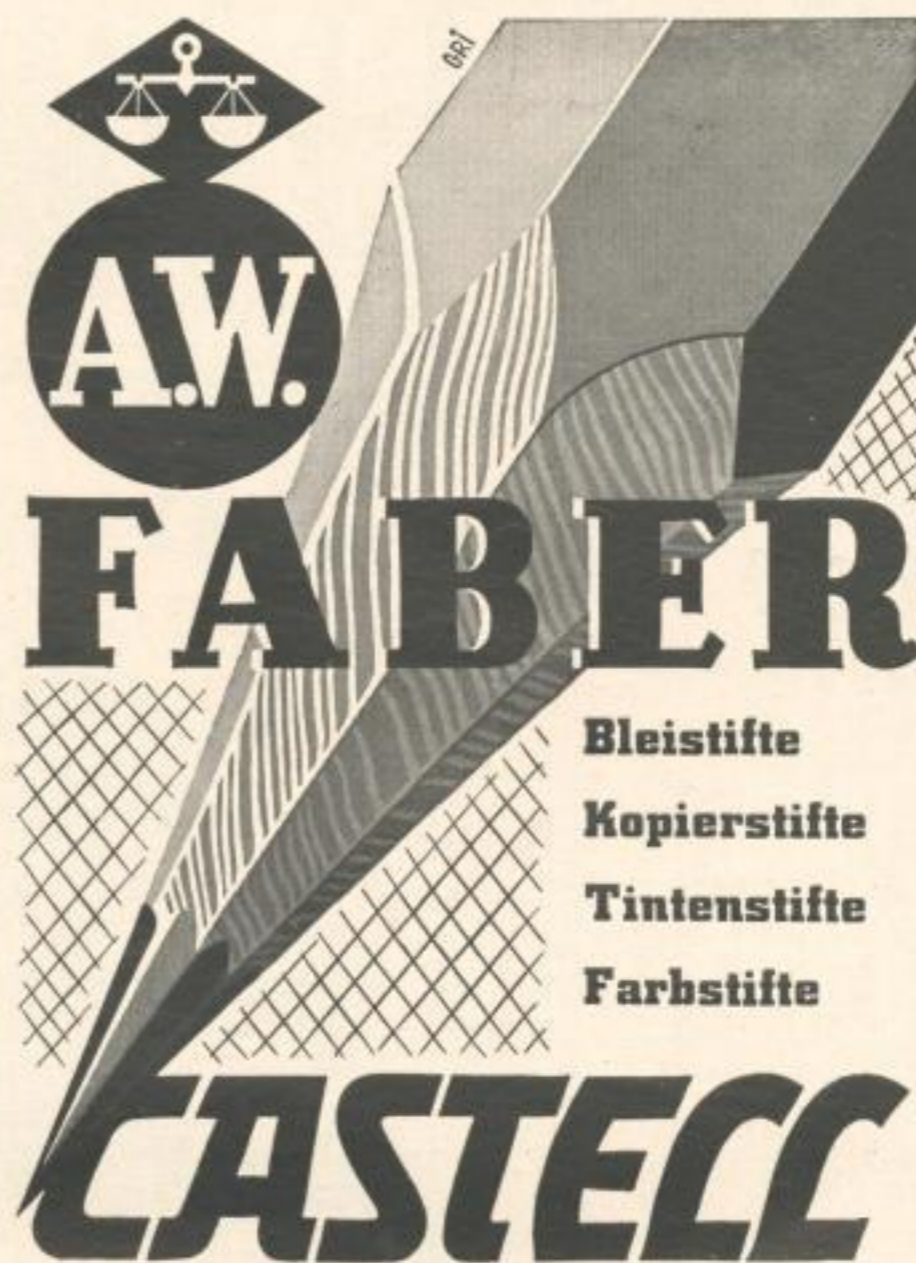
*Chromopapiere, Chromokartons,
Kunstdruckpapiere, Kunstdruck-
kartons, gestrichene Offset- und
Tiefdruckpapiere- und Kartons,
Spielkartenkartons, Faltschachtel-
kartons und ziehfähige Kappen-
schachtelkartons*

Eigene Verfahren zur Herstellung
von Kunstdruckpapieren und
geklebten Kartons

D. R. P. 279444 - G. M. S. 617706 und 731195
D. R. P. 339721 - G. M. S. 787162, D. R. P. 378850

**Verlangen Sie
unsere neuen
Mustermappen!**

Fernsprech-Sammel-Nummer 44 541
Telegr.-Adr.: Chromofabrik Leipzig



Bleistifte

Kopierstifte

Tintenstifte

Farbstifte

Meridian

**Die Schrift,
die zum
Aufmerken
zwingt.**

Die rassige Werbeschrift, die wirklich mit Erfolg wirbt

GEBR. KLINGSPOR-OFFENBACH A.M.

WERBEKRAFT

Presse-Dienst

Nr. 2 Werbekraft G.m.b.H. Leitung Ernst Jaster Berlin W 56 Schinkelplatz 5 Amt M

Käufer sind da!...

auch in Zeiten wirtschaftlicher Depression!

Tad beweisen die Umsatzzahlen des Vorjahres, die vorbildmäßig Ausfall der neuen Campagne sein sollten.

Wenn eine Wirtschaftskrise auch Kaufminderung mit sich bringt, so darf diese Tatsache keinesfalls die Impulskraft des Einzelnen lähmen, denn Käufer sind da: Es gilt, sie durch planmäßige Reklame zu erfassen und durch deren Suggestivkraft auf ein Bestimmtes Ziel hinzuleiten!

Wenn dieser Gedanke erst in seinem tieferen Wert erkannt sein wird, dann dürften im laufenden Wirtschaftsjahr die Umsatzziffern des Vorjahres überboten werden! — Wir führen folgende interessante Zahlen des Vorjahres an:

Steintohlen	2 484 000 000 Zt.
Braunkohlen	497 000 000 Zt.
Roh-Eisen	884 000 000 Zt.
Webereierzeugnisse	3 605 000 000 Zt.
Wirtereierzeugnisse	1 332 000 000 Zt.
Vereifung	204 000 000 Zt.
Leder	796 000 000 Zt.
Speiseleil	541 000 000 Zt.
Kupfer	216 000 To.
Kaffee	284 000 To.
Baumwolle	1 378 000 Ballen
Stromerzeugung	30 660 000 000 Kwstb.
Verarb. Getreidemeng.	126 320 000 Dg
Zigaretten	756 000 000 Stüd
Zigaretten	33 091 000 000 Stüd
Rauchtabak	34 570 000 Kg
Lederproduktion	795 936 000 Stüd
Handschuhe	110 850 000 Stüd
Strümpfe	579 000 000 Stüd
Bier	
Glühlampen	
Zündhölzer	
Schaumw.	
Verbrau	
Wagn	

Kartenspiele	11 123 000
Kaffee	1 354 540 00
Katzen	764
Auto-Produktion	10
Willy	20 00
Fan-Produktion	8 C
Stechnadeln	
Schokolade	
Krawatten	
Füllfederhalter	
Radio-Apparate	
Schuhe	
Wäsche	
Seil	
Wein	
Druckstöpsel	
Viter Ver	
Autosole	
Seife	
Jahnpa	
Elektrif	
Heizöl	
Thermi	
Schreib	
Trinkb	
Eier	
But	
Zu	

Planmässig bauen...

ist die konsequente Durchführung eines Arbeits-Systems in jeder Wirtschaftslage! — Wenn auch in Zeiten wirtschaftlicher Depression veränderte Situationen den Markt beeinflussen, sind Käufer ständig da! — Es gilt, sich den Bedingungen des Augenblicks anzupassen und soviel vom laufenden Bedarf an sich zu reißen, als irgend möglich! — Scharfe Konkurrenz ist heute mehr denn je notwendig! — Jede Ausgabe so zweckmäßig anzulegen, daß der Erfolg gesichert ist. Eine überzeugende Idee er-

setzt stets kostspielige Werbemittel. — Wir haben Ideen und wissen sie zu formen! — Unterhalte

Sie sich unverbindlich mit uns, bevor

Sie eine Werbeaktion planen — viel-

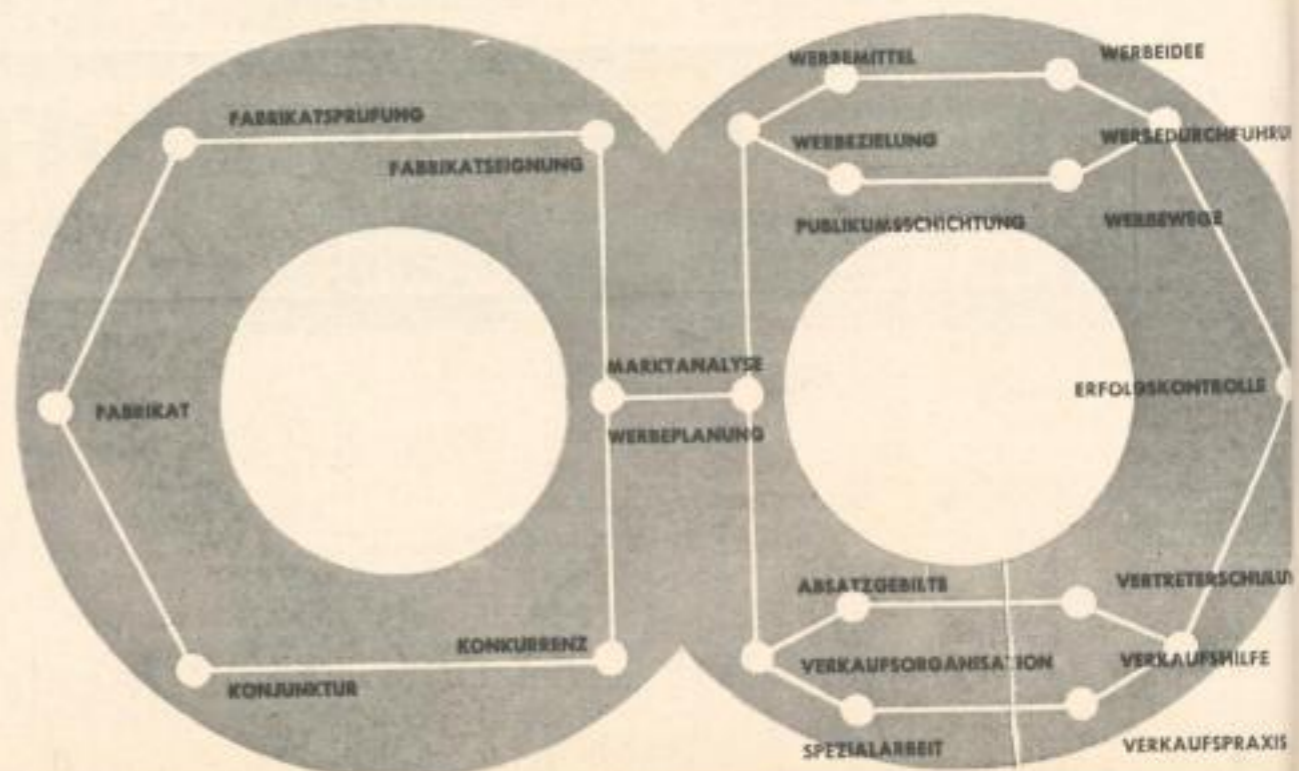
leicht finden wir einen BESSEREN Weg!

Berlin W 56 . Schinkelplatz 5

WERBEKRAFT GMBH

für planmäßigen Werbeaufbau

Leitung Ernst Jaster . Berlin



GEBRAUCHS GRAPHIK

INTERNATIONAL ADVERTISING ART

HERAUSGEBER • PROF. H. K. FRENZEL • EDITOR
Achter Jahrgang Eighth Volume, No. 8

H. K. Frenzel: Neue Vereinigung Münchner Plakatkünstler

Werner Suhr: Es ist an der Zeit . . .

H. K. Frenzel: Roger-Louis Dupuy

Karl Schenker

Ausstellung Europäischer Photographen im Art
Center of New York

The Exhibition of Foreign Advertising Photo-
graphy held at the Art Center of New York

Dr.G.Schoenberger: Karl Mahr

Heinz Böttcher: Briefköpfe, Inseratenserien usw.
Letter Heads, Serial of Advertisements

Julius Steiner: Zwei Ausstellungsstände für Milchprodukte
Two Exhibition Stands of Dairy Products

Richard A.Loederer: Buchillustrationen. Book Illustrations

BDG-Mitteilungen

Plakatwettbewerb der Michelwerke, Halle a S.

Dr. Walter Die Einkommen im Deutschen Reich

Puttkammer: Die Gesamtumsätze im Deutschen Reich 1930

Die Sparkasseneinlagen im Deutschen Reich

Die Produktion von Marmelade im Deutschen
Reich

Adressenverzeichnis siehe Seite 80

BEZUGS- UND ANZEIGENBEDINGUNGEN

BEZUGSPREIS 40Rm.jährlich, 20Rm.halbjährlich, 10Rm.viertel-
jährlich, Einzelheft 4 Rm.

Zu beziehen durch jede Buchhandlung, Postanstalt oder
direkt vom Verlag

ANZEIGENPREISE

$\frac{1}{1}$ Seite 400 Rm., $\frac{1}{2}$ Seite 225 Rm., $\frac{1}{4}$ Seite
120 Rm., Steller.markt: $\frac{1}{8}$ Seite 50 Rm.

AUSLIEFERUNGSSTELLEN IM AUSLAND

AMERIKA: The Book Service Company, 15 East 40th Street
New York City, U.S.A.

Alleiniger Vertrieb in den Vereinigten Staaten von Nord-
amerika und Kanada. Sole Representatives for the United
States of America and Canada

ENGLAND: C. W. Frerk, 2, Rudyard Grove, London NW7

FRANKREICH: Librairie Fischbacher, 33, Rue de Seine, Paris VI
Alleinvertretung für Frankreich

ITALIEN: G. G. Görlich, Bolzano, Via Regina Elena 5

PHONIX ILLUSTRATIONS-DRUCK UND VERLAG

G. m. b. H., Berlin SW 61. Fernspr.: Dönhoff 5196-97. Postscheck: Berlin 100 812



PARCIVAL ANTIQUA

UND *PARCIVAL-KURSIV*

Mit großer Liebe und ungewöhnlichem Verständnis ist diese neue Schrift von dem bekannten Schriftkünstler Herbert Thannhaeuser gezeichnet worden. Er hat ihr Werden in unserer Stempelschneiderei, in der unsere altbewährten Kräfte ihr zum Leben verhelfen, gelenkt und verfolgt. Zur Grundchrift hat er außerdem die kräftige und flüssige Schrägschrift geschaffen.



SHELTER & GIESECKE AG. LEIPZIG
SCHRIFTGIESSEREI, BUCHDRUCK-MASCHINENFABRIK

A C H T E R J A H R G A N G

HEFT
NUMBER

8

E I G H T H V O L U M E

MONATSSCHRIFT ZUR FÖRDERUNG KÜNSTLERISCHER REKLAME

GEBRAUCHSGRAPHIK INTERNATIONAL ADVERTISING ART

MONTHLY MAGAZINE FOR PROMOTING ART IN ADVERTISING

HERAUSGEBER PROF. H. K. FRENZEL, EDITOR

OFFIZIELLES ORGAN DES BUNDES
DEUTSCHER GEBRAUCHSGRAFIKER

OFFIZ. ORGAN DES REICHSVERBANDES
DEUTSCHE REKLAME-MESSE E. V.

SOLE REPRESENTATIVES FOR
THE UNITED STATES OF AMERICA AND CANADA:
THE BOOK SERVICE COMPANY
15 EAST 40TH STREET NEW YORK CITY U. S. A.

PHÖNIX ILLUSTRATIONS-DRUCK UND VERLAG GMBH. BERLIN SW61



NEUE
VEREINIGUNG
MÜNCHNER
PLAKAT-
KÜNSTLER



Entwurf Prof. LUDWIG HOHLWEIN Design

Neue Künstlervereinigungen traten sehr oft mit einem neuen künstlerischen Programm hervor. Es waren Sezessionen, die sich aus alten Verbänden lösten oder deren künstlerische Absicht im Gegensatz zur Kunst- und Stilpolitik der bisher bestehenden Verbände standen.

Diese Voraussetzungen treffen auf die Neue Vereinigung Münchner Plakatkünstler nicht zu. Die Träger dieser Vereinigung sind Namen, die sich künstlerisch seit mehr als einem Jahrzehnt behaupten, und von denen einige während dieser Zeit Führerpositionen hatten, die ihnen bis heute noch nicht streitig gemacht worden sind. Diese Neue Vereinigung ist also eine Aktionsgemeinschaft, die ihre Aufgabe darin sieht, das Künstlerplakat wieder mehr in den Vordergrund des Interesses unter den Werbemitteln zu bringen. Niemand wird bestreiten können, daß das Künstlerplakat in Deutschland einer solchen Stützung dringend bedürftig ist. Die Ursachen des Rückganges liegen nicht bei den Künstlern, sondern vielmehr auf anderen Gebieten. Soweit es sich dabei um die Verhältnisse in Deutschland handelt, versucht in dem nachfolgenden Artikel Werner Suhr, die Ursachen des Rückganges klarzulegen.

Die Münchner Plakatkunst nimmt im Rahmen der deutschen Werbekunst eine besondere Stellung ein. Ihre beiden äußersten Exponenten sind Ludwig Hohlwein und Valenti Zietara: Ludwig Hohlwein, der Meister des realistisch-romantischen Plakates, Valenti Zietara, der Meister des

New artist's leagues have often made their appearance armed with a new artistic program. They were secessionists who broke away from already existent leagues, or whose artistic aspirations were in opposition to the artistic and stylistic policy of these leagues.

These preliminary conditions do not apply to the „Neue Vereinigung Münchner Plakatkünstler“. The supporters of this league are men whose names have held their own in the artistic world for more than a decade, some of them having taken leading positions which to this day have never been contested. This New League is thus a joint-stock company, whose task it is to set the artistic poster in the forefront of interest as a means of advertising. No-one can deny that the artistic poster in Germany is urgently in need of such support. The decline is not the fault of the artists, its causes must be looked for elsewhere. In the following article, Werner Suhr attempts to discover the causes of the present condition of things in Germany.

Munich poster art takes up a special position of its own in German advertising art. Its leaders at the two extreme poles are Ludwig Hohlwein, the master of the realistic-romantic poster and Valenti Zietara, the master of the stylistic abstract poster. Between these two extremes we find the other well-known names, for example Franz Paul Glass, Ibe, Keimel, Eschle, etc. The

THE "NEUE VEREINIGUNG MÜNCHNER PLAKAT- KÜNSTLER"



Entwurf

VALENTI ZIETARA

Design



stilistisch abstrakten Plakates. Zwischen diesen beiden Extremen stehen die übrigen Namen, zum Beispiel Franz Paul Glass, Ibe, Keimel, Eschle usw. Eine etwas neue, aber durchaus süddeutsche Note bringt der junge Graphiker Lindner mit in diese Vereinigung. Er ist ein Schüler von Professor Max Körner in Nürnberg und gehört zu den erfolgreichsten des von diesem Lehrer ausgebildeten Nachwuchses.

In der Münchner Plakatkunst lebt ein gewisser Hang zum Romantischen und Originellen. Der Münchner

Entwurf Prof. FRANZ PAUL GLASS Design

4

Karnevalistja einer der Hauptauftraggeber für diese Künstler, und es will mir scheinen, als ob in den meisten Plakatbildern eine gewisse Neigung zu karnevalistischer Fröhlichkeit vorhanden ist. Ausgeschlossen hiervon sind eigentlich nur Ehlers, Eschle und Hohlwein. Ehlers und Eschle nähern sich mehr dem norddeutschen sachlichen Stil, Hohlwein verdankt seinen Weltruf dem unübertroffenen Realismus seiner Plakatbilder.

All das ist schon oft festgestellt worden, und die hier vorgeführten Arbei-



young graphic artist Lindner brings a new but entirely South German note into the organisation. He is a pupil of Professor Max Körner of Nuremberg and one of the most successful trained by this teacher.

Munich poster art always displays a certain tendency to the romantic and original. The Munich Carnival provides the Munich artist with the greater part of his commissions, and a certain air of carnival gaiety seems to me to per-



vade most of the Munich posters. The only exceptions are Ehlers, Eschle and Hohlwein. Ehlers and Eschle approach the North German objective style, Hohlwein owes his world fame to the unrivalled realism of his poster work.

All this has often been said before and the work reproduced here has done good service in the cause of publicity. These posters prove that every

Entwurf

HERMANN KEIMEL

Design

5





Entwurf Prof. FRANZ PAUL GLASS Design

ten haben ihren guten Werbedienst für die Wirtschaft geleistet. Sie haben bewiesen, daß jede Kunstform in der Werbung ihre Berechtigung hat, wenn sie in sich einen Grad der Vollendung darstellt und mit der Werbeabsicht des Kaufmannes in richtige Verbindung gebracht wird. Das, was wesentlich ist und was immer wieder festgestellt werden muß, ist die Tatsache, daß selbst die breitesten Massen des Publikum ein sehr sicheres Gefühl für vollendete Arbeit haben. Immer wieder müssen wir mit Überraschung feststellen, daß Unzulängliches und Halbgekonntes auch in der Wirkung versagt. Befragt man einmal Unbefangene, bei denen man Kunst- oder Werbeverständnis nicht voraussetzen kann, so wird man immer wieder feststellen, daß gerade die künstlerisch und werbetechnisch hochwertigen Reklamebilder in ihrem Gedächtnis haften geblieben sind. Diesem Umstande wird von unseren Wirtschaftlern noch viel zu wenig Gewicht beigemessen. Gerade in wirtschaftlich schweren Zeiten versucht man nur zu leicht, aus falscher Sparsamkeit heraus mit Unzulänglichem zu arbeiten, obwohl man von vornherein weiß, daß die Wirkungsmöglichkeit dieser Dinge nur gering ist.

Von diesem Gesichtspunkt aus ist der neue Zusammenschluß der Münchner Plakatkünstler zu begrüßen. Diese Vereinigung will eine Aktionsgemeinschaft sein für das werbetechnisch und künstlerisch hochwertige Plakat als hochwertiger Helfer im Kampf um den Kunden. H. K. Frenzel

form of art has its place in advertising, if it only represent a certain degree of perfection and be in proper harmony with the publicity policy of the client. The essential point which must be established in connection with them all is that even the great mass of the public has a very sure instinct for able and finished work. Again and again, with a certain surprise, we must constitute the fact that feeble and inefficient designs fail of their effect. If one asks the opinion of some unprejudiced outsider, whom one cannot assume to possess any particular understanding of art or advertising, one always finds that it is the really good pictures, both from an artistic and a publicity point of view, that have remained imbedded in his memory. Our mercantile advertising classes pay far too little attention to this phenomenon. Precisely in times of economic stress, a false policy of saving and scraping leads to attempts to achieve effects by inferior means, although it is apparent from the outset that what is offered can have but little effect.

Regarded from this point of view, we must extend a hearty welcome to the new league of Munich poster artists. This league aims at becoming a joint stock company for the effective and artistically valuable poster as an invaluable aid in the combat for custom. H. K. Fenzel

Trans. by E. T. Scheffauer.



Entwurf HERMANN KEIMEL Design

MAX ESCHLE

MÜNCHEN SOMMER 1930



Entwurf

MAX ESCHLE

Design





Entwurf

VALENTI ZIETARA

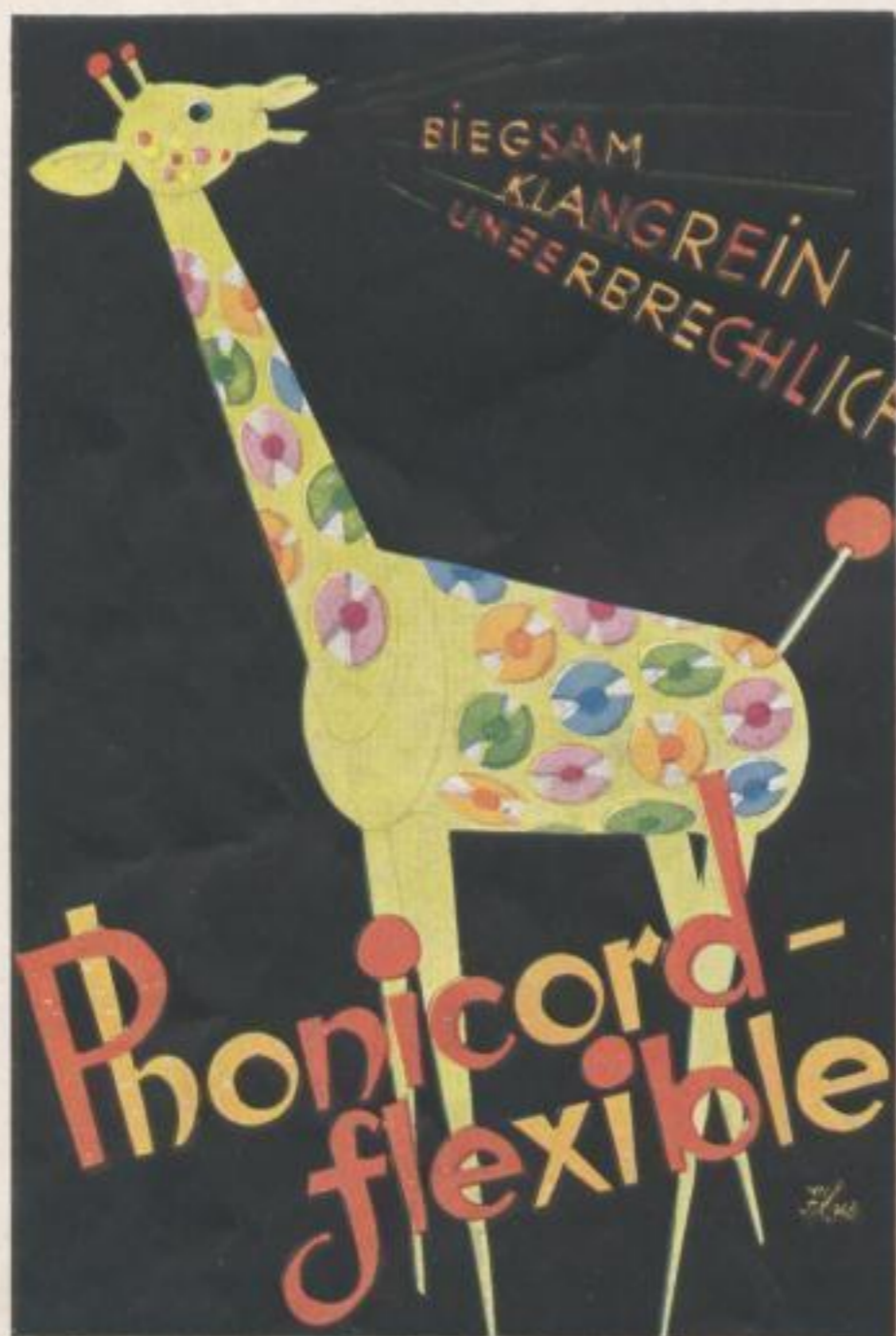
Design

9



WERNER SUHR:

ES IST AN DER ZEIT...



Entwurf

HANSIBE

Design

Es ist an der Zeit, gegen die Säulen des seligen Litfaß und gegen die Verwaltung durch seine Nachkommen zu protestieren. Diese Säulen haben bestimmt vorzügliche Dienste geleistet, als sie noch Rotunden waren und zugleich wirklich dringenden unabwendbaren Bedürfnissen entsprachen. Als die Bürger spazieren gingen, als selbst der Gang zu ihren Geschäften noch einem Spaziergang ähnlich war, da kam es ihnen auch nicht darauf an, sich allmählich um eine Säule herumzulesen. Heute aber möchte sich jeder und auch der, welcher es garnicht so notwendig hat, so schnell wie möglich und mit einem Blick informieren. Daß dieser berechtigte zeitgemäße Wunsch nicht in Erfüllung und daß der Bürger achtlos an den Säulen vorbeigeht, liegt an der unmöglichen, zurückgebliebenen und unpsychologischen Art des Anschlags. „Haben Sie schon die neuen Anschläge gelesen?“, so fragt doch keiner mehr. Zu Glasbrenners gemütlicheren Zeiten bekam man meist eine bejahende Antwort. Denn keiner wollte zurückbleiben. Aber wer heute an Plakatsäulen liest, bleibt leicht zurück. Der Verkehr flutet weiter; der Leser wirkt manchmal sogar als „Störenfried“. Außerdem: die Menschen gehen nicht nur, sie fahren jetzt auch in immer größerer Zahl an den Säulen vorüber. Sie müßten beim Vorüberfahren gefangen und gefesselt werden. Blickfang noch bei 40 Kilometer Stunden-geschwindigkeit.

Die meisten Anschlagflächen wurden für unsere Ansprüche und Empfindungen zu klein. Was läßt sich an Wirkung und an sicherem Blickfang erzielen, wenn ein Plakat halb zur Fahrstraße, halb zum Trottoir herüberhängt, wenn es durch die Wölbung gebrochen und in allen Linien verzerrt ist? Gewiß gelten selbst für die besten Bildplakate andere Grundsätze als für die diffizilen Produkte einer rein künstlerischen Schöpfung. Aber deshalb darf ein gelungenes Plakat nicht willkürlich geklebt und damit unwillkürlich gebrochen und beeinträchtigt werden.

Kommt man aus der Schweiz, diesem Lande eines in jeder Hinsicht vorbildlichen Plakatanschlags, so gewinnt man von unseren Säulen den traurigen Eindruck, als sei Deutschland, daß alljährlich eine Flut theoretischer Betrachtungen über zeitgemäße Propaganda vom Stapel läßt, auch in der praktischen Reklame noch bei den primitivsten Anfängen. Selbst der Laie empfindet das. In der Schweiz wird allerdings fast ausschließlich der Anschlag an Wänden bevorzugt und die Säulenreklame kaum noch benutzt. In den Ver-

kehrszentren der deutschen Großstädte finden sich genügend Plätze und Möglichkeiten für eine ähnlich zeitgemäße, auf den ersten Blick zugkräftige und orientierende Plakatierung. Überdies ist der Säulenschlag bei uns verhältnismäßig teuer, weil die Gesellschaften den Auftraggeber zu zwingen pflegen, auch die für ihn oft völlig bedeutungslosen Säulen in verkehrsarmen Kleinstraßen oder an der Peripherie der Stadt mitzunehmen. Statt einen derart abschreckenden Zwang auszuüben, sollte man lieber die fragwürdig gewordenen Säulen einziehen oder sie grundsätzlich einer Spezialpropaganda vorbehalten, für die gerade solche abgelegenen Plätze besonders geeignet scheinen.

Ein gangbarer Weg ist, die Säulen jeweils nur mit den Plakaten, wohlmöglich mit ein und demselben Plakaten ein und desselben Auftraggebers zu belegen. Das entspricht der äußerst wirkungsvollen Reihung an Schweizer Anschlagwänden. Es bietet sich so die Gewähr, daß ein harmonischer Gesamteindruck erzielt und nicht ein Plakat durch das andere in der Wirkung beeinträchtigt oder totgeschlagen wird.

Völlig sinnlos ist der noch vielfach zu beobachtende Anschlag unter ein Meter Höhe; andererseits kann man auch noch den Kardinalfehler beobachten, daß Plakate mit relativ kleinem Druck derart hochgehängt werden, daß man sie nur mit größter Mühe oder überhaupt nicht entziffern kann. Die Vorübergehenden haben keine Lust mehr, sich die Mühe zu geben, welche die Plakatgesellschaften in anderer Weise, aber im eigenen Interesse, sowie im Interesse ihrer Kunden und ihres Publikums aufwenden sollten. Wer nicht gerade das Programm eines bestimmten Kinos oder den Spielplan eines Theaters sucht: ach, diese Möglichkeit, welche beweist, daß etwas Wichtiges nicht mit einem Blick zu finden ist, scheint doch sehr charakteristisch! Besonders die Theater könnten sich eines viel effektvolleren Anschlags bedienen. (Namentlich die staatlichen und städtischen Bühnen sind hier noch weit zurück, obwohl ihre Bilanz beweist, daß eine zeitgemäßere Werbung Gebot der Stunde ist.) In Berlin gibt es etwa 2500 Anschlagssäulen, die von der Berek, der Berliner Anschlag- und Reklamewesen G.m.b.H. in Monopolstellung verpachtet werden. — In dem 1897 von Jean Louis Sponsel herausgegebenen Werk über „Das moderne Plakat“ findet sich die Reproduktion eines Gemäldes von Henseler „Die Berliner Anschlagssäule“. Etwa 50 Jahre sind vergangen,

The views expressed in the following article are applicable only to Germany, and we therefore print the paper only in the original German. Editor

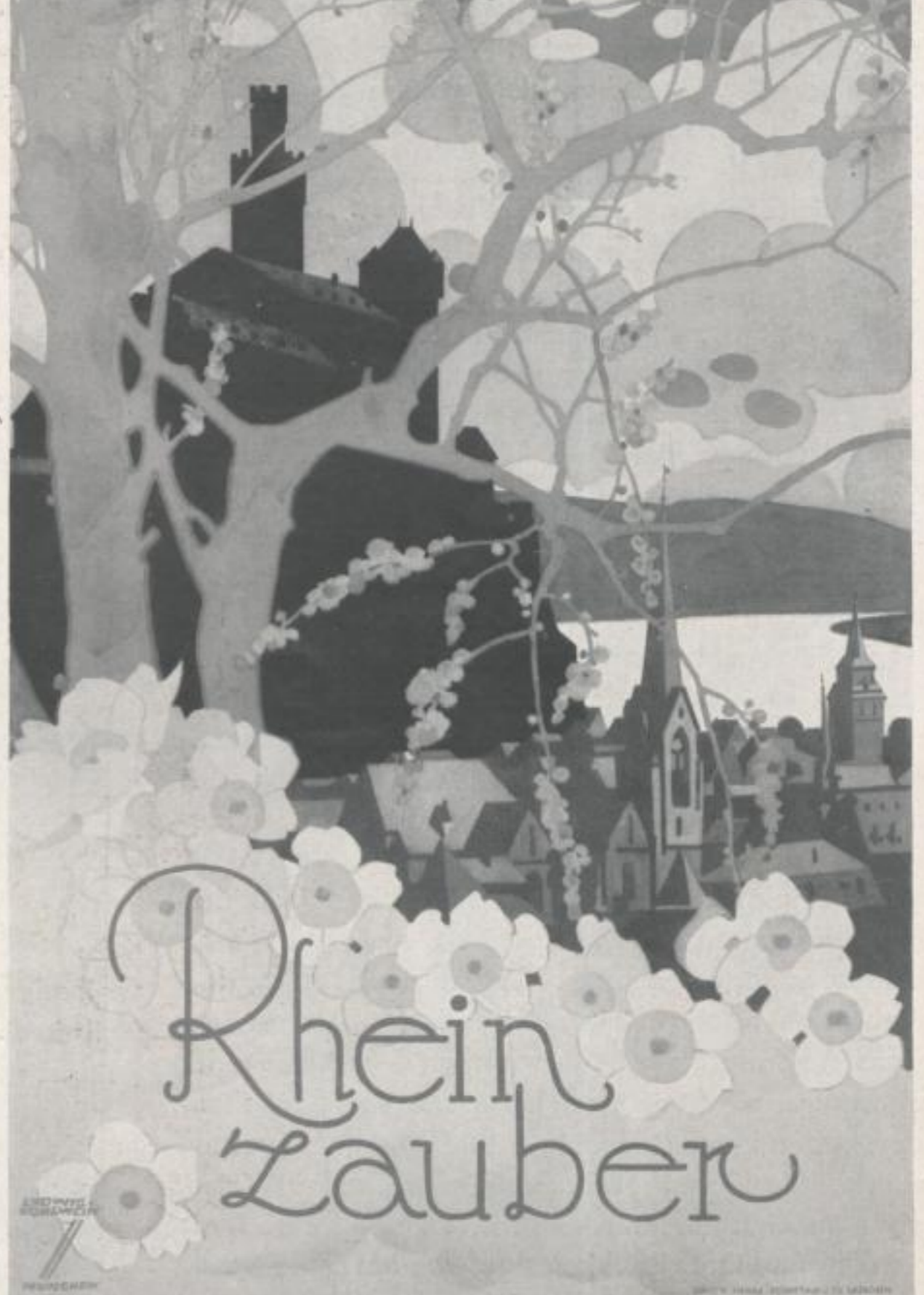


Entwurf

RICHARD LINDNER

Design

DEUTSCHLAND



Auskünfte und Werbeschriften durch alle Reise- und Verkehrsbüros des In- und Auslandes



Entwurf Prof. LUDWIG HOHLWEIN Design

H. EHLERS



Entwurf HENRY EHLERS Design



BAMBERGER & HERTZ

*Zeit für die
die schönsten
Offenfahrten!*





Entwurf

OTTO OTTLER

Design

seitdem die Flaneure Unter den Linden sich langsam um den Vergnügungsanzeiger jener Säule herumlasen. Seien wir ehrlich: wer heute eine Säule in der City betrachtet, erkennt zwar gewisse Unterschiede, kann aber unmöglich behaupten, daß diese Unterschiede einer fünfundsiebzigjährigen Entwicklung Ehre machen. Das Bild der Säulen von 1880 ist für die damalige Epoche charakteristisch, die Säule von 1931 ist nicht oder nur sehr selten charakteristisch für den Geist der Gegenwart. Daß sich die Litfaßsäulen in der alten Form über ein halbes Jahrhundert erhielten, ist jenem Monopolcharakter des Anschlaggeschäftes zu verdanken, der allen zeitgemäßen Fortschritten, wie sie harte Konkurrenzkämpfe mit sich bringen, gern das Hemmnis seiner Souveränität entgegengesetzt. — Ein zeitgemäßer Umbau der Berliner Säulen soll zu kostspielig sein. Also, weil niemand die Kosten bewilligt oder riskiert, wird einer Plakatierung das Wort gesprochen, die von vielen fachmännischen Vertretern des Plakatanschlags selbst als

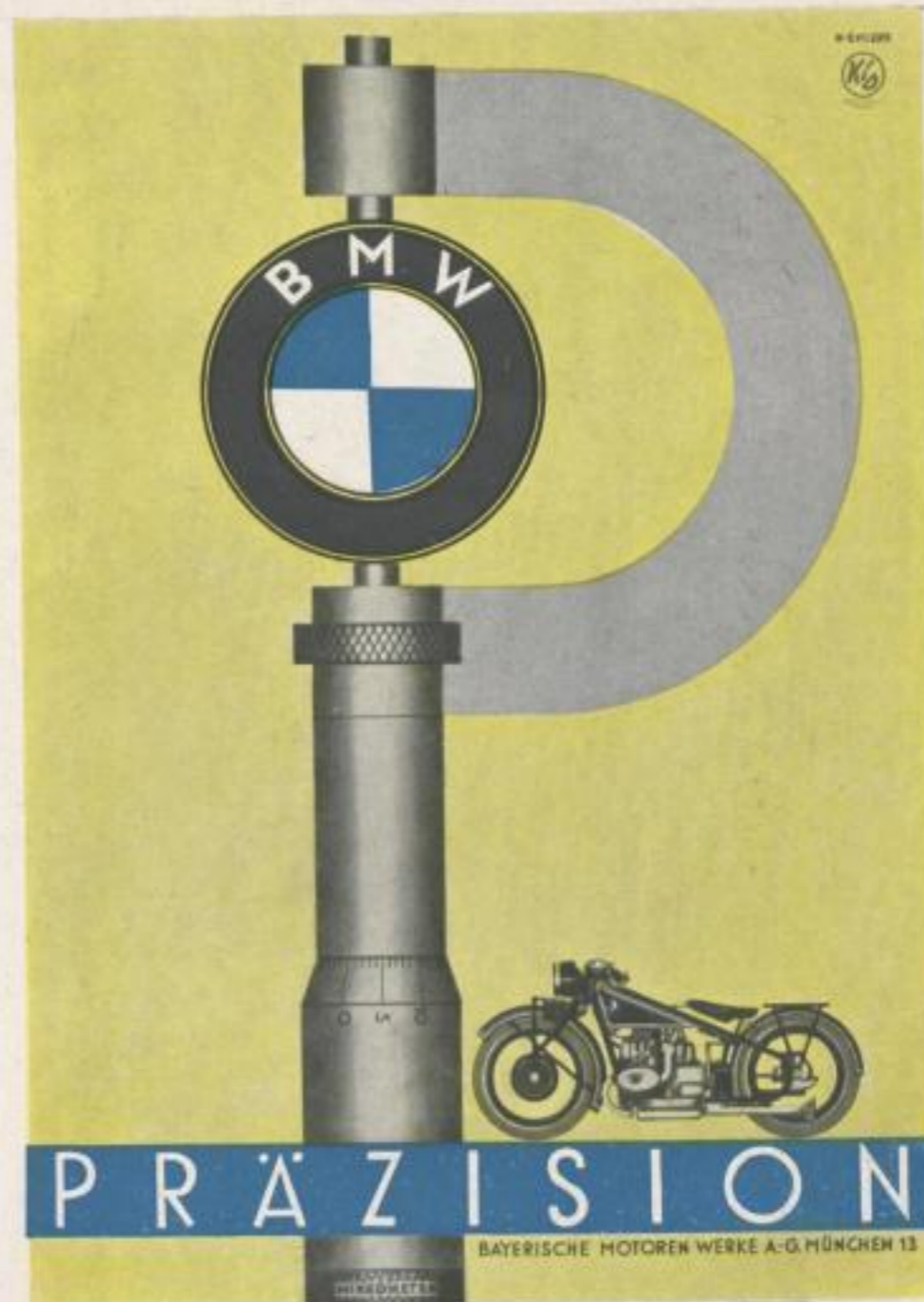
14



Entwurf

HENRY EHLERS

Design



Entwurf

EUGEN MAX CORDIER

Design



überholt und nicht mehr zeitgemäß empfunden wird. Es ist lächerlich, etwas zu benutzen, nur weil es da ist, um so lächerlicher, wenn es genügend Möglichkeiten gibt, etwas Besseres und Wirkungsvolleres – die Großflächenreklame – in den Zentren des Verkehrs einzuführen. Die Plakatsäulen erhalten keine Jahres- und Halbjahresaufträge mehr. Aber es ist ein Trugschluß, dies allein auf die veränderte Zeitlage und auf das Bedürfnis nach ständig wechselnden Eindrücken und größter Aktualität zurückzuführen. Man muß wieder die Schweiz zitieren und darauf hinweisen, daß sich dort an den großen Flächen höchst wirkungsvolle Plakate oft viele Wochen und sogar Monate halten, ohne dabei an propagandistischem Wert und an Wirkung auf die Einheimischen oder Fremden zu verlieren. Das Bedürfnis nach Aktualität ist nicht der Grund dafür, daß an den Säulen Berlins neuerdings das billige und oft schaudervolle Schriftplakat vorherrscht; dies erklärt sich vielmehr aus der Erkenntnis, daß kostspieligere und mehr künstlerische Plakate an den Säulen aus den dargelegten Gründen unlohnend scheinen.

Entwurf RICHARD LINDNER * Design



16

Künstlerfest der Bühnen- und Plakatkünstler

A large, stylized black and white illustration by Richard Lindner. It features a woman in a black dress and a large hat, holding a cane. She is standing on a tall, black, stylized pedestal. The background is a light gray with some faint, abstract shapes. The overall style is graphic and minimalist.

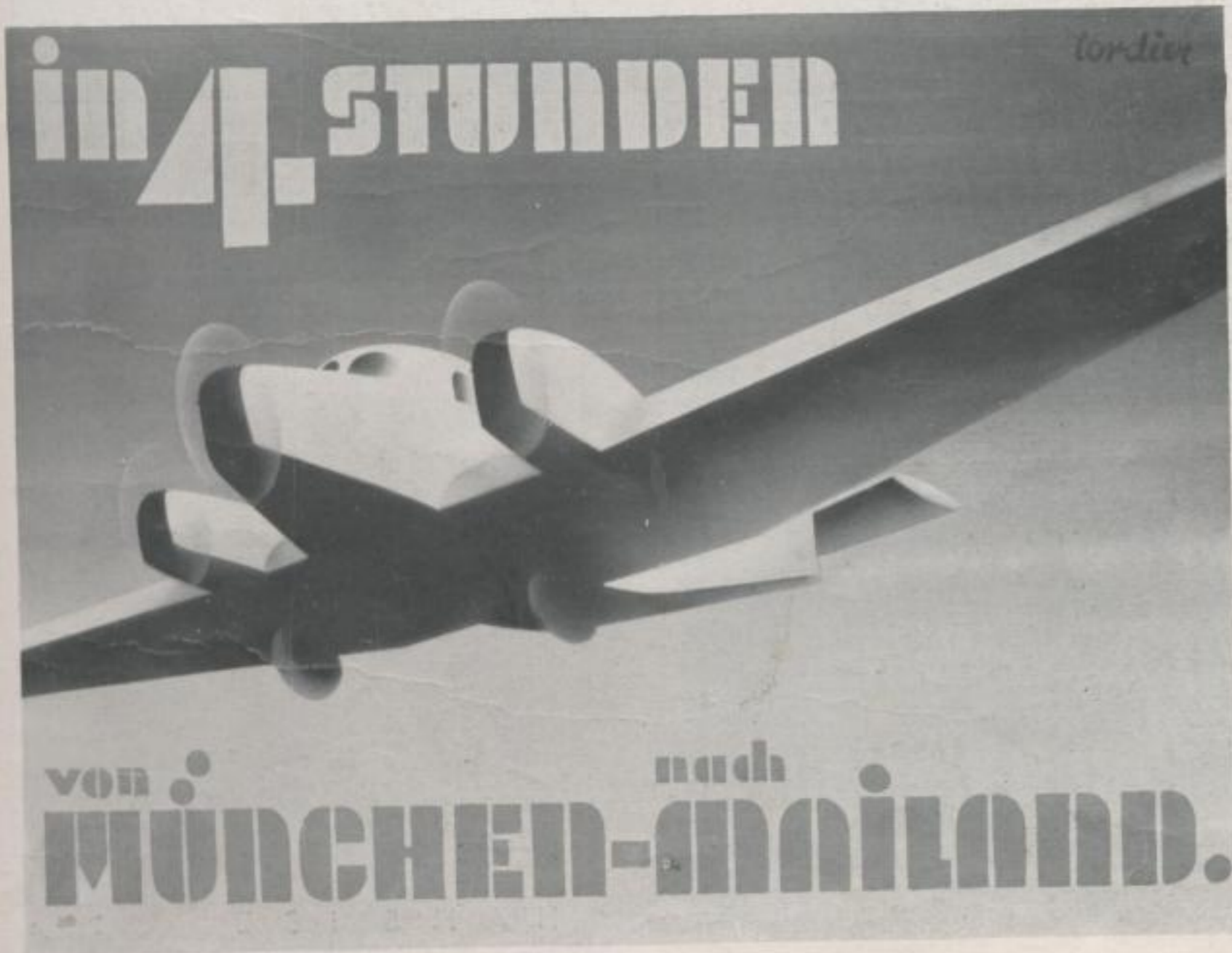
FEBRUAR
DONNERSTAG
DEUTSCHES
THEATER

Richard Lindner 30

Ritsch

Kartenvorverkauf: Ballbüro Deutsches Theater • Sieber, Marienplatz •
Genossenschaft deutscher Bühnenangehöriger, Leuchterbergpalais, Odeonsplatz 4
Eintrittspreise für Balkon RM. 5.-, für Logen von RM. 6.- bis RM. 12.-
Zuschauort: Deutsches Theater, Odeonsplatz 4, München

Entwurf
 RICHARD LINDNER
 Design



Entwurf
 EUGEN MAX CORDIER
 Design



Entwurf

H A N S I B E

Design

18



Deutschland



Das
bunte Land

Entwurf J. M. ENGELHARD Design



gibt erst
vollkommene Schönheit





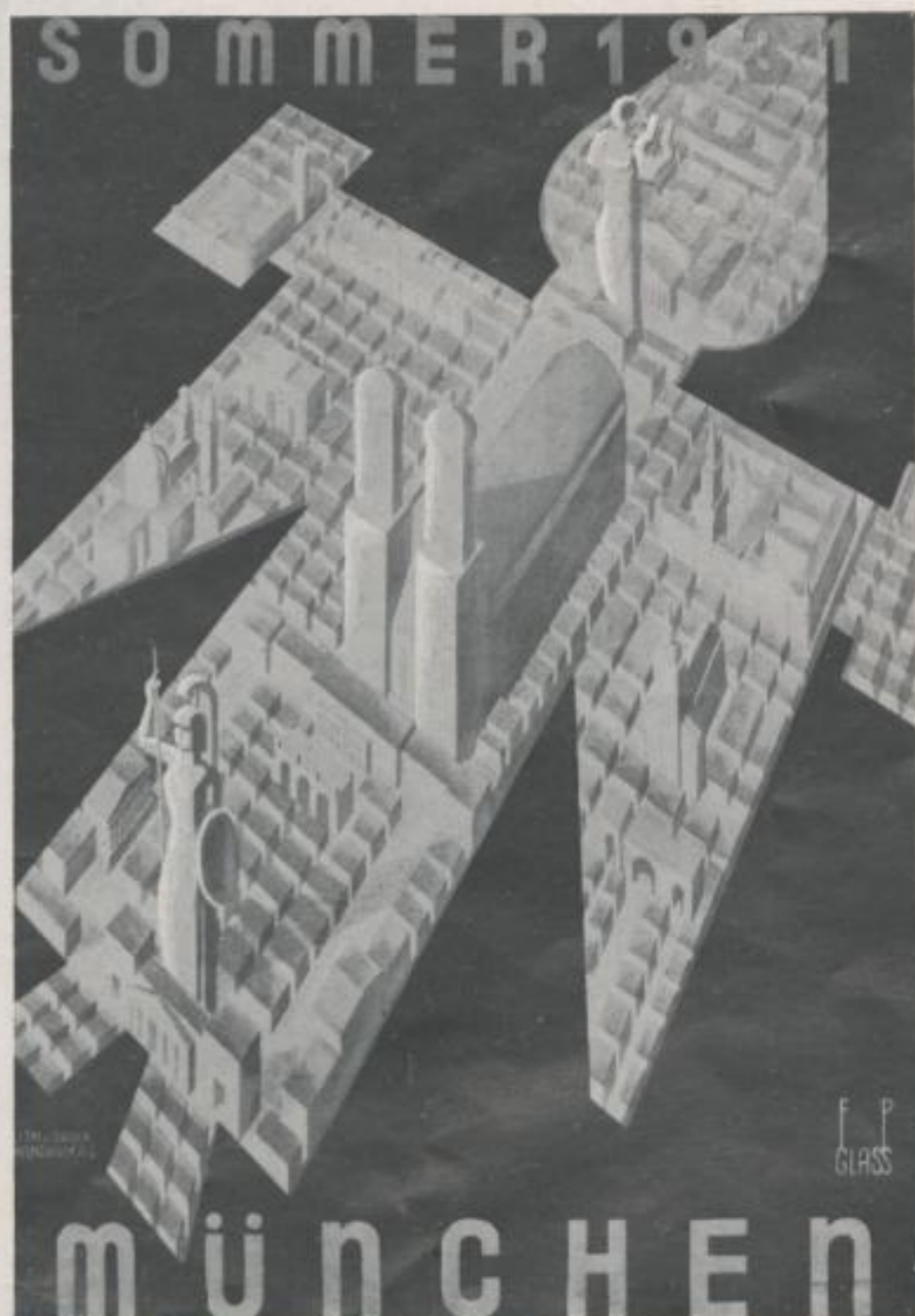
20



Entwurf

TOMMY PARZINGER

Design



Entwurf

PROF. F. P. GLASS

Design



Entwurf

VALENTI ZIETARA

Design



Entwurf

H A N S I B E

Design

**NACH GARMISCH - PARTENKIRCHEN
MIT DER REICHSBAHN**

**AUF DIE
BERGE**

**BERGBAHNEN
SONDERZUG**

Sonderzug München Hbf. - Garmisch-Partenkirchen, mit Fernpersonalleistung
auf der Reichsbahn und auf den Bergbahnen

<small>Abfahrtsbahn</small>	<small>Abfahrtsbahn</small>
<small>1. Klasse 1,20 Mark</small>	<small>1. Klasse 1,20 Mark</small>
<small>2. Klasse 0,80 Mark</small>	<small>2. Klasse 0,80 Mark</small>
<small>3. Klasse 0,50 Mark</small>	<small>3. Klasse 0,50 Mark</small>
<small>4. Klasse 0,30 Mark</small>	<small>4. Klasse 0,30 Mark</small>
<small>5. Klasse 0,20 Mark</small>	<small>5. Klasse 0,20 Mark</small>
<small>6. Klasse 0,15 Mark</small>	<small>6. Klasse 0,15 Mark</small>
<small>7. Klasse 0,10 Mark</small>	<small>7. Klasse 0,10 Mark</small>
<small>8. Klasse 0,05 Mark</small>	<small>8. Klasse 0,05 Mark</small>

Entwurf

H E N R Y E H L E R S

Design

BMW

**SCHNELLSTES MOTORRAD DER WELT 216,75
Km/STD**

P L A K A T



Entwurf
E. M. CORDIER
Design



P O S T E R

Entwurf

E. M. CORDIER

Design


25



Il y a du mystère dans mon logis, depuis quelques jours, beaux coups de mystère ma-licieux sur tous les visages : chacun pense et aussi au cadeau qu'il fera... Et je m'amuse fort, moi qui suis dans le secret. Je voyais bien, depuis quelques jours, Monsieur plongé dans de sourcilieuses méditations. Et je n'osais l'interroger... les convenances, n'est-ce pas!... Enfin hier, il se leva d'un coup comme j'entrerais dans son bureau, et gaiement "Révélation, me jeta-t-il, ça y est, Vivette, j'ai trouvé! J'ai trouvé pour Madame, le fin cadeau qui, entre parenthèses vous plaira, à vous aussi. Regardez ce coffret : il contient un appareil de peigne et de fracos votre vieil aspirateur. Docteur, puissant, nerveux et discret, il s'appelle Lux-Révélation. Bien nommé, curieuse, ne trouvez-vous pas?" Alors moi, j'ai repéré le coffret. J'ai essayé le nouvel aspirateur. J'ai double embouchure qui permet de concentrer l'aspiration sur une buse soie, de passer sous les meubles sans qu'il faille se baisser. J'ai vu aussi qu'on pouvait branther sur le Lux-Révélation un sèche-cheveux, un vibro-masseur, que sais-je...? ... En tous cas je sais bien que Madame va être contente... Vite, retermons le coffret... reprenons notre air mystérieux et attendons le grand jour. *Dupuy*

VOYAGES AUTOUR DE MON LOGIS...

ELECTRO-LUX



Pub. R. L. Dupuy

Sans attendre notre prochain entretien, demandez à Electro-Lux, 26, Boulevard Malesherbes, Paris (8^e) "L'Hygiène au Foyer" — recueil familial destiné aux maîtresses de maisons et aux mamans à vous puiser dans ses 60 pages, mille précieux conseils.

H. K. FRENZEL

ROGER-LOUIS

Inserat

Advertisement

Seit vielen Jahren kennen die Leser der „Gebrauchsgraphik“ Roger-Louis Dupuy als den ausgezeichneten Schilderer der französischen Reklamekunst und Modeillustration. Er hat uns mit Cassandre, Loupot, Colin, Carlu usw. bekannt gemacht, aber er ist mit seiner eigenen Arbeit bisher noch nicht in unserer Zeitschrift hervorgetreten. Diese Tatsache ist sehr charakteristisch für die Persönlichkeit Dupuys. Der große Respekt, den er den Leistungen seiner Kollegen gegenüber empfindet, und seine Bescheidenheit und Selbstkritik hielten das eigene Werk immer im Hintergrunde. Diese Publikation erfolgt beinahe gegen seinen Willen. Tatsächlich steht Dupuy ja auf einer ganz anderen Linie als die meisten der französischen Künstler. Was uns an Cassandre und den übrigen Franzosen immer wieder verblüfft, ist die große künstlerische Linie, die fast immer in direktem Zusammenhange mit der zeitgenössischen französischen freien Kunst steht. Dupuy aber ist ein aus-



DUPUY

For many years Roger-Louis Dupuy has been familiar to the readers of "International Advertising Art" as an excellent exponent of French advertising art and fashion illustrating. He has made us acquainted with Cassandre, Loupot, Colin, Carlu and others, but his own work has not as yet appeared in these pages. This fact is very characteristic of Dupuy's personality. His great respect for the achievements of his colleagues and his modesty and critical attitude towards his own work have always kept him in the background. The present publication has come into being almost against his will. As a matter of fact, Dupuy's work is on quite a different plane from that of most French artists. With Cassandre and the other French artists we are continually astounded anew by the great artistic line of succession, almost always in direct connection with contemporary French fine art. Dupuy, however, is emphatically an advertising artist. All his work confirms to the laws of modern advertising

VOYAGES AUTOUR DE MON LOGIS...

Madame attend aujourd'hui des parents. Vraiment cela tombe bien!... Justement Bébé est resté alité hier avec une grosse fièvre, et sa maman est demeurée à son chevet tout le jour. D'où retard dans les travaux du logis. Entrons à pas légers dans la petite chambre. Bébé dort encore. Vais-je l'éveiller pour faire le ménage; vais-je me mettre en retard pour le laisser reposer? Et ce sera ensuite la précipitation, l'énervernement avant le déjeuner... Telles seraient mes préoccupations si Madame



ne possédait pas le dernier mot du progrès, le Lux-Révélation qui va me permettre, sans bruit, sans éveiller le tout-petit au sommeil léger, de lui faire une chambrette bien propre, bien saine. Lux-Révélation est en marche, sous la brosse ou le suceur, le vide se fait instantanément. — Tiens, Madame a cousu hier, le tapis est semé de petits fils. Ils vont disparaître bien vite: voyez, je soulève le tube rigide, la buse à rotule pivote et, au lieu de la large embouchure, c'est la petite qui passe sur le tapis et happé les fils, sans hésitation.

Sous ce meuble bas reste un peu de poussière: aucun accessoire à changer, la buse à rotule passe partout... et le tour est joué! Rien ne résiste à Lux-Révélation! Bébé ne s'est pas éveillé, sa chambre est faite; laissons-le reposer dans cette atmosphère purifiée et délicieusement parfumée par le tampon-filtre que j'avais installé dans l'aspirateur. Au bout de son fil, docilement, Lux-Révélation va maintenant nous suivre dans une autre pièce. *Yvette*

Demandez à
ELECTRO-LUX
de vous adresser sa
très intéressante brochure
à l'usage des
maman, "Hygiène
de l'air", par le
Doct. P. Lissabaine.

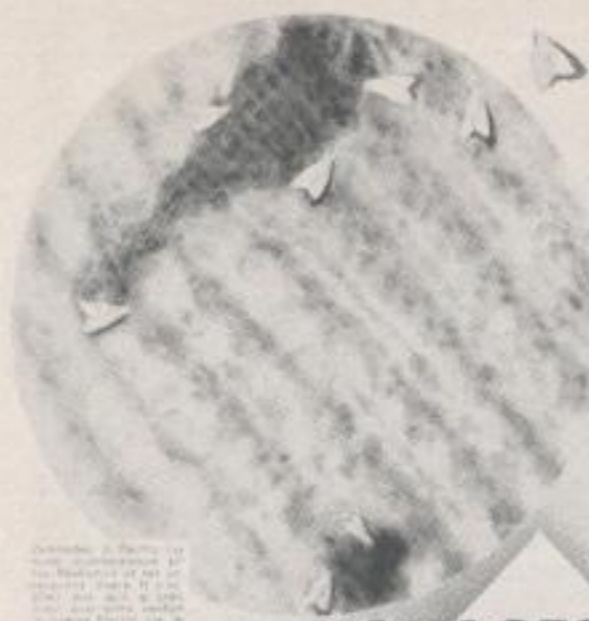


ELECTRO-LUX
26, Boulevard Maiesherbes - PARIS

Pub. R. L. Dupuy

Inserat

Advertisement



Madame m'a appris déjà bien des choses... Par exemple ceci : ce n'est pas lorsqu'on voit voler les mites qu'elles sont dangereuses, ce sont leurs larves fraîchement écloses qui causent tous les ravages.

Aussi, en maîtresse de maison avisée, Madame prévient-elle l'écllosion des mites. Depuis plusieurs semaines, après avoir passé l'aspirateur, nous vaporisons du Global sur les rideaux, dans les penderies, les placards, partout où les mites peuvent être à craindre. Rien de plus simple, rien de plus vite fait : un petit appareil spécial, le Volatilux, se visse du côté souffleur du Lux ; il renferme des cristaux de Global Electro-Lux que le courant d'air tiède volatilise. Le parfum est agréable, le produit ne tache pas, et il orne les murs et les larves. Une mite vient-elle d'éclore, elle meurt intoxiquée, avant d'avoir pu déposer ses œufs mal-faisants.

Quand je songe aux produits de toutes sortes qu'employait ma mère, et qui gardaient les mites en telle prospérité !...

Ai-je pas raison lorsque je vous dis : Electro-Lux est notre parfait serviteur, et nous protège de bien des maux.

**VOYAGES
AUTOUR
DE
MON
LOGIS**



ELECTRO-LUX

26, Bd Malesherbes, Paris-8
30, Soudan - France, Algérie, Tunisie

Inserat

ROGER-LOUIS

gespröcherer Reklamekünstler. Alle seine Arbeiten entsprechen den Gesetzen der modernen Werbung, sie sind geschickte Angebotsträger und immer originell und witzig. Das reklame-technisch-psychologische, das richtige Werbemoment macht seine Arbeiten genau so wertvoll wie die künstlerischen Einfälle seiner großen Kollegen.

Diese Tatsache findet ihre Erklärung im Werdegang Dupuys. Von Haus aus ist er Ingenieur, aber er betreibt dieses Studium schon mit der Absicht, nicht in die Industrie zu gehen. Im Jahre 1921, 22 Jahre alt, tritt er in die Agentur Damour ein und wird dort in kurzer Zeit Direktor der technischen Abteilung. Im Jahre 1927 verläßt er diesen Posten und gründet eine eigene Agentur. Seine lebhafteste Phantasie, sein sicheres Gefühl für Graphik, Sprach- und Stilgefühl, verbunden mit einem sicheren Geschmack sind die besten Voraussetzungen für sein erfolgreiches Arbeiten auf dem Gebiete der Reklame. Neben seiner praktischen Tätigkeit ist er immer stark als Publizist hervorgetreten. In der Zeitschrift „Vendre“ ist er Mitarbeiter seit deren Gründung, seit 1927 regelmäßiger Mitarbeiter der „Gebrauchsgraphik“ und anderer Zeitschriften wie z. B. der „Progresser“ und „The Poster“. Als Professor unterrichtet er an den Schulen Ecole de Haut-

VOYAGES AUTOUR DE MON LOGIS ...

Voilà, c'est tout, la cuisine de mon logis est toute simple, mais excellente. Elle est faite avec les produits de la région de Madame et par conséquent elle est si saine et si savoureuse.

Pas bien grande, ma cuisine. Mais la plus saine et la plus économique. Et ça coûte moins cher qu'un frigo.

Grâce à lui, les aliments se conservent à merveille sans s'altérer d'aucune façon, sans rien perdre de leur valeur. Le chauffage sans bruit, et j'ai économisé à l'usage qu'il me faut.

Et puis, avec le frigo de mon logis, j'ai pu économiser sur le chauffage de ma maison. Et ça coûte moins cher qu'un frigo.

Le frigo de mon logis, c'est un frigo qui fonctionne sans bruit, sans secousse, sans vibration, sans secousse, sans vibration, sans secousse.

Et puis, avec le frigo de mon logis, j'ai pu économiser sur le chauffage de ma maison. Et ça coûte moins cher qu'un frigo.

Le temps passe vite, bientôt les jours chauds seront là. C'est alors que l'économie va devenir plus appréciable encore. A votre place, je me renseignerais bien vite sur le FRIGÉ-LUX.

Wolta

Demandez à ELECTRO-LUX - 26, Bd Maiesherbes, Paris, toute documentation sur le FRIGÉ-LUX. Et n'oubliez pas ces autres produits remarquables : l'aspirateur LUX REVELATION et le chauffe-eau ELECTRO-LUX.

ELECTRO-LUX
26, Boulevard Maiesherbes - PARIS

DUPUY

art, his drawings cleverly carry out the advertiser's appeal to the public and they are always strikingly original and witty. The technical-advertising-psychological factor, the seizure of the logical moment of appeal gives his work a value equal to that possessed by the artistic inspirations of his great colleagues.

This fact is explained when we consider Dupuy's career. He began as an engineer, but he entered upon his studies with a fixed purpose not to apply them practically. In the year 1921, then 22 years of age, he began work for the Damour Agency and soon became director of the technical department. In 1927 he resigned his post and founded an agency of his own. His lively fantasy, his sure instinct for design, text and style, combined with an unerring good taste are the best preliminaries for his successful work in the sphere of advertising.

In addition to his practical work he has always distinguished himself as publicist. He has contributed to the magazine "Vendre" ever since its foundation. Since 1927 he has been a regular contributor to "International Advertising Art" and other magazines, as for example, the "Progressor" and "The Poster". As professor he teaches at the schools Ecole de Haut-Enseignement



ROUZAUD
ET FILS - PARIS
ENTREPRISE
GÉNÉRALE
5, RUE DE L'ÉCHELLE
Téléphone : Gutenberg 61-07 et 08

Pub. R. L. Dupuy



ROUZAUD
ET FILS - PARIS
ENTREPRISE
GÉNÉRALE
5, RUE DE L'ÉCHELLE
Téléphone : Gutenberg 61-07 et 08

Pub. R. L. Dupuy

Enseignement Commercial
(Hochschule für kaufmännischen Unterricht), Ecole Technique de Vente (Schule für die Technik des Verkaufs).

Dupuy ist einer der vielseitigsten und beweglichsten französischen Reklamekünstler.



béton,
maçonnerie,
bois, briques,
charpente
métallique,
quel que soit
le matériau,
toutes nos
constructions
sont faites
exactement
selon vos
instructions
dans le délai
strictement
prévu,
et au
prix dit.
Demandez
nos
références.

ROUZAUD ET FILS

PARIS
ENTREPRISE
GÉNÉRALE

5, Rue de l'échelle
Téléphone : Gutenberg 61-07 et 08

Pub.
R. L. Dupuy

ROGER-LOUIS DUPUY

ROUZAUD

ET FILS. PARIS
ENTREPRISE GÉNÉRALE
5, Rue de l'Échelle, 5
Téléphone : Gutenberg 61-07 et 08



BATIR AVEC LE MAXIMUM DE GARANTIES.....

■ 1° BASES PRÉCISES
plans, devis, matériaux, délais,
pénalités de retard

■ 2° EXÉCUTION IMPECCABLE
personnel spécialisé, matériaux de
choix, longue expérience de la
construction industrielle

■ 3° RÈGLEMENT SANS
SURPRISES
pas de mémoires supplé-
mentaires.

■ 4° ET DES RÉFÉRENCES
en tous matériaux, en
toutes régions.

CONSULTEZ - NOUS

Pub. R. L. Dupuy

Commercial (Com-
mercial College) and
the Ecole Technique
de Vente (School of
Salesmanship).

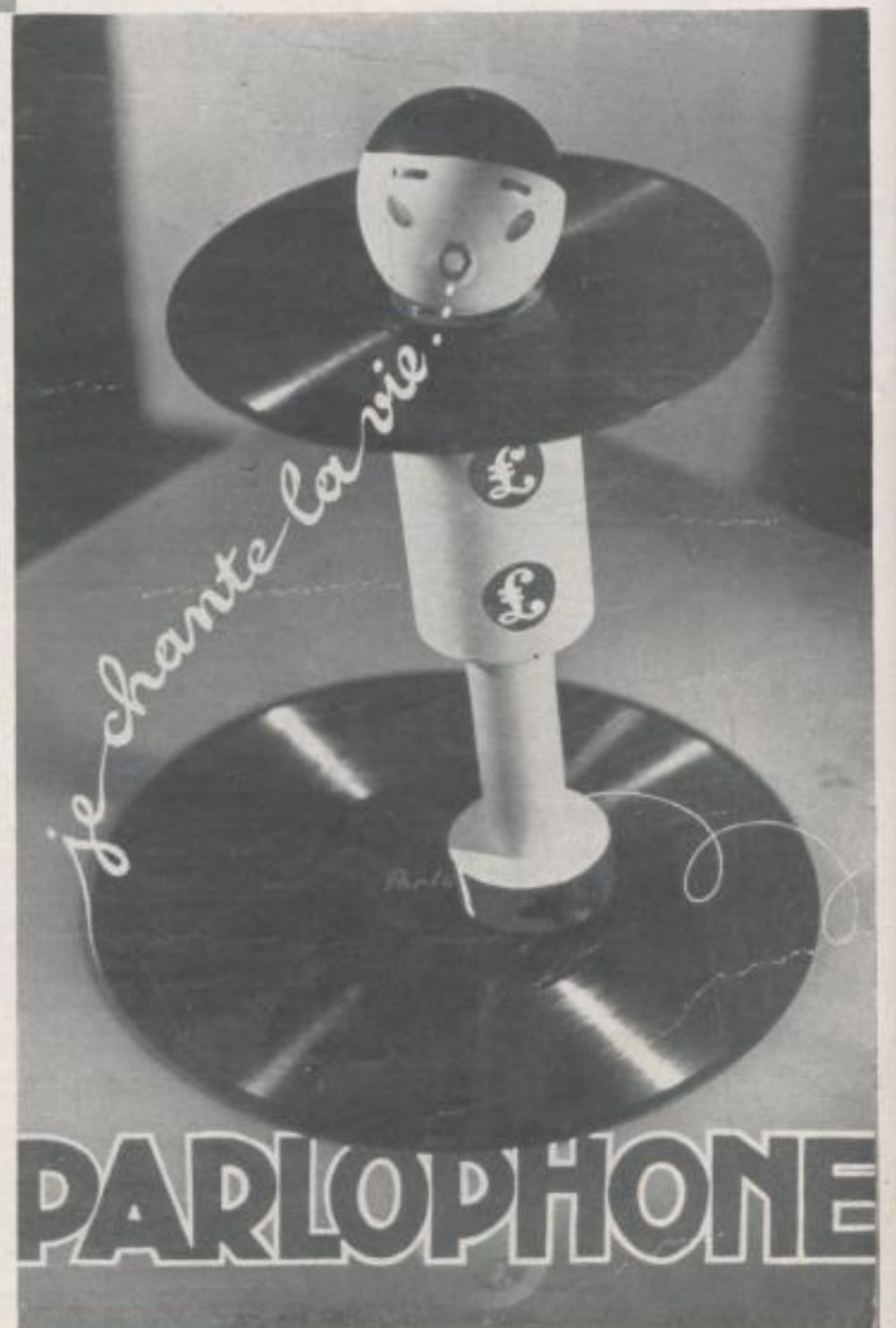
There can be no doubt
that Dupuy is one of
the most flexible and
versatile of French
advertising artists.

Translated by E. T. Scheffauer



Photo

ROGER-LOUIS



Inserate

DUPUY

ROSEMAIL
DES LABORATOIRES LUTSIA
PARIS

STUDIO CORBELL

Pub. W.C. Borden

entre elle et lui !...

FLY-TOX

Advertisements

33





Inserate

toute la
fleur
de la
farine de banane

ROGER-LOUIS

"y a bon..."

... dit bonhomme Bana, en agitant bras et jambes, "y a bon Banania". Savourez donc chaque matin une tasse de cette délicieuse chose qui renferme toutes les vitamines et tous les principes nutritifs et reconstituants de la banane fraîche.

Envoi d'une petite boîte échantillon gratuite sur demande.
BANANIA - Service D-COURBEVOIE (Seine)

BANANIA
le déjeuner à la farine de banane

Pub. R. L. Dupuy



DUPUY





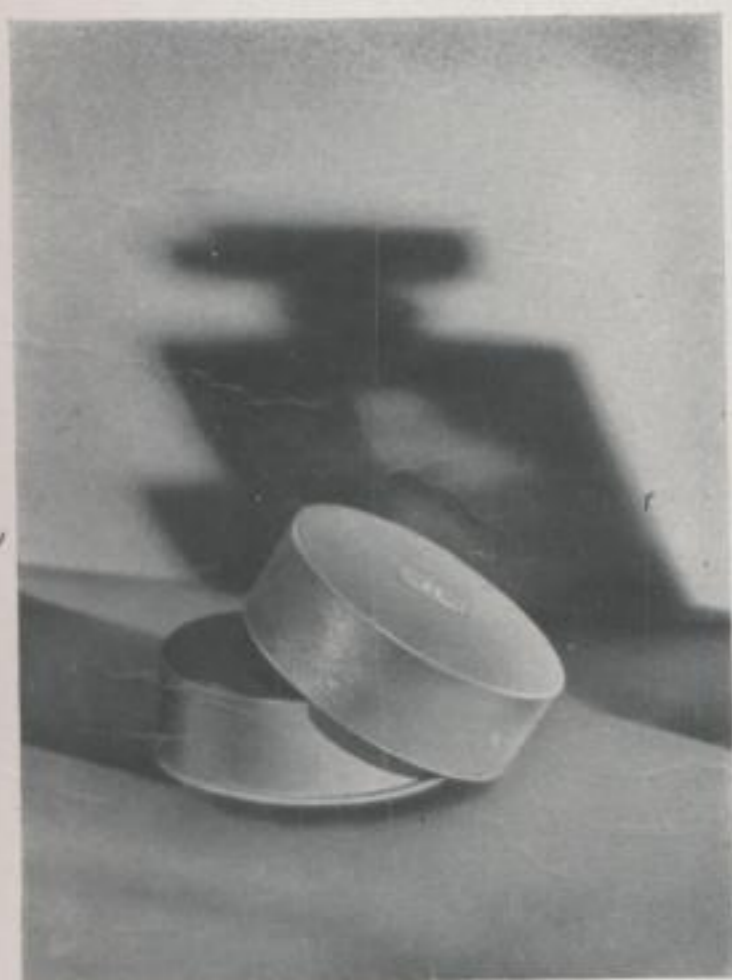
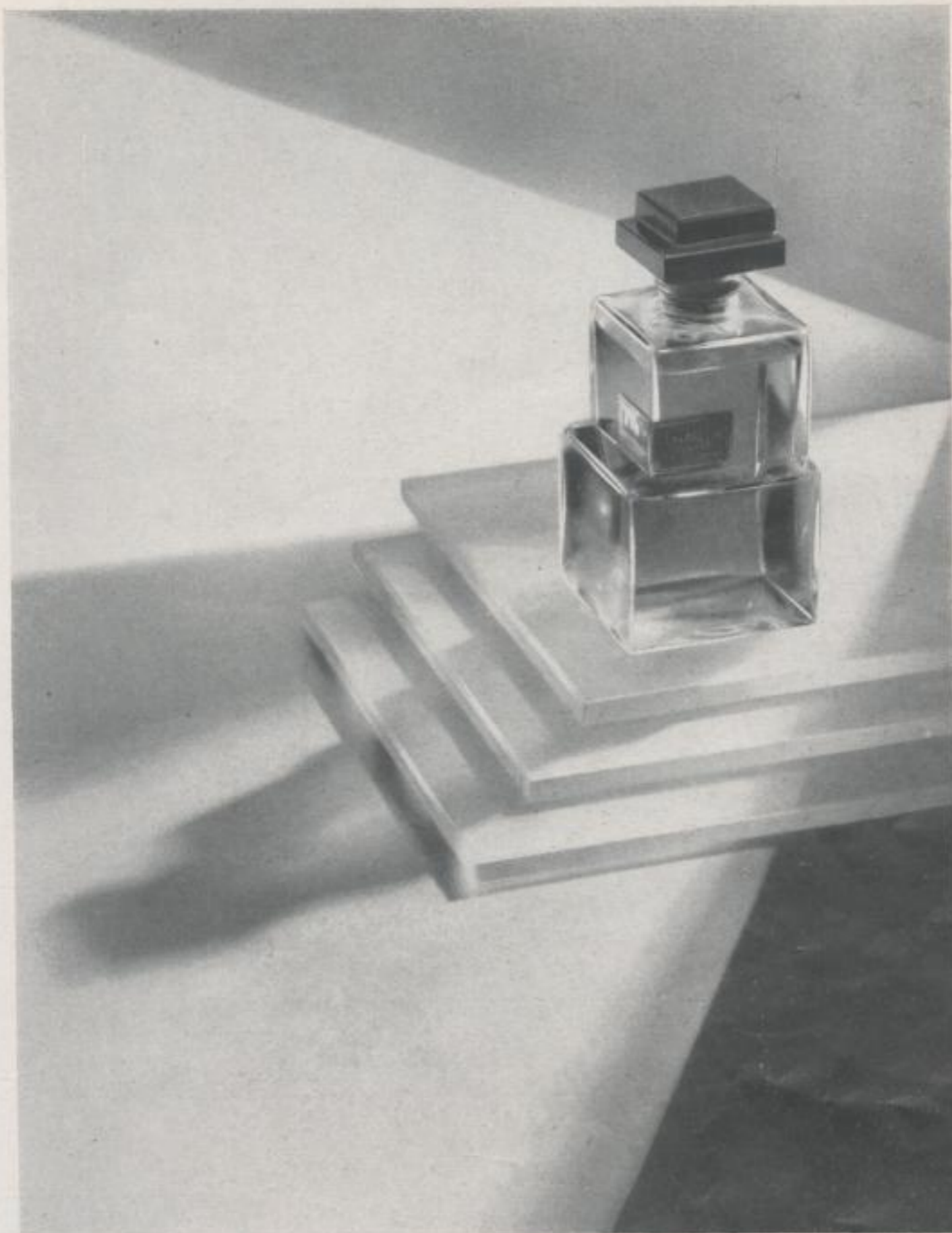
KARL SCHENKER

Karl Schenker ist ein Propagandist und Schilderer der angenehmen Dinge des Lebens. Seine universelle Begabung gestattet ihm ein Spiel mit den verschiedensten Techniken, wie man es nur selten antrifft. Er ist Maler und Zeichner, Bildhauer und Photograph und in jeder dieser Kunstdisziplinen ein Meister. Seine Arbeiten sind von hohem ästhetischem Reiz und absoluter internationaler Gültigkeit. Dies ist eigentlich eine Selbstverständlichkeit bei einem Künstler, der sein Arbeitsfeld in fast allen großen Kulturzentren gefunden hat. Eben ist Karl Schenker von einer langjährigen Tätigkeit in New York wieder nach Berlin zurückgekehrt, der Stadt, in der er seinen Ruf begründete, und es will mir scheinen, als ob dieser hervorragende Schilderer des gepflegten Lebens hier einen guten Platz finden sollte.

H. K. Frenzel



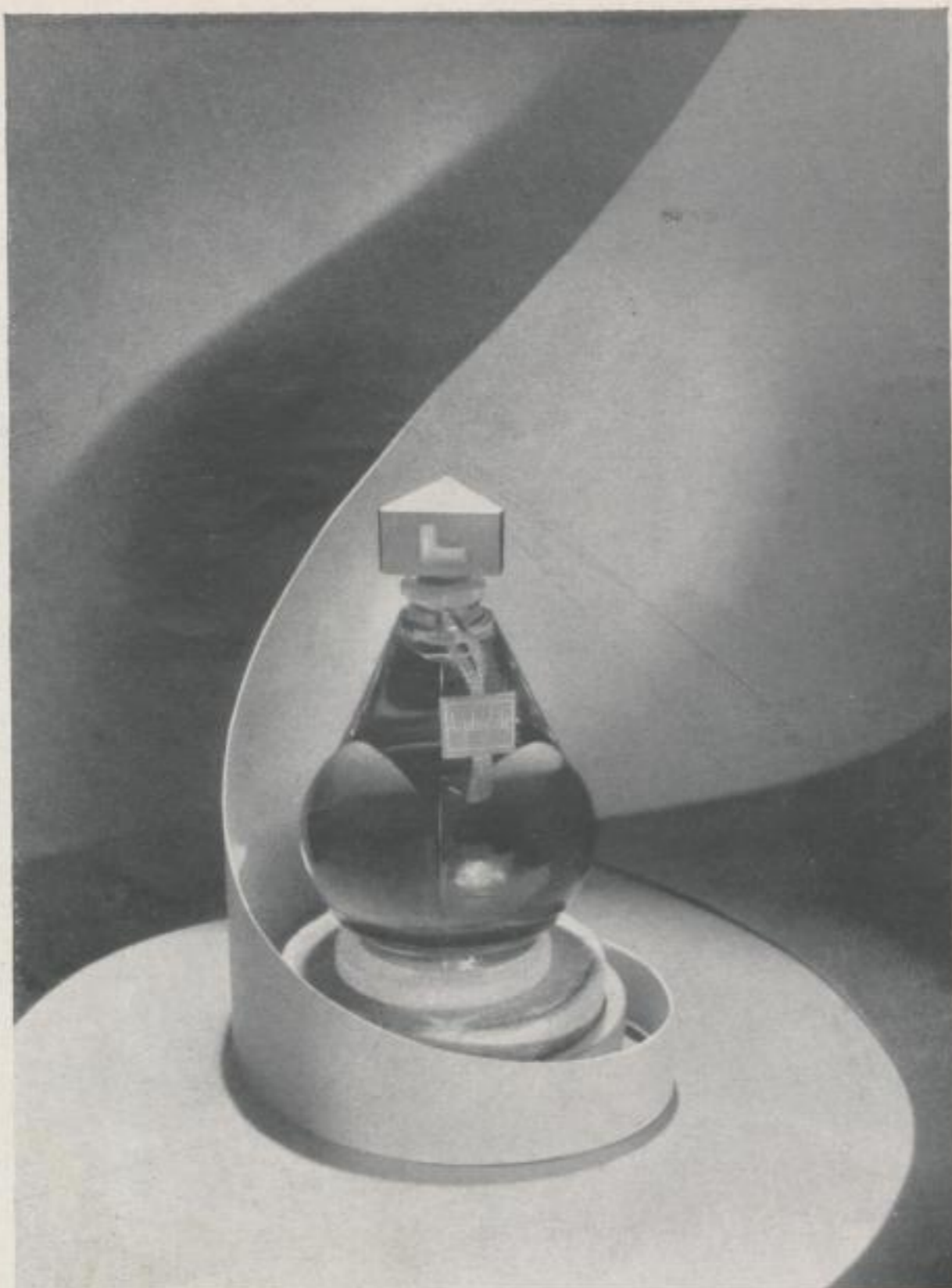
KARL SCHENKER



Karl Schenker is a man who describes and makes propaganda for the pleasant things of life. His universal talent allows him to play with the most various phases of technique, a most unusual gift. He is painter, black-and-white artist, sculptor and photographer and a master in each of these strictly disciplined arts. His work has much esthetic charm and absolutely international appeal. This is really not to be wondered at in the case of an artist who has found a field of work in almost all great centers of civilization. Karl Schenker has just returned from many year's stay in New York—returned to Berlin, the town in which he laid the foundation of his reputation, and it seems to me that there should be a place waiting for this distinguished portrayer of elegance and the cultured life.

Trans. by E. T. S.

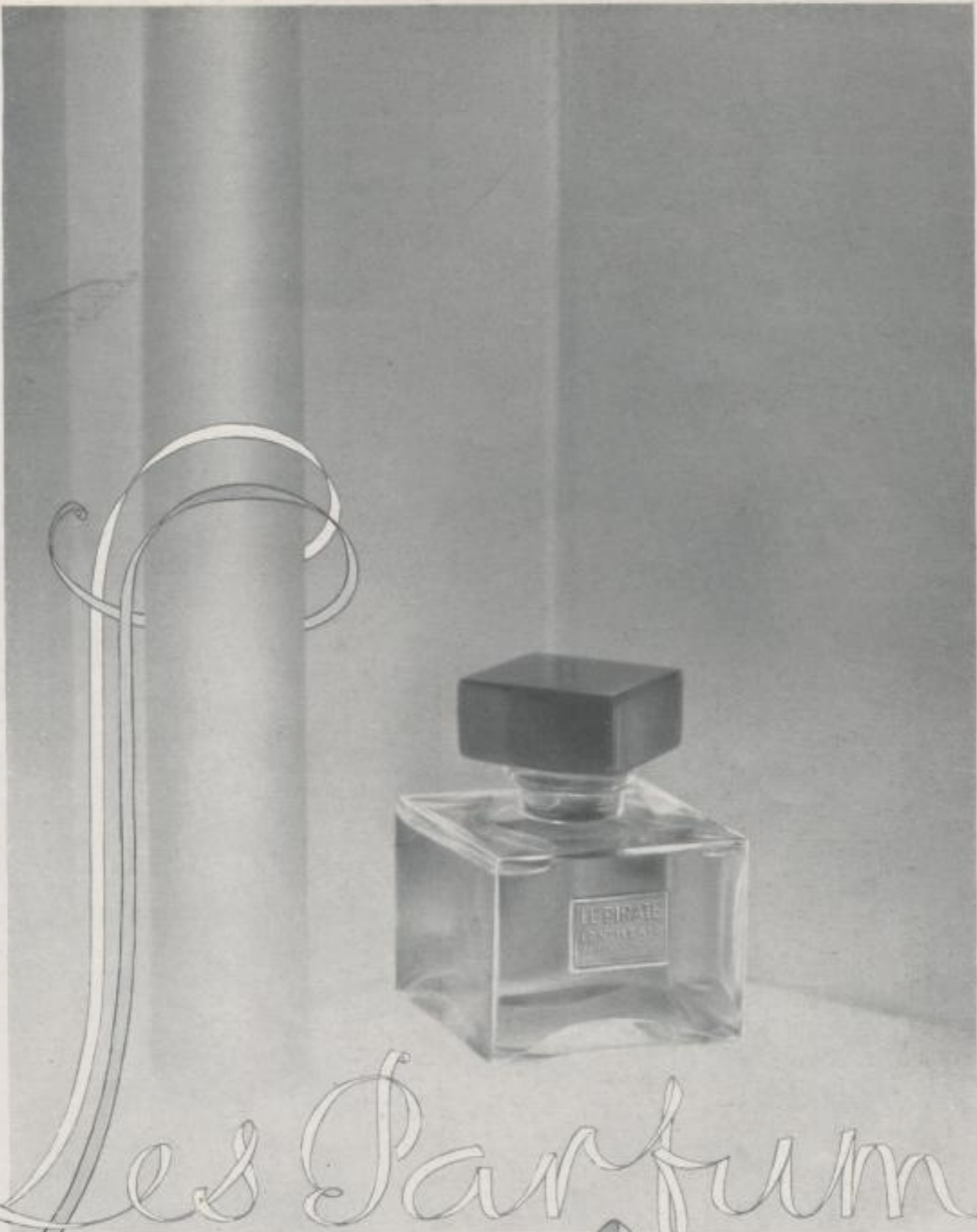




KARL SCHENKER



Inserate
Advertisements



Les Parfums
de
Lenthéric

Inserat

KARL SCHENKER

Advertisement

39



Portrait

K A R L



SCHENKER

Portrait





Schaufensterpuppe

K A R L



Portrait

SCHENKER



Window Mannequin



Portrait



Erster Preis

HERBERT BAYER,
BERLIN

44

DIE AUSSTELLUNG EUROPÄISCHER PHOTOGRAPHEN

IM ART CENTER OF NEW YORK VERANSTALTET VON DER AGENTUR LYDDON,
HANFORD & KIMBALL

In der Zeit vom 2. bis 14. März 1931 fand in New York die Ausstellung europäischer Photographen statt. Wie in den meisten amerikanischen Ausstellungen wurden auch diesmal von einer Jury die besten Arbeiten ausgewählt und durch Medaillen ausgezeichnet. Den ersten Preis erhielt Herbert Bayer, Berlin, den zweiten Preis Baron Hoyningen-Huene, Paris, und den dritten Preis Manray, Paris.

THE EXHIBITION OF FOREIGN ADVERTISING PHOTOGRAPHY

HELD AT THE ART CENTER OF NEW YORK COLLECTED BY THE ADVERTISING FIRM LYDDON, HANFORD & KIMBALL

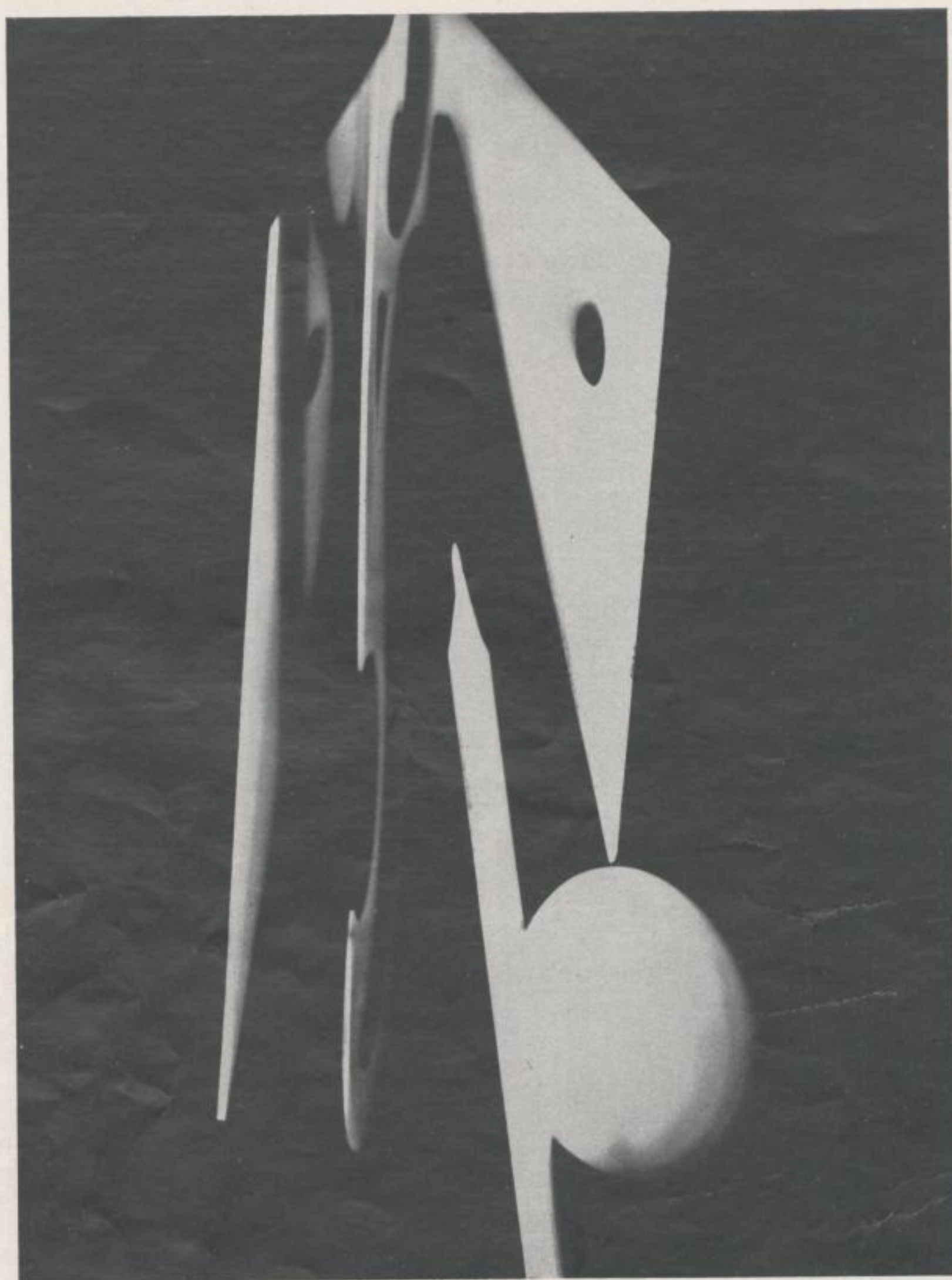
The Exhibition of Foreign Advertising Photography was held on the 2nd to 14th of March in New York. As in most of the American exhibitions the best works were this time selected by the jury and received medals. The first prize was won by Herbert Bayer, Berlin, the second by Baron Hoyningen-Huene, Paris, and the third by Manray, Paris.



Zweiter Preis

BARON HOYNINGEN-HUENE

Paris



Dritter Preis

MANRAY, PARIS



KARL MAHR

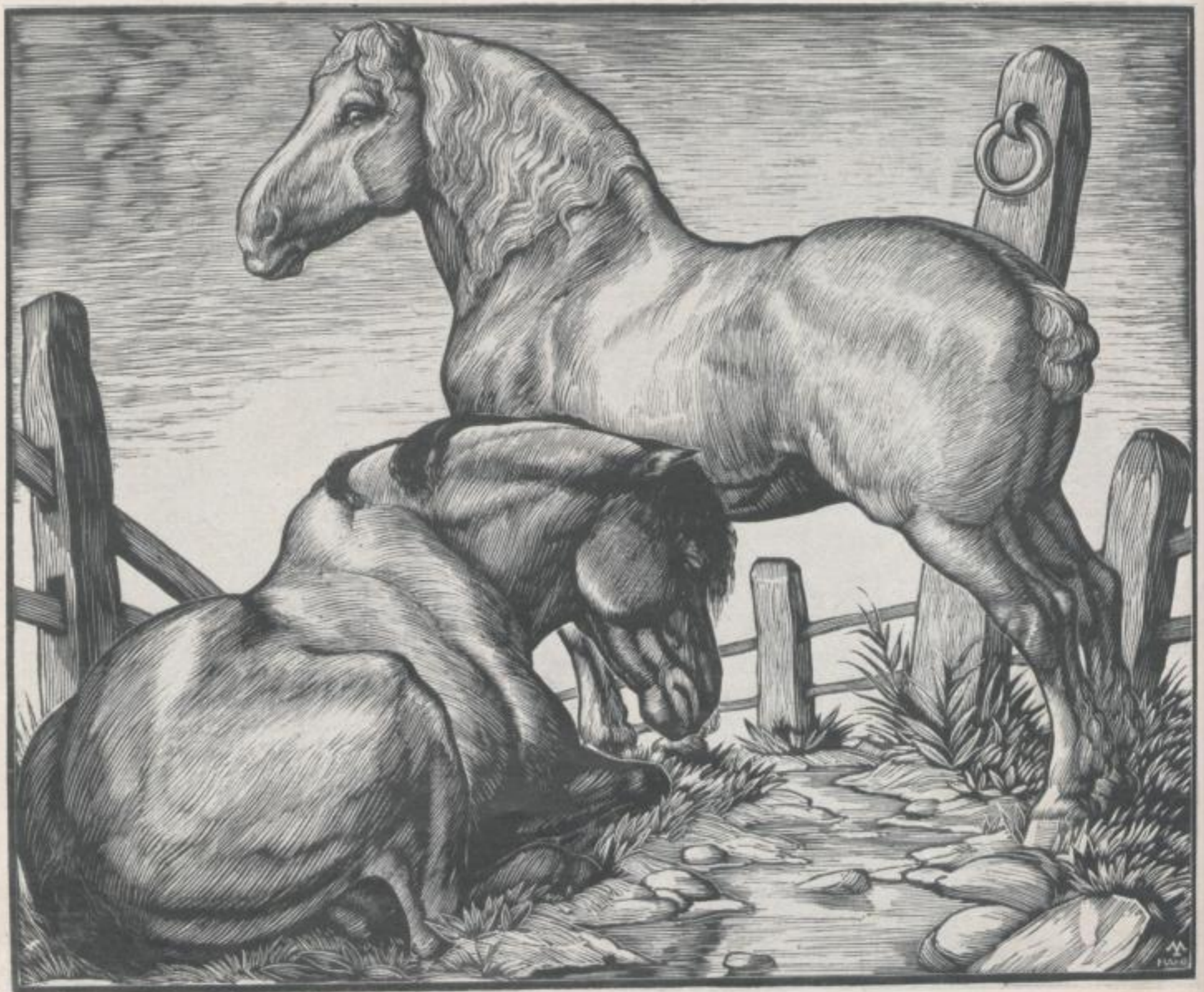
VON DR. GUIDO SCHOENBERGER

Wenn man das Werk von Karl Mahr überblickt, fleißige Arbeit von sechs, sieben Jahren, so zeigt sich deutlich, daß der Holzschnitt sein eigentliches und eigenstes künstlerisches Ausdrucksmittel geworden ist. Das beweisen ebenso die früheren Arbeiten, insbesondere die Illustrationen für den Erich Mathes-Verlag in Leipzig, die in der leider nicht zu Ende gekommenen großen Ausgabe von Gobineaus „Renaissance“ gipfeln, das zeigen deutlicher noch die Werke der jüngsten Zeit, von denen hier neben einigen älteren eine vielsagende Auswahl geboten wird.

Mahrs Technik ist, korrekt gesagt, nicht der Holzschnitt, sondern der Holzstich; jene Technik also, die erst das 19. Jahrhundert

When we take a survey of Karl Mahr's work, the fruits of six or seven industrious years, it becomes plain that the woodcut is his own proper field of artistic expression. Even his early work is a proof of this, especially the illustrations done for the publishing house of Erich Mathes of Leipzig, culminating in the large edition of Gobineau's "Renaissance" (unfortunately never completed). It becomes still more clear in the latest work, of which we reproduce a significant selection, as well as some of the older work.

Strictly speaking, Mahr's technique is not that of the woodcut, but of the wood-engraving. It is this a technique which was only developed in the 19th century, in an age which set



K A R L M A H R

Holzschritt: Belgische Hengste

Wood-Cut: Belgian Stallions

ausgebildet hatte, als man in einer Zeit, die stark auf malerische Werte eingestellt war, dem Holzschritt tonigere Wirkungen abgewinnen wollte. Aber keineswegs im Sinne jener reinen Tonschnitte verwendet Mahr dieses Kunstmittel. Zwar nutzt er weitgehend und wirkungssicher die Möglichkeit der Umkehr zu Weiß auf Schwarz statt Schwarz auf Weiß aus, arbeitet wechselnd so, wie es ihm erforderlich scheint, vom Hellen ins Dunkle, dann wieder aus dem Dunkeln zum Hellen. Aber die Verwendung des Stichelns statt des Messers ist ihm nicht Anlaß, die Linie zum bloßen technischen Hilfsmittel eines in verschiedenen Stufen wirksamen Tonliniensystems zu entwerten, sondern die Linie behält immer Ausdrucksqualität, wenn er sich auch die größere Beweglichkeit und die größere Modulationsfähigkeit der Stärke dienstbar macht, die das

great value upon color effects and when, therefore, attempts were made to achieve a greater variety of tones in the sphere of the wood-cut. But Mahr by no means uses this form of art in the sense of a pure toned engraving. To be sure he makes a wide and effective use of the possibilities of white on black instead of black on white and works variously, according to the needs of the moment, from light to dark and again from dark to light. But the use of the engraver's needle instead of the knife does not cause him to degrade his line to a mere technical auxiliary of a system of tones on various planes; on the contrary, his line always retains an expressive quality, although he makes use of the greater mobility and the greater possibilities of modulation which this much more versatile instrument is capable of upon the cross-grained

Bild war schon am 12.9.60 nicht da





19 28



Gießener Anzeiger

Brühl'sche Universitäts-Buch- und Steindruckerei · K. Lange

Jul	August	September	Oktober	November	Dezember
1 4. n. Tr.	1 M. Petri & P.	1 4. Augustus	1 M. Simeonis	1 D. Mir. Tell.	1 4. Decemb.
2 M. Petri & P.	2 D. Gervasii	2 3. 13. n. Tr.	2 D. Valtrud.	2 5. Mir. Tell.	2 4. 1. Decemb.
3 D. Gervasii	3 8. Augustus	3 M. Marci	3 M. Anthonii	3 8. Gonsalvi	3 M. Augustini
4 M. Petri & P.	4 4. Dominici	4 D. Marci	4 D. Petri	4 4. 22. n. Tr.	4 D. Hieronymi
5 D. Gervasii	5 8. 1. n. Tr.	5 M. Hieronymi	5 M. Hieronymi	5 M. Hieronymi	5 M. Hieronymi
6 8. Augustus	6 M. Petri & P.	6 D. Augustus	6 4. Simeonis	6 D. Leonhardi	6 D. Hieronymi
7 3. Wälbeld	7 D. Augustus	7 8. Augustus	7 4. 13. n. Tr.	7 M. Engelberti	7 8. Augustus
8 4. 5. n. Tr.	8 M. Hieronymi	8 4. Mar. Oct.	8 4. 14. n. Tr.	8 D. Gonsalvi	8 4. M. Augustini
9 M. Hieronymi	9 D. Hieronymi	9 4. 14. n. Tr.	9 D. Hieronymi	9 8. Theobald.	9 4. 2. Decemb.
10 D. Hieronymi	10 8. Augustus	10 M. Hieronymi	10 M. Hieronymi	10 8. M. Augustini	10 M. Augustini
11 M. Hieronymi	11 4. Hieronymi	11 D. Hieronymi	11 D. Hieronymi	11 4. 23. n. Tr.	11 D. Hieronymi
12 D. Hieronymi	12 4. 10. n. Tr.	12 M. Hieronymi	12 8. Hieronymi	12 M. Hieronymi	12 M. Hieronymi
13 M. Hieronymi	13 M. Hieronymi	13 D. Hieronymi	13 4. Hieronymi	13 D. Hieronymi	13 D. Hieronymi
14 4. Hieronymi	14 D. Hieronymi	14 8. Hieronymi	14 4. 10. n. Tr.	14 M. Hieronymi	14 8. Hieronymi
15 4. 6. n. Tr.	15 M. Hieronymi	15 8. Hieronymi	15 M. Hieronymi	14 M. Hieronymi	15 4. Hieronymi
16 M. Hieronymi	16 D. Hieronymi	16 4. Hieronymi	16 D. Hieronymi	15 D. Hieronymi	16 4. 3. Decemb.
17 D. Hieronymi	17 8. Hieronymi	17 M. Hieronymi	17 M. Hieronymi	17 4. Hieronymi	17 M. Hieronymi
18 M. Hieronymi	18 4. Hieronymi	18 D. Hieronymi	18 D. Hieronymi	18 4. 24. n. Tr.	18 D. Hieronymi
19 D. Hieronymi	19 4. 11. n. Tr.	19 M. Hieronymi	19 8. Hieronymi	19 M. Hieronymi	19 M. Hieronymi
20 8. Hieronymi	20 M. Hieronymi	20 D. Hieronymi	20 4. Hieronymi	20 D. Hieronymi	20 D. Hieronymi
21 4. Hieronymi	21 D. Hieronymi	21 8. Hieronymi	21 4. 20. n. Tr.	21 M. Hieronymi	21 8. Hieronymi
22 4. 7. n. Tr.	22 M. Hieronymi	22 4. Hieronymi	22 M. Hieronymi	22 D. Hieronymi	22 4. Hieronymi
23 M. Hieronymi	23 D. Hieronymi	23 4. Hieronymi	23 D. Hieronymi	23 D. Hieronymi	23 4. Hieronymi
24 D. Hieronymi	24 8. Hieronymi	24 4. Hieronymi	24 M. Hieronymi	24 4. Hieronymi	24 M. Hieronymi
25 M. Hieronymi	25 4. Hieronymi	24 M. Hieronymi	25 D. Hieronymi	25 4. 23. n. Tr.	25 D. Hieronymi
26 D. Hieronymi	26 4. 12. n. Tr.	25 D. Hieronymi	26 8. Hieronymi	26 M. Hieronymi	26 M. Hieronymi
27 8. Hieronymi	27 M. Hieronymi	26 M. Hieronymi	27 4. Hieronymi	26 D. Hieronymi	27 D. Hieronymi
28 4. Hieronymi	28 D. Hieronymi	27 D. Hieronymi	28 4. 21. n. Tr.	27 D. Hieronymi	28 8. Hieronymi
29 4. 8. n. Tr.	29 M. Hieronymi	28 8. Hieronymi	29 M. Hieronymi	28 M. Hieronymi	29 4. Hieronymi
30 M. Hieronymi	30 D. Hieronymi	29 4. Hieronymi	30 D. Hieronymi	29 D. Hieronymi	30 4. 11. n. Tr.
31 D. Hieronymi	31 8. Hieronymi	30 4. 17. n. Tr.	31 M. Hieronymi	30 8. Hieronymi	31 M. Hieronymi

Mieth in Gießen - Viehmärkte: 10. u. 24. Juli, 7. u. 21. August, 4. u. 18. Sept., 9. u. 23. Okt., 6. u. 20. Nov., 4. u. 18. Dez. - Schweine- und Ochsenmärkte: 11. u. 25. Juli, 8. u. 22. August, 5. u. 19. Sept., 10. u. 24. Oktober, 7. u. 21. Nov., 5. u. 19. Dez. - Weizenmarkt: 10. September
 Strohmarkt: 19. Sept., 21. Nov. u. 19. Dez. - Herbstmarkt (Messe): 30. Sept. bis 7. Okt.

K A R L M A H R

Holzschnitt: Kalender
 Wood-Cut: Almanac



K A R L M A H R

Holzschnitt: Ev. Landesverband für Sachsen, Dresden
Wood-Cut

vielseitigere Instrument auf der Hirnholzplatte erlaubt. So behalten seine Blätter immer das im ursprünglichen Sinne Holzschnittmäßige; es sind Gebilde, deren Formkraft vom klaren Rhythmus der Linie wesentlich erzeugt wird. Hier gibt es bei Mahr keinen Kompromiß, keine mit Zeichnung wetteifernde Skizzenhaftigkeit, sondern von zuchtvoller Arbeit wird alles bis ins kleinste beherrscht.

wood. Thus his plates always retain something of the quality of the wood-cut. The powerfulness of form is due mainly to the clear rhythm of line. Here Mahr knows no compromise, no sketchiness competing with a drawing; on the contrary every smallest detail speaks of disciplined labor.

He is master of a large range. We find independent plates such as the effective portrait



K A R L M A H R

Holzschnitt: Ev. Landesverband für Sachsen, Dresden
Wood-Cut

Ein weiter Bereich ist seiner Arbeitskraft zugänglich. Selbständige Einblattdrucke wie die wirkungsvollen Portraitköpfe, Buchillustrationen und als besondere Spezialität: erfindungsreiche kleine Illustrationsfolgen, Kalenderbilder, nachdenklich-witzig illustrierte Menus, daneben im eigentlichen Sinne Gebrauchsgraphik, Ausstattung künstlerischer Reklame. Immer herrscht starke Einfühlungsfähigkeit in Stoff und Auf-

studies, book illustrations, and a particular speciality; series illustrations betraying a happy inventiveness as well as pictures for almanacs, thoughtfully witty illustrated menus, among these real commercial art, artistic advertising. We always find him displaying a great capability for comprehension of his material and the task before him; he has great versatility at command. He knows well enough when it is necessary to





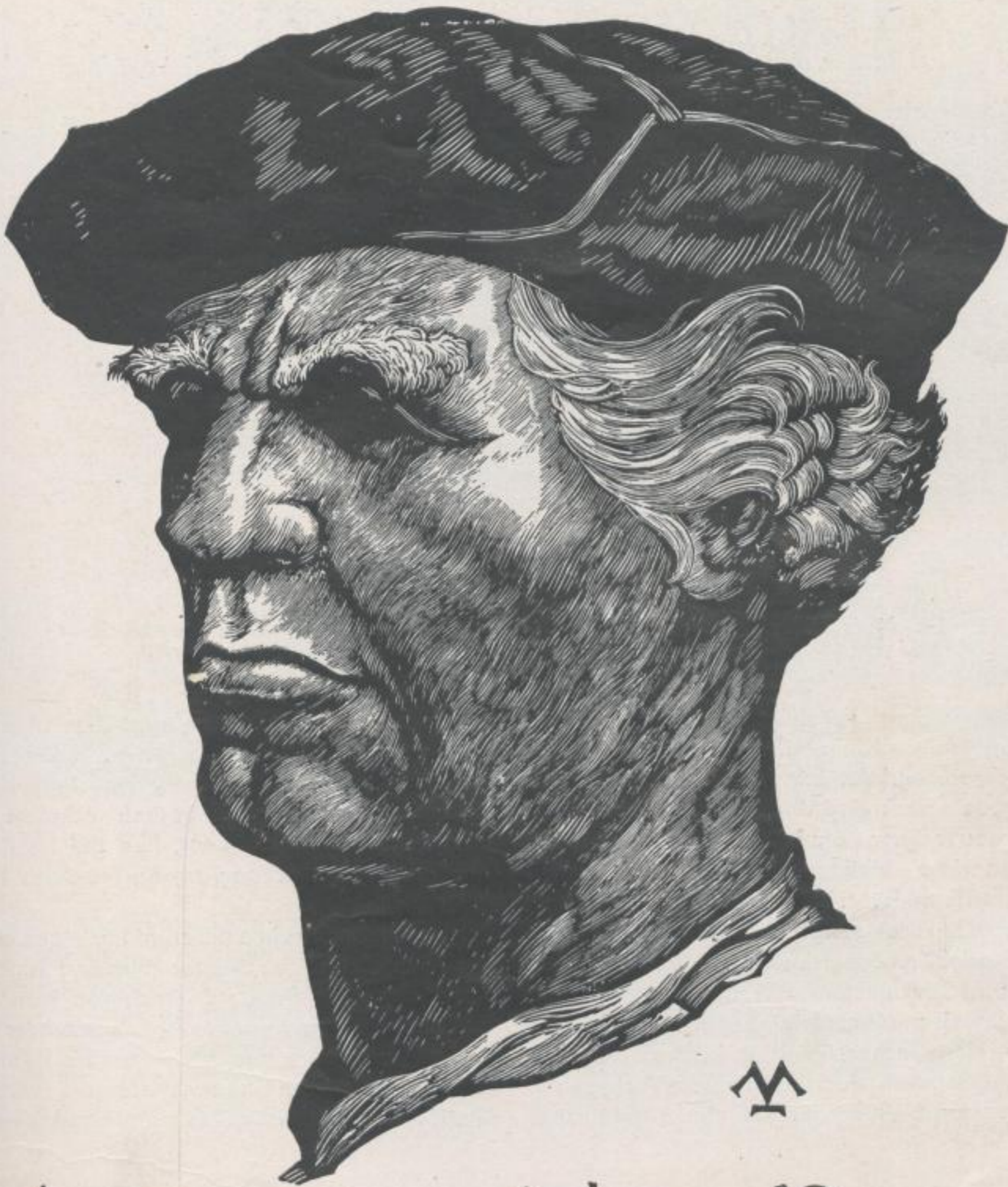
Holzschnitt: Kalender

K A R L M A H R

Wood-Cut: Almanac

gabe; viele Register stehen ihm zur Verfügung. Er weiß wohl, wo es am Platze ist, Würde und Ernst zu wahren, aber am freiesten gestaltet er doch, wo fröhliches Lachen aufklingen kann, und auch die Bezirke derben Humors sind ihm zugänglich. Was ihn insbesondere zum Jllustrator befähigt, ist seine große Sicherheit im Zusammenfügen von Bild und Text: Harmonisch stehen die Bilder im Satzspiegel, aus einem Guß ist Schrift und Bild geformt. Wo es ihm darauf ankommt, gewinnt seine Linie ornamentale Schönheit von größtem Reiz, ohne dabei von inhaltlicher Schlagkraft einzubüßen; Vignetten, Exlibris, Signete gelingen ihm dann als kleine Meisterwerke. Ein Kalenderbüchlein der Schriftgießerei Ludwig & Mayer für 1931, das mir als eine seiner letzten

be dignified and serious, but he feels most free where merry laughter may be heard and is not averse to illustrating a good spicy joke. His special fitness to be an illustrator is shown by his great surety of touch in combining text and illustration. The pictures are fitted harmoniously into the text, script and illustration cast in one mould. Whenever he thinks it desirable, his line achieves an ornamental beauty which is particularly charming, without this detracting in any way from the pointed effectiveness of the idea and content; his vignettes, Ex libris and signets are all little masterpieces. One of his latest bits of work, an almanac of the type-founders Ludwig & Mayer for 1931, lies before me. This combines all the good qualities which distinguish



Johannes Gutenberg

K A R L M A H R

Holzchnitt: Widmungsblatt der Bauerschen Gießerei
Wood-Cut: Dedication of the Bauer Type Foundry

53



Poularden sind aus „Bresse“ zumeist
Und werden gern „Sans gêne“ verspeist

K A R L M A H R

Holzschnitt zu einer Speisenfolge, Verein Deutscher Schriftgießereien
Wood-Cut to a Menu

Arbeiten vorliegt, vereinigt in hohem Maße die Vorzüge seines Könnens und zeigt seine noch immer wachsende künstlerische Kraft. Die Monatsbilder, dem Tierkreis entnommen, sind vorbildlich in der souveränen Beherrschung der Technik und ebenso wie die kleinen Illustrationen zu der beigefügten Frankfurter Lokalposse voller Lustigkeit. Größere Illustrationsfolgen in anderer Technik, in Feder- oder Kreidezeichnung (z. B. M. Eyth, Hinter Pflug und Schraubstock, F. W. Schmidt, Dietrich v. Bern) erweisen Mahrs Fähigkeiten im feinen und doch freien Nacherzählen, in bildhaft anschaulichen Gestalten der literarischen Vorlage mit leichter Hand. Unter vielem Guten steht Ausge-

him to a very high degree, and shows that his artistic power is still of increase. The pictures for each month, inspired by the signs of the Zodiac, are pattern work in their technical mastery and full of merriment, like the little illustrations to the accompanying Frankfurt local farce.

Larger illustrations in a different technique, done in pen or chalk (i. e., "Hinter Pflug und Schraubstock" by Max Eyth, "Dietrich von Bern" by F. W. Schmidt), go to prove Mahr's talent for fine and yet free narration, show how his lightness of touch makes the literary characters spring to life. One of the best of his many good things is



K A R L M A H R

Holzschnittvignetten

Schriftgießerei Ludwig & Mayer

Frankfurt a. M.

Wood-Cuts





Deckelbild

K A R L M A H R

Cover Picture

zeichnetes: das Eingangsbild des Dietrich v. Bern, der reitende König, Verkörperung der abenteuerumwitterten Völkerwanderungszeit, gehört dazu. Karl Mahr bleibt in der verwirrenden Vielfältigkeit der heutigen künstlerischen Produktion ruhig und klar, ohne Ambition, die neueste Stilwendung ja nicht zu versäumen, und ohne Angst, den Anschluß zu verlieren. Seine Werke haben

the picture of Dietrich of Bern, the king, on horseback, a very embodiment of the ever-adventurous period of the Migration of Peoples or Völkerwanderung.

Karl Mahr stands quiet and lucid in the bewildering variety of present-day artistic creation, with no ambition to achieve the very latest turn of style and with no fear of missing the connection.

K A R L M A H R

Holzschnitt für eine
Vermählungsanzeige

Wood-Cut



Schriftgießerei
D. Stempel & Co.
Frankfurt a. M.





FRIEDLÄNDER

DELSTE GLASER SELTENER ART
 EIZVOLL GEBILDET SCHIMMERND UND ZART
 RDENE TOPFE KUNSTVOLL VERZIERT
 INENS GEFASSE KOSTLICH GLASIERT
 ARBIGES SPIELZEUG FÜR KINDLICHE HAND
 EIZENDER ZIERRAT FÜR BORDE UND WAND
 NLANDISCH WEBWERK IN PRÄCHTIGEM FLOR
 DLES GESTÜHLE AUS STAHLERNEM ROHR
 ECKEN UND PFÜHLE VON SEIDE UND BAST
 AMPEN U. LEUCHTEN GAR KUNSTVOLL GEFASST
 LTESTES SCHMUCKWERK DAS NIMMER VERALTET
 EUES ZUR FREUDE DER FRAUEN GESTALTET
 INGE VIEL FEINE IN FARBIGEM STRAUSS
 RNTE DES SCHÖNSTEN BEHERBERGT MEIN HAUS
 ASTE NICHT KOMME UND SUCHE DIR AUS



Original-Holzschnitt von Karl Mahr

Deckelbild

KARL MAHR

Cover Picture

den Vorzug der Gemeinverständlichkeit und haben vielen etwas zu sagen. Ich wage auch heute noch zu behaupten, daß dies ein Vorzug sei! Denn angeregt durch mancherlei Formungen der Vergangenheit bleibt er doch immer er selbst. Und so ist er jung und alt zugleich durch die vollkommene Herrschaft über sein Handwerkszeug. Er hat etwas von der Solidität der alten Zunftmeister und ist doch beweglich und geschmeidig bereit, allen Anforderungen der Gegenwart Genüge zu tun; ein Gebrauchs-

His work has the advantage of being easy to understand and of appealing to many in various ways. I still dare, even to-day to declare this an advantage! For, accepting inspiration from many past forms, he always retains his own individuality. His perfect command of his tools gives him at once the advantages of youth and age. He has something of the solid virtues of the old guild masters and yet he is mobile and flexible and ever prepared to comply with all modern demands—a commercial artist who can

KARL MAHR

Holzschnitt aus einer Speisenfolge

Wood-Cut

Nimm von jedem Rindvieh an,
 Was Dir nützlich werden kann!



Reiß dem Ochs den Wedel aus,
 Mach Dir eine Suppe draus!

Frankfurter
 Bibliophilen-
 Gesellschaft



Geburtsanzeige

Notification of birth

Schriftgießerei

Ludwig & Mayer 1931



Am kühlen Bad wohl im August labt auch die Jungfrau sich mit Lust

Kalender

Almanac

Type Foundry

graphiker, der zu allem zu gebrauchen ist, und dabei nach sehr Hohem strebend: die geist-erfüllten Köpfe großer Männer der Vergangenheit im Bilde lebendig zu machen. In den Gutenbergs, den Gustav Adolphs, den Melanchtons, die mir am gelungensten erscheinen, ist dabei viel von seinem eigenen Wesen eingegangen.



Vignette

turn his hand to anything and yet aspires to a very high ideal: to give new life in picture to the spiritualized features of great men of the past. In those which seem to me most successful, the heads of Gutenberg, Gustavus Adolphus, Melanchton, he has put a great deal of his own being.

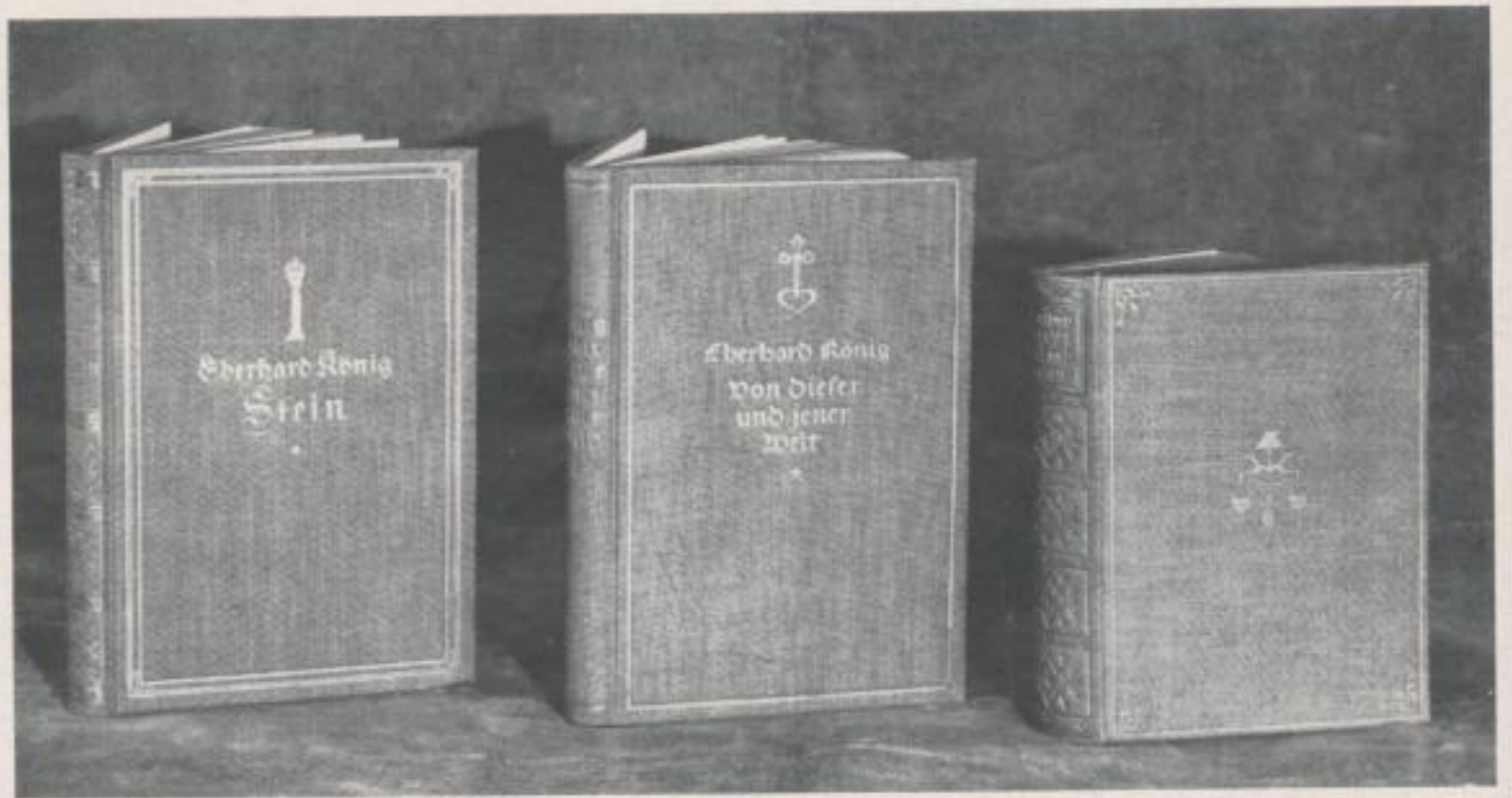
Translated by E. T. Scheffauer



KARL MAHR



Ex Libris



Bucheinbände
Book Covers

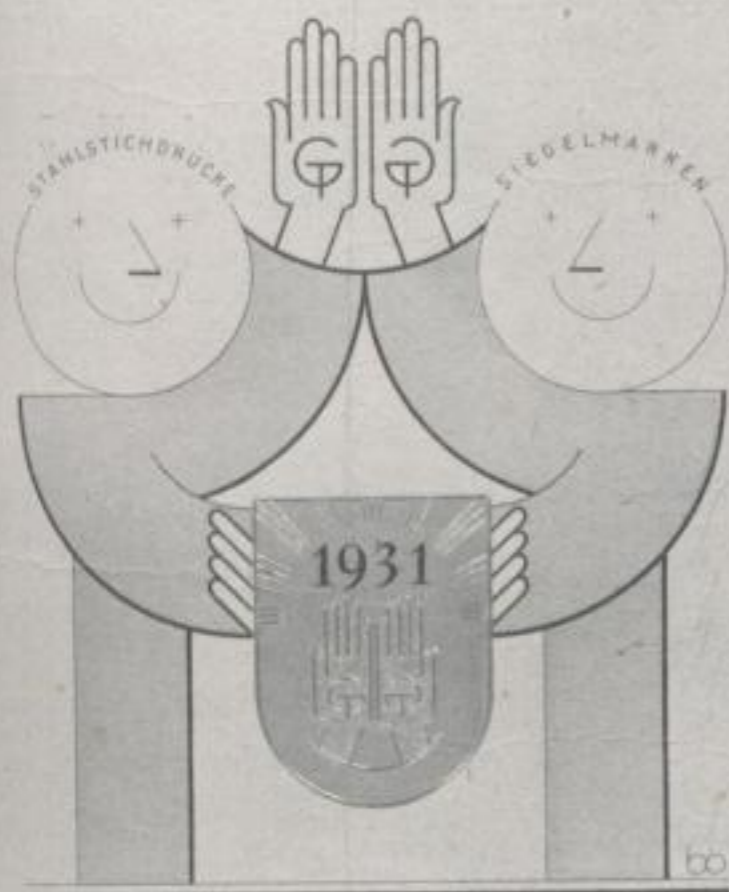
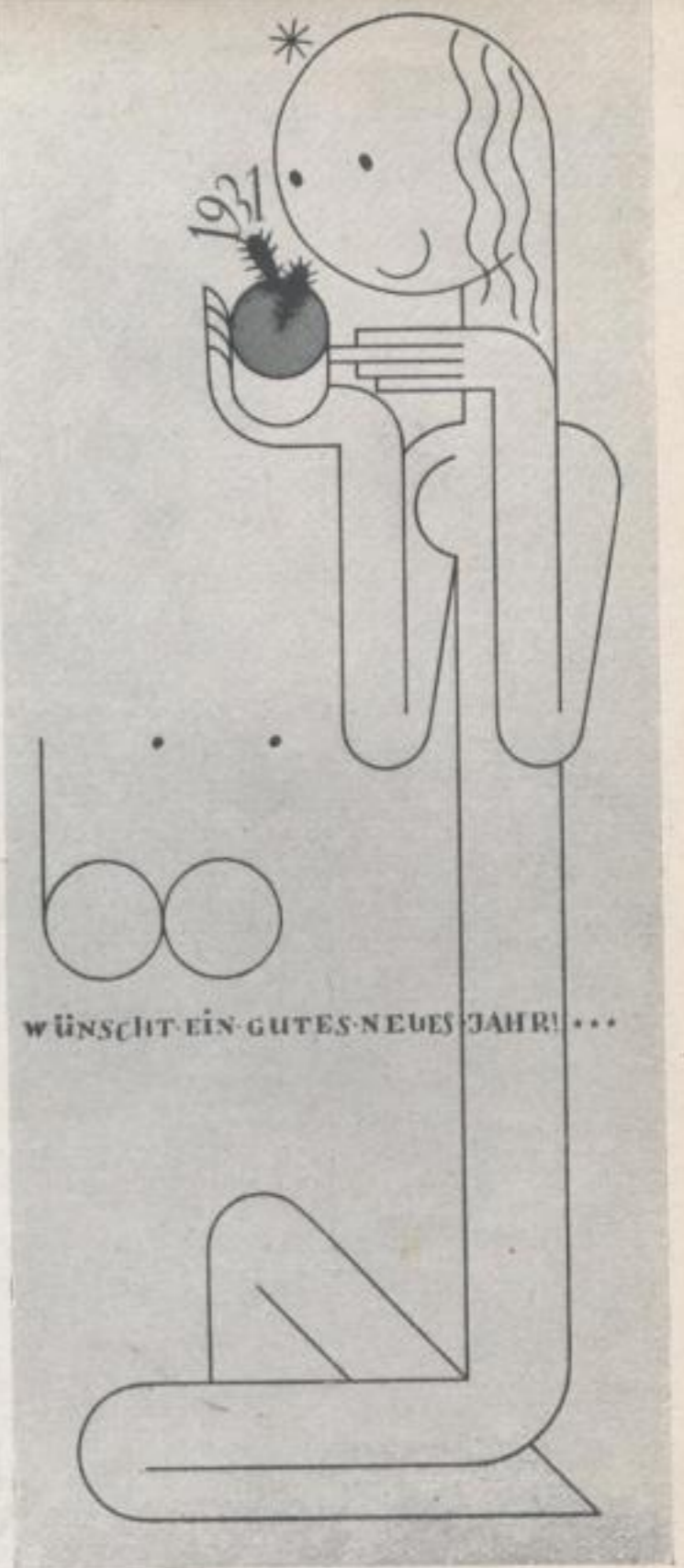
J. HEINZ BÖTTCHER

Trotz Neuerungen, trotz Kollektivarbeit, trotz Spezialisten und Agenturen bleibt die alte Form der Zusammenarbeit zwischen Künstler und Drucker vorläufig immer noch eine der erfolgreichsten.

In Gemeinschaft mit der Firma Gerhardt & Teltow in Leipzig hat der Graphiker Heinz Böttcher eine große Anzahl sehr interessanter und außerordentlich brauchbarer Werbedrucksachen und Vorlagen für Stahlstiche geschaffen, von denen wir hier einige gelungene Proben zeigen. Recht interessant sind dabei die Versuche, die von der historischen Form des Stahlstichentwurfes abweichen. Das Verständnis des Entwerfers und die handwerkliche Gewissenhaftigkeit des Stechers lassen Dinge entstehen, die ganz neue Möglichkeiten für diese wertvolle Technik ergeben.

Auch die übrigen Arbeiten von Heinz Böttcher sind wertvolle Gebrauchsgraphik und sprechen für sich selbst.

In spite of all innovations, in spite of all co-operation, specialism and agencies, the old form of co-operation between the artist and the printer remains one of the most successful.



*Ein glückliches
neues Jahr*

W Ü N S C H E N

GERHARDT & TELTOW

GRAPHISCHE WERKSTÄTTEN

LEIPZIG · S · S · F I C H T E S T R . 4 4

The graphic artist Heinz Böttcher has done a great deal of very interesting and exceedingly capable advertisement designing and designs for steel engravings in collaboration with the Leipzig firm of Gerhardt and Teltow. We reproduce a few especially successful examples of his work. Particularly interesting are the experimental divergencies from the historic form of the steel engraving design. The designer's inventive understanding of his medium and the conscientious craftsmanship of the engraver have combined to produce work which opens up entirely new possibilities for this valuable art technique.

Heinz Böttcher's other work in commercial art is of very high quality and speaks for itself.

Translated by E. T. Scheffauer

59

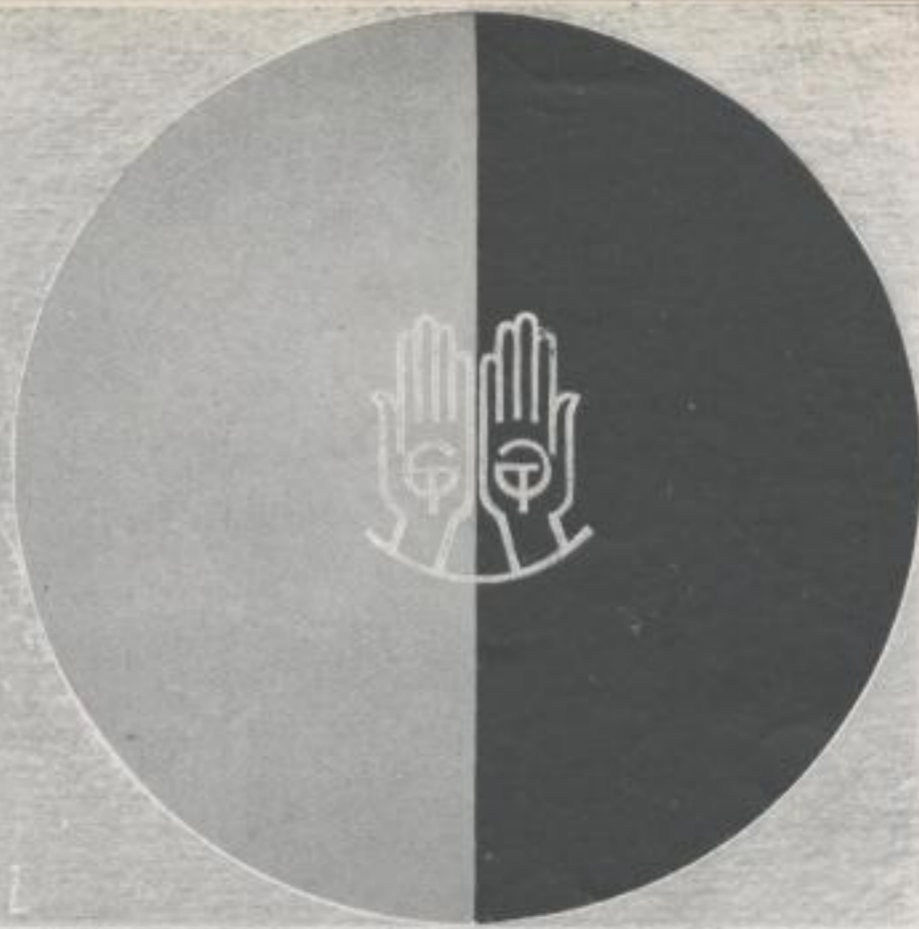
Glückwunschkarten (Stahlstich)
Congratulation Cards (Steel Engraving)



J. H E I N Z

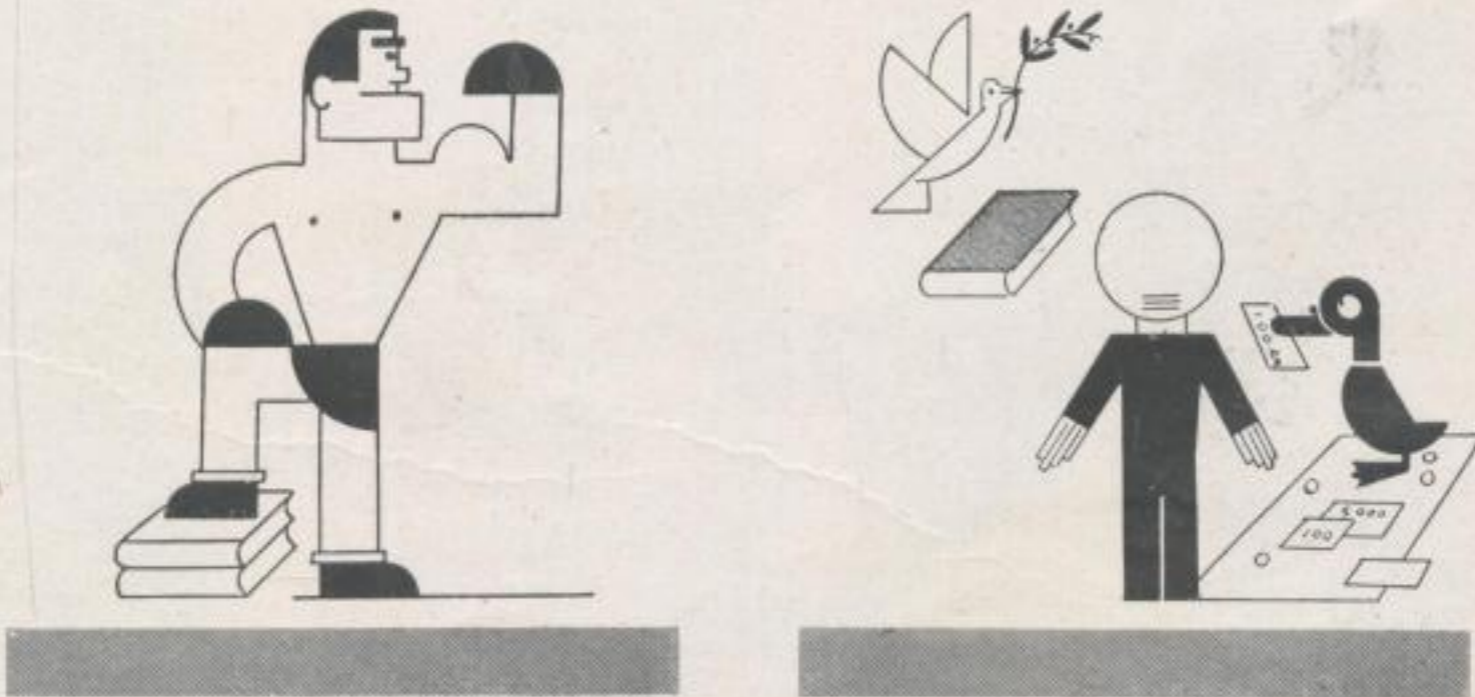
Zeitschriftenumschlag
 Illustrationen zu einer Festzeitschrift
 Magazine Cover
 Illustrations to a Festive Publication

GRAPHISCHE WERKSTÄTTEN



GERHARDT + TELTOW - LEIPZIG

B Ö T T C H E R



61





DER MALER IM NEUEN JAHR: PAUL EDLICH

Inserat-Serie
Serial of Advertisement

J. H E I N Z B Ö T T C H E R

tennis
ball
grün
weiss

sie sind hier mit höflich eingeladen

62

Bezugsnummern für das Bezugsrecht Leipzig, 1. April 1933

Der Privatarchitekt

die Zeitschrift für Baukünstler und Arbeiterbetreiber

Preis V

Inhalt:

LEIPZIG 53 KRONPRINZSTR. 71

PAUL EDLICH

EIN EIGENES ENTWURFSATELIER SICHER IHNEN DIE INDIVIDUELLE KUNSTLERISCHE BEARBEITUNG EINES JEDEN AUFTRAGE

PAUL EDLICH HAT SPEZIALISTEN FÜR JEDE MALTECHNIK, DAS GARANTIERT EINE AUSFÜHRUNG, DIE STETS ZWECKMÄSSIG U. RICHTIG IST.

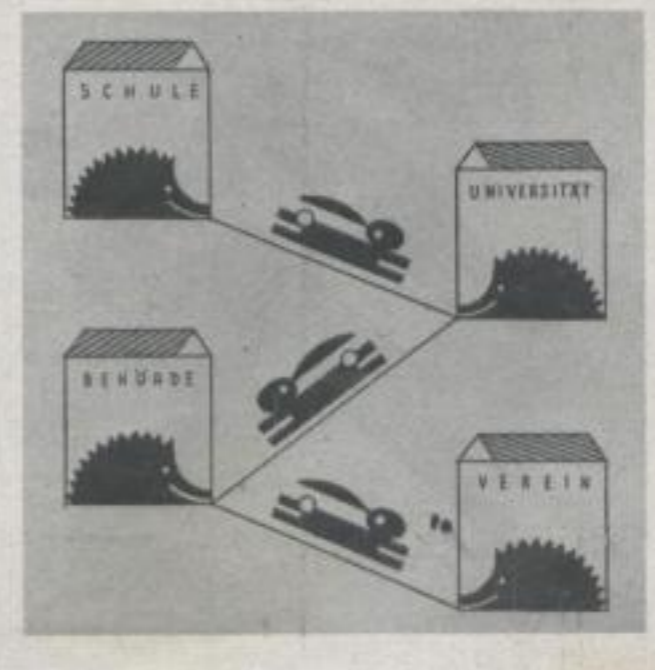
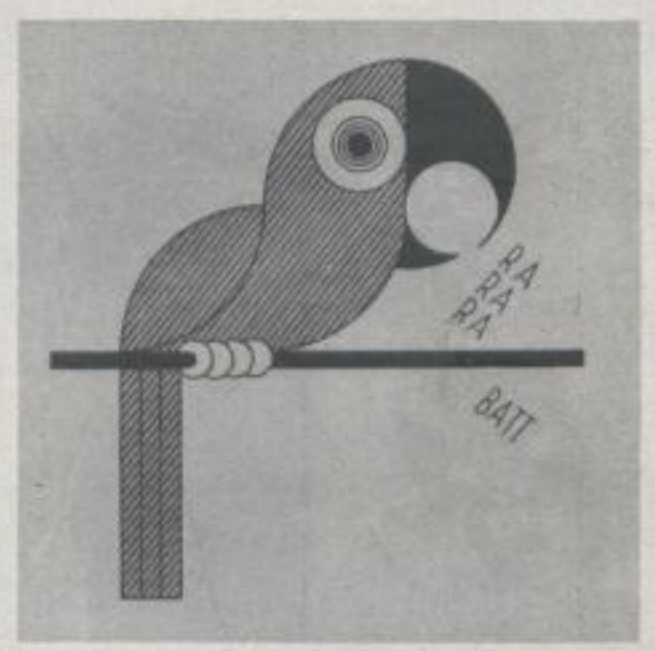
MALERMEISTER B.D.D. KRONPRINZSTRASSE 71

THE HOME PLANS THE BRICKER OFFICE AND REPAIRING CAN BE PROVIDED WITH US

WE CAN REPAIR AND REPAIR

HEINZ BÖTTCHER
KUNSTWERKE

J. H E I N Z B Ö T T C H E R

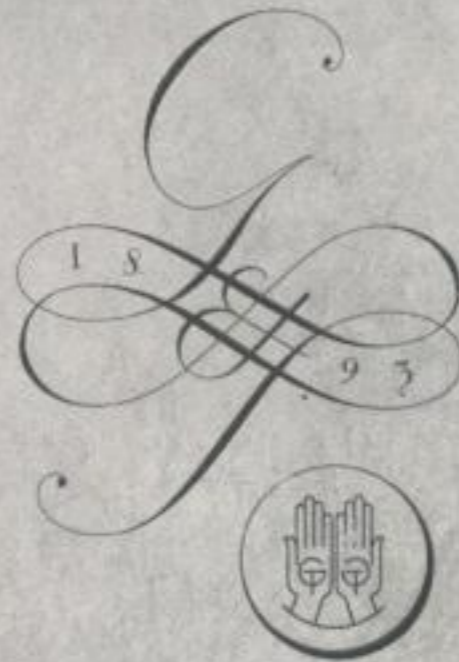


böttcher | HEINZ BÖTTCHER
MALER & GRAFIKER
LEIPZIG 83 · SOUSTR. 112 · TEL. 31301
B D G

J. H E I N Z
B O T T C H E R



Briefköpfe
Letter Heads



STAGS
GERHARDT
& TELTOW



BANK-KONTEN: DRESDNER BANK FILIALE KASSEL DEUTSCHE BANK UND
DISCONTO-GESELLSCHAFT FILIALE KASSEL REICHSBANKGIROKONTO
POSTSCHECK-KONTO: FRANKFURT A.M. NR. 8540

BIELA
SCHREIBMASCHINEN



BIELA SCHREIBMASCHINEN NO. 3592 VON HUGO HOESCH · PAPIERFABRIK · KÖNIGSTEIN/ELBE · LIEFERBAR DURCH DEN PAPIERGROSSHANDEL

G E C R.
1880
Ferdia

MITTELDEUTSCHLANDS GRÖSSTER UND VERBREITETSTER LESEZIRKEL
CHEMNITZ · DESSAU · DRESDEN · HALBERSTADT · HALLE · MAGDEBURG · PLAUEN i.V. · ZWICKAU

HAUPTGESCHÄFT: LEIPZIG KURZESTR. 4-6
TEL: 23152/23153

5

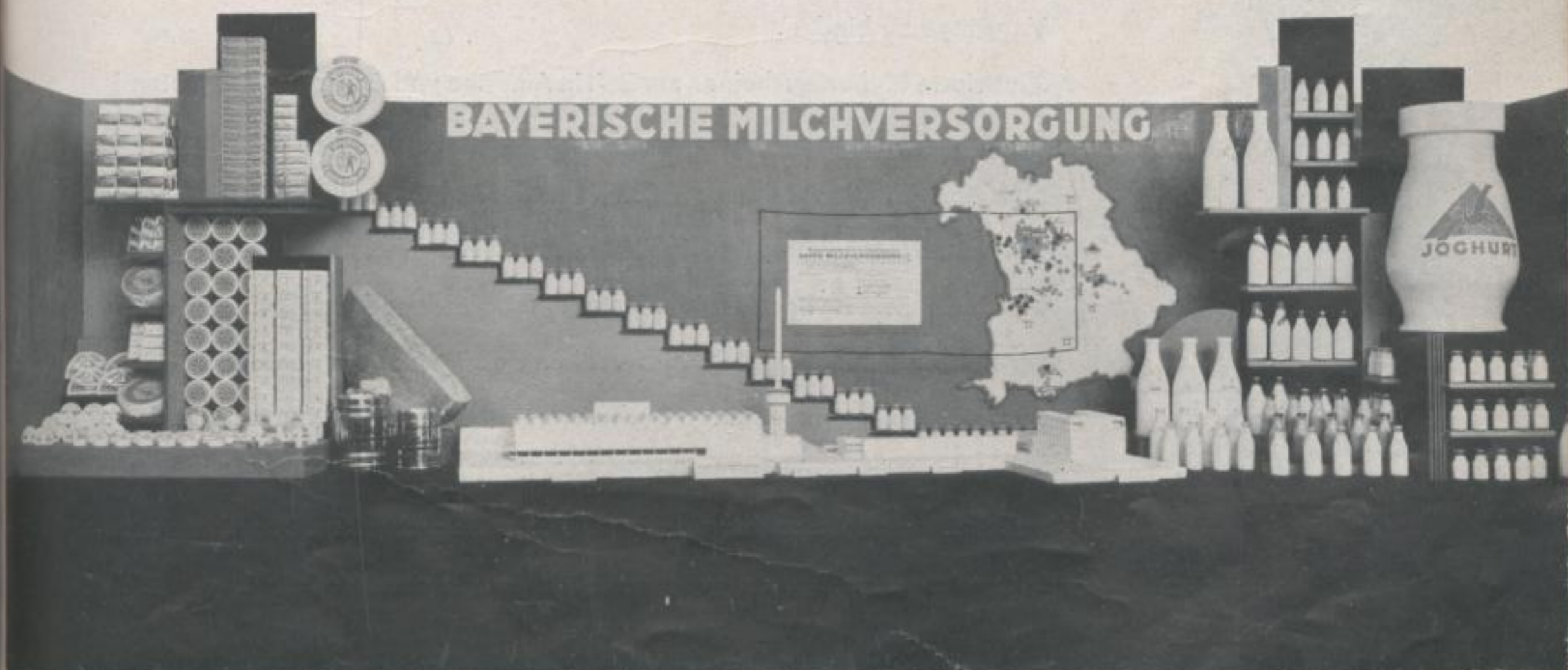
BIELA
SCHREIBMASCHINEN
FABRIK

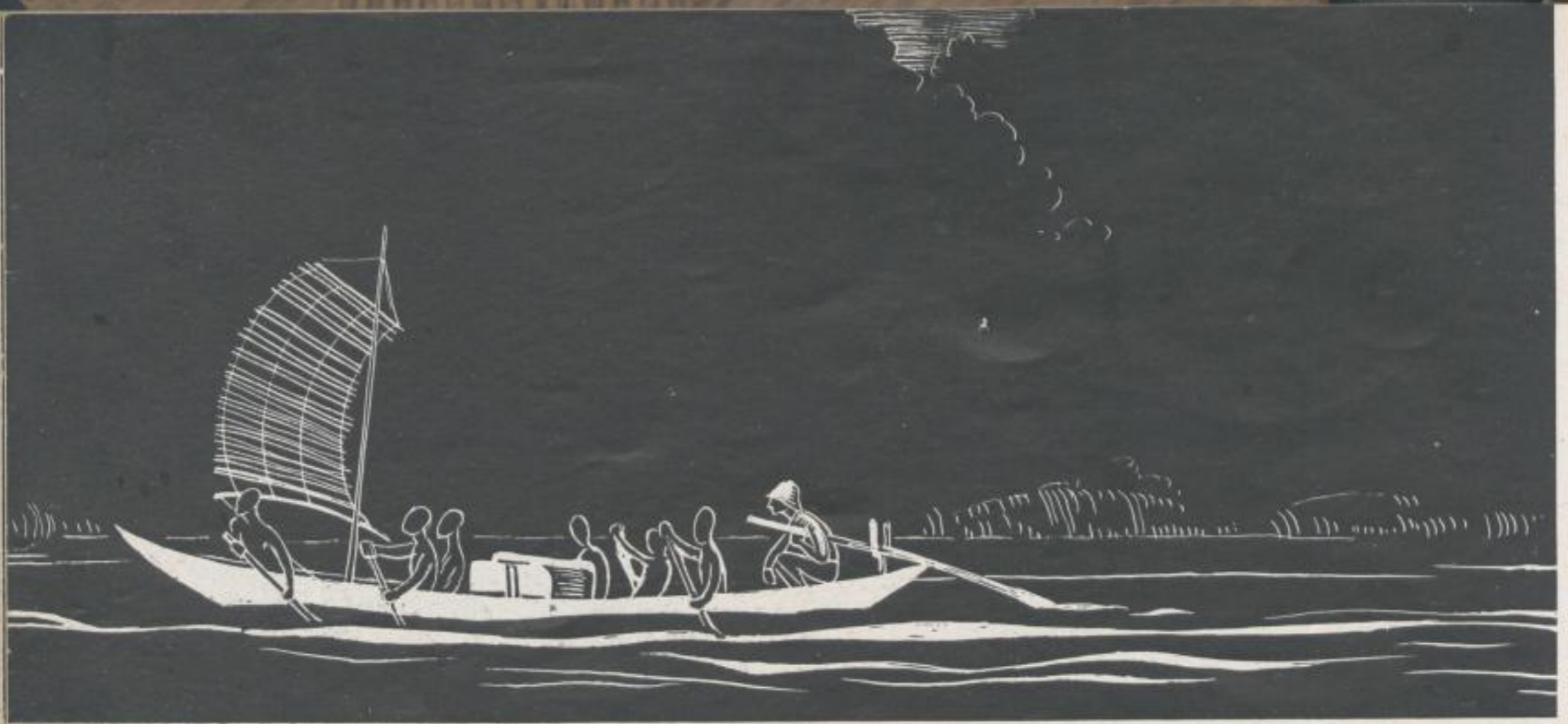
BIELA SCHREIBMASCHINEN NO. 3582 VON HUGO HOESCH · PAPIERFABRIK · KÖNIGSTEIN/ELBE · LIEFERBAR DURCH DEN PAPIERGROSSHANDEL

JULIUS STEINER

ZWEI AUSSTELLUNGSSTÄNDE
FÜR MILCHPRODUKTE

TWO EXHIBITION STANDS
FOR DAIRY PRODUCTS



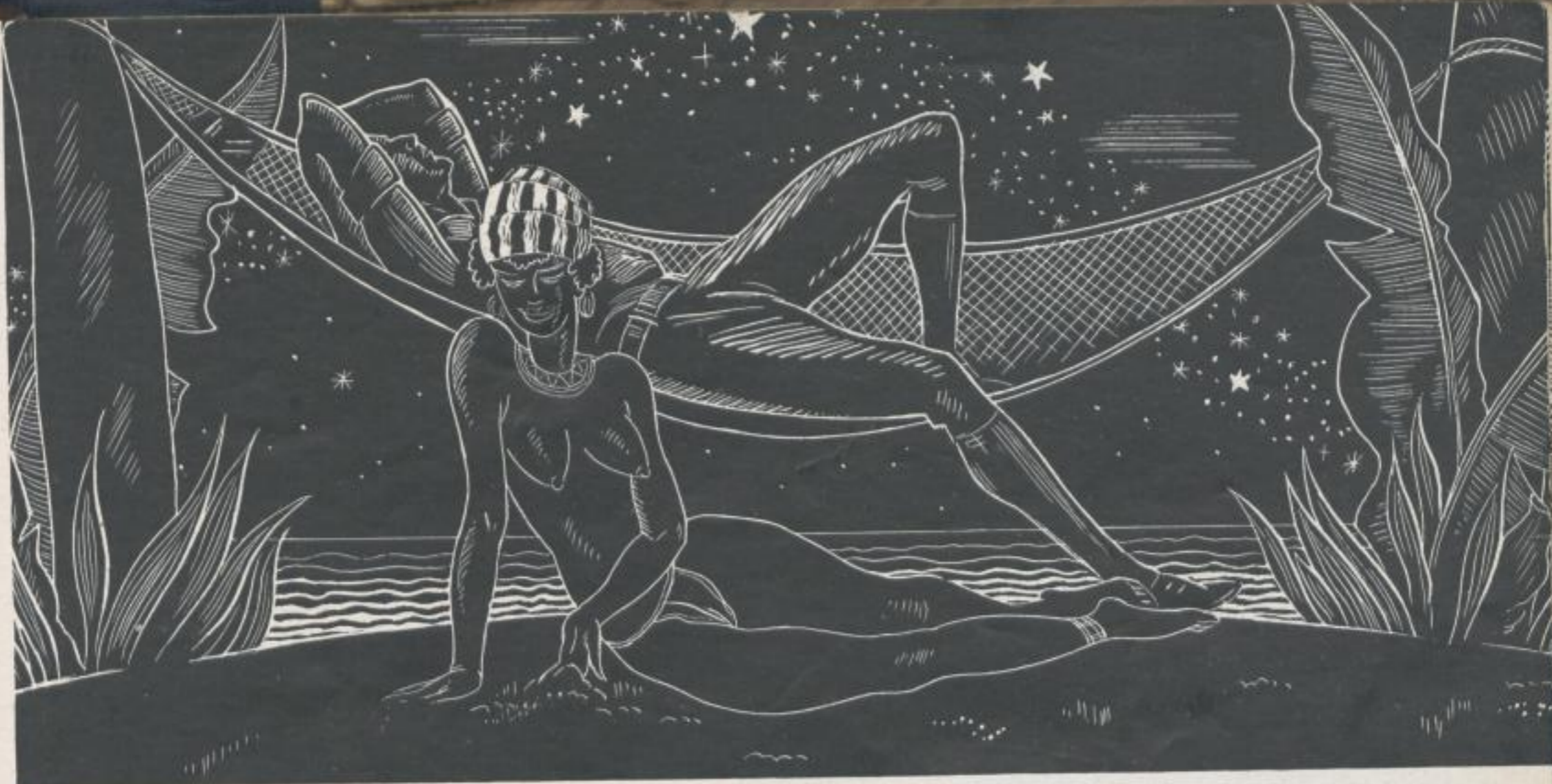


R I C H A R D A.

Zu den erfolgreichen amerikanischen Buchillustratoren gehört Richard A. Loederer. Er ist Wiener von Geburt und ausgebildet in Wien und Berlin. Seit nahezu 20 Jahren arbeitet er in New York. Die hier von uns gezeigten Arbeitsproben sind Illustrationen zu dem Buch „WU-DU Feuer auf Haïti“. Sie unterstützen die Phantasie des Lesers, ohne sie an allzu realistische Vorgänge zu binden.

Illustrierte Bücher erscheinen zur Zeit in Amerika und Frankreich bedeutend mehr, als z. B. in Deutschland. Die Inflationszeit brachte in Deutschland auch eine Inflation der Illustration. Man wurde mit unzulänglichen Bildern überfüttert; denn das, was in Amerika und Frankreich selbstverständlich ist, nämlich: einem hochwertigen Autor einen gleich hochwertigen Illustrator zur Seite zu stellen, wurde hier vollkommen ignoriert, und deshalb ging das Interesse am illustrierten Buch verloren, und unsere Buchhändler behaupteten, das Publikum wünscht kein illustriertes Buch. Das ist unzutreffend. Uninteressant wurden nur die Unzulänglichkeiten. Das illustrierte Buch wird seine Berechtigung behalten im gleichen Maße wie das Bild überhaupt.





L O E D E R E R

Richard A. Loederer is one of the most successful American book illustrators. He is a born Viennese and received his art training in Vienna and Berlin. He has been working in New York for nearly twenty years. The designs reproduced are illustrations to "VOO-DOO Fire of Hayti". They are food for the reader's imagination, without confining him to any all-too-realistic conceptions.

At the moment, America and France are producing far more illustrated books than, for example, Germany. In Germany the period of inflated money also brought about an inflation in book illustration. The market was glutted with inferior work. In America and France it is a matter of course that an eminent author's book should be illustrated by an artist of equal eminence; but in Germany this principle was entirely ignored, and thus the public lost interest in illustrated works, and booksellers declared that illustrations were not desired. This is not correct. It was merely the inferior which failed to capture interest. The illustrated book will continue to hold its own in the same measure as the illustration in general.

Trans. by E. T. Scheffauer.





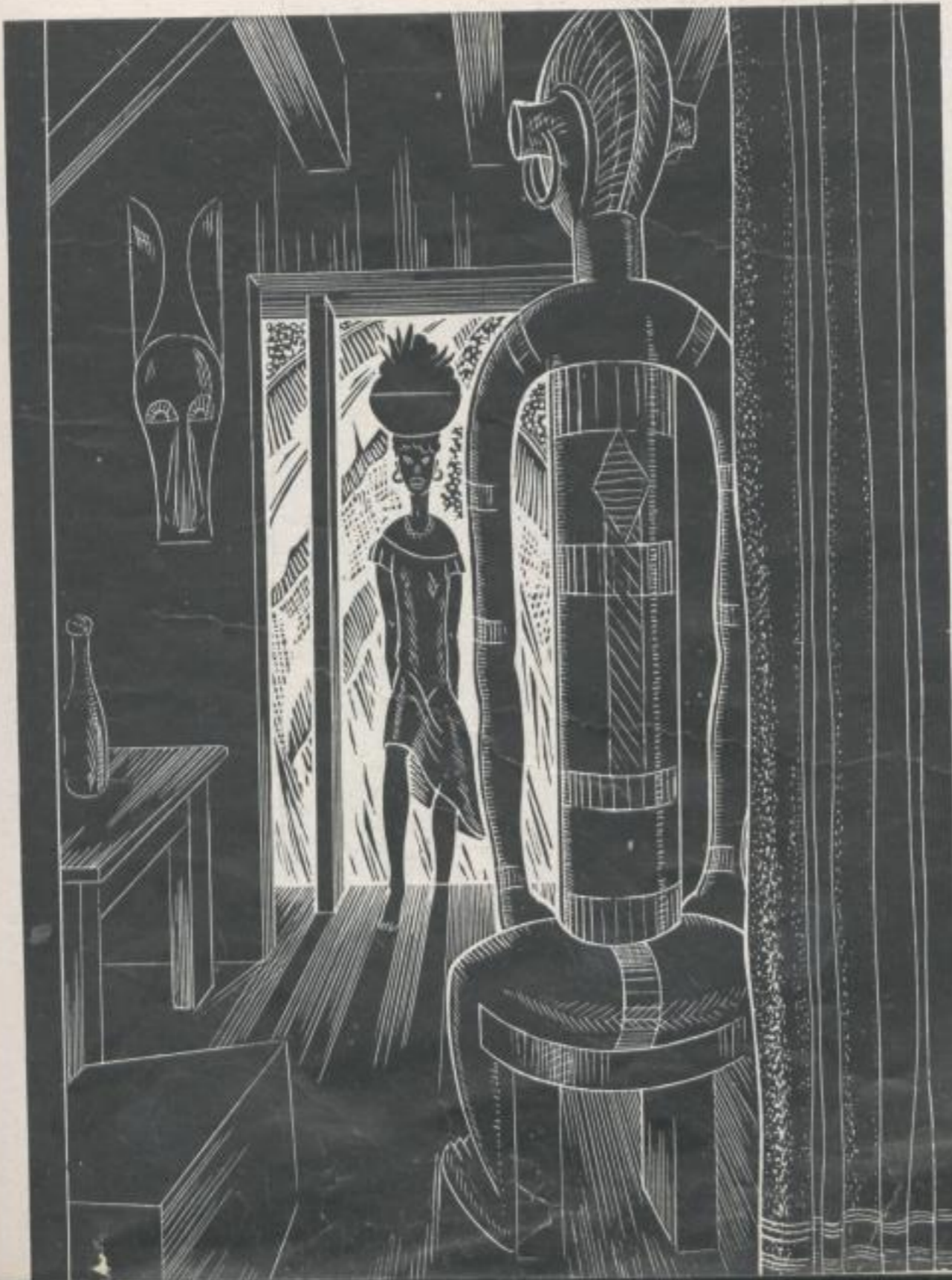
R I C H A R D A .



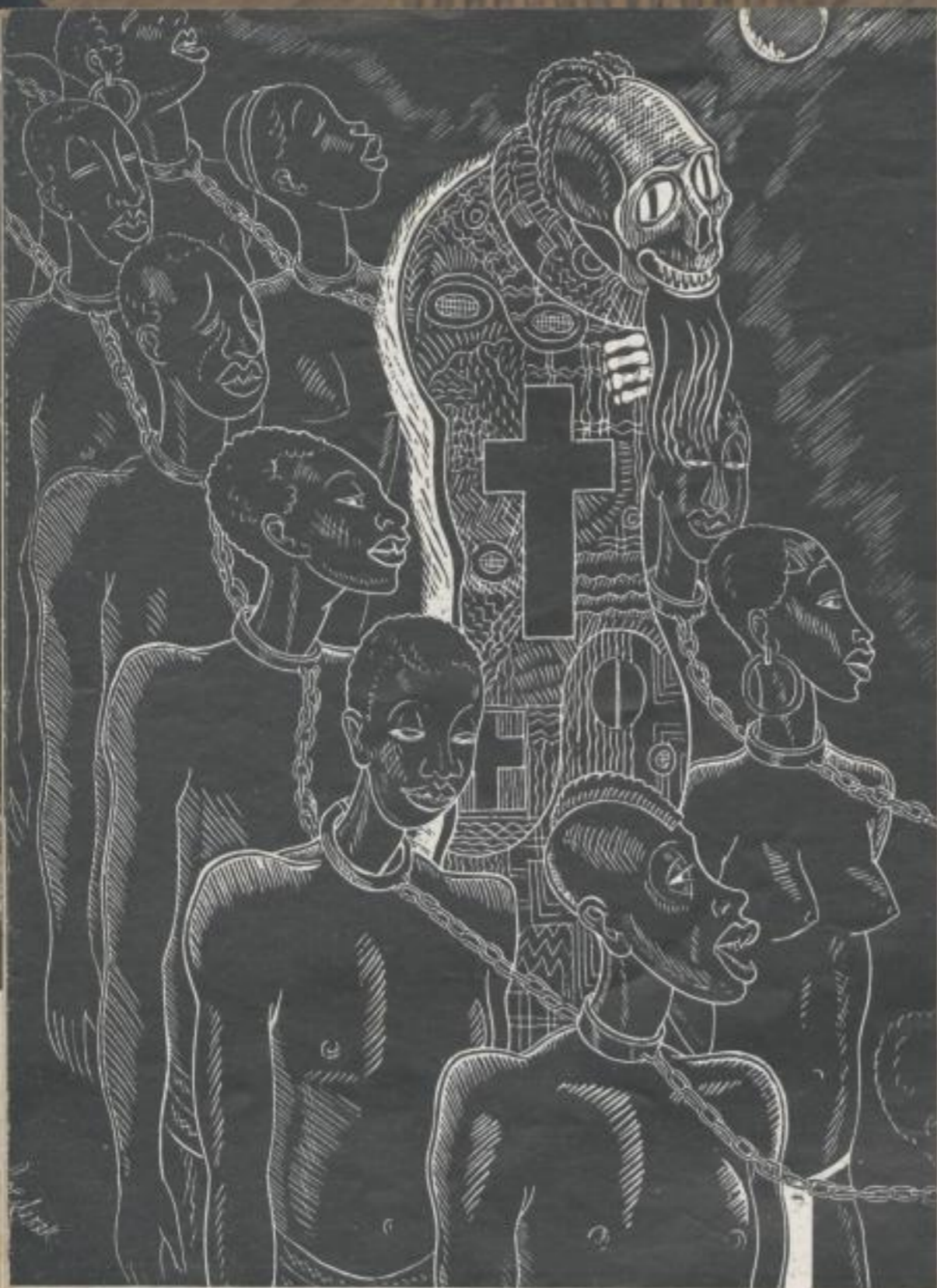
68



L O E D E R E R



69



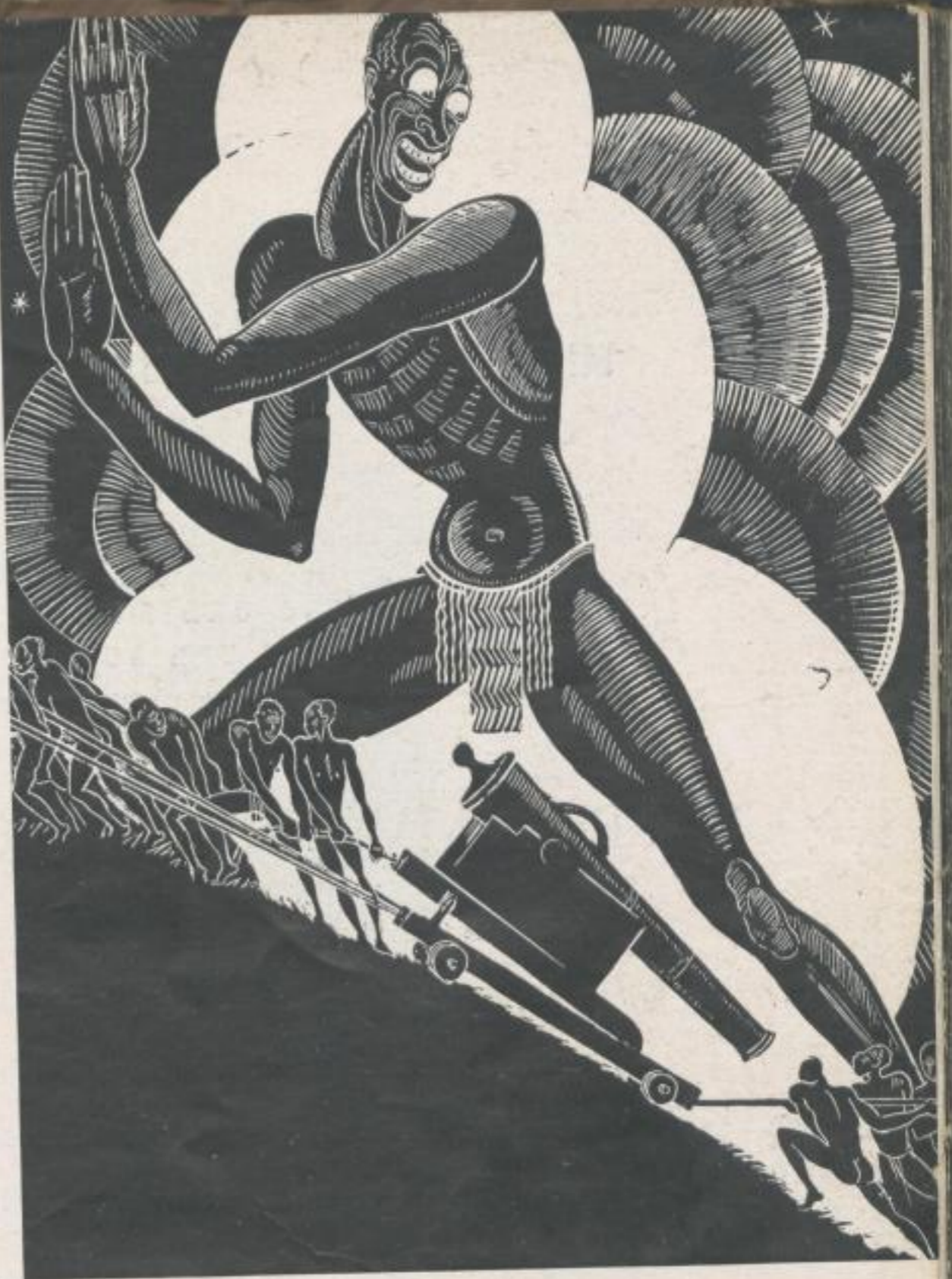
R I C H A R D A.



70



L O E D E R E R



71



MITTEILUNGEN DES BUNDES DEUTSCHER GEBRAUCHSGRAPHIKER E.V.

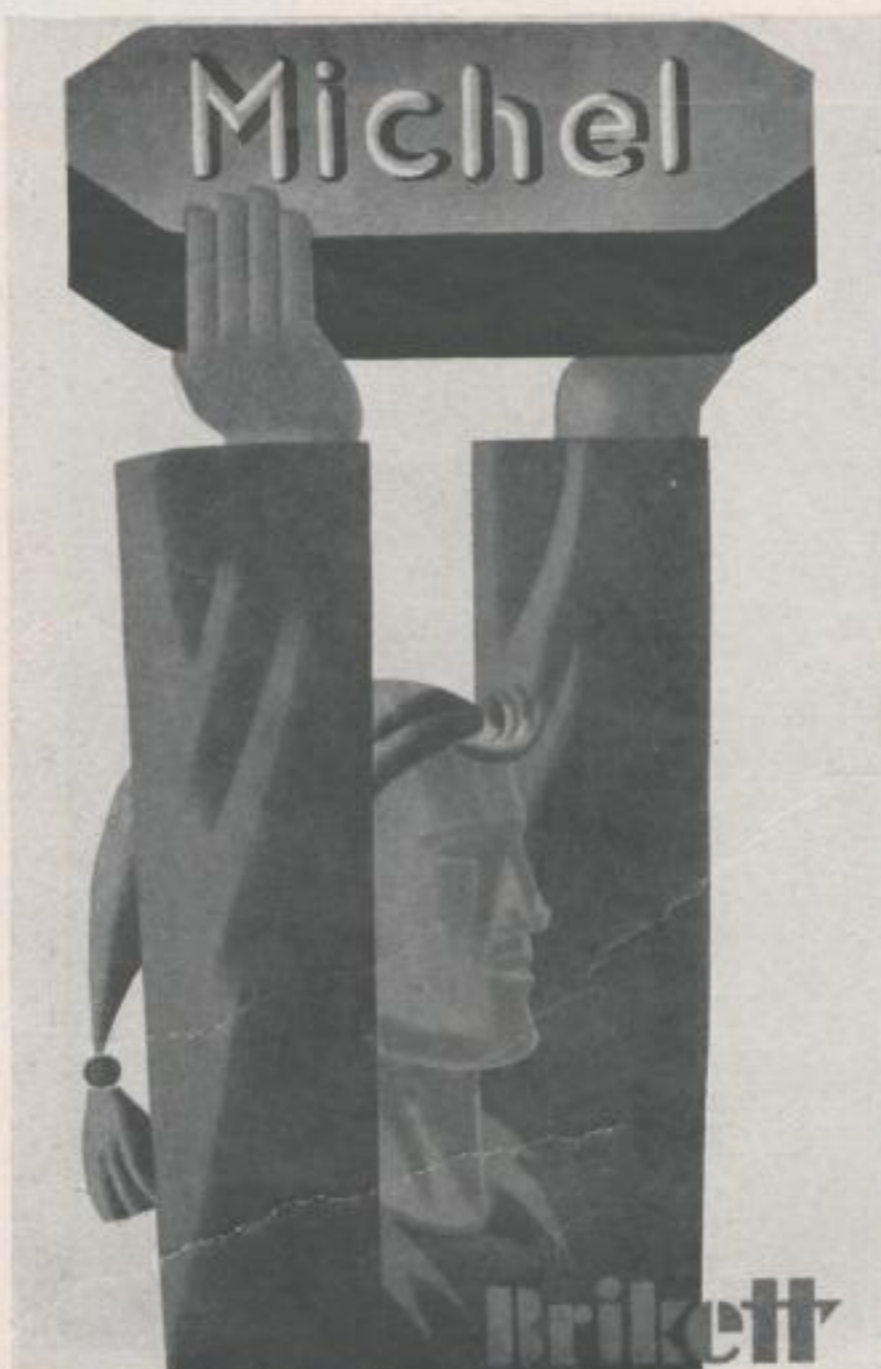
BDG

SCHRIFTFLEITUNG DER BDG-MITTEILUNGEN DR. EBERHARD HÖLSCHER
GESCHÄFTSSTELLE DER BUNDESLEITUNG BERLIN SW 48, WILHELMSTR. 37-38

PLAKATWETTBEWERB DER MICHELWERKE, HALLE AN DER SAALE

Auf Veranlassung ihres Werbeberaters, Herrn Meyer-Mark, Berlin, hatten die Michelwerke einen allgemeinen Wettbewerb zur Erlangung eines Plakates für die von dem Syndikat vertriebenen Michel-Briketts ausgeschrieben. Das Preisgericht trat am 10. August 1931 in den Räumen der Vereinigten Staatsschulen für Freie und Angewandte Kunst in Bln.-Charlottenburg

zusammen. Als Preisrichter waren anwesend für die ausschreibende Firma: Herr Direktor Reinecke und Herr Direktor Dr. Mund. Als Vertreter der Künstler und Reklamefachleute: Herr Professor Schaefer, Herr Professor Böhm, Herr Professor Frenzel, Herr Hans H. Meyer-Mark; von den Ersatzpreisrichtern waren anwesend Herr Uli Huber und Herr Dr. W. Köhler.



1. Preis:

EUG. MAX CORDIER
München



2. Preis: **WILLY WOLFF** Berlin



3. Preis: **FRANZ SINDEL** München

Eingegangen waren insgesamt 1753 Entwürfe. Nach sehr langen und eingehenden Beratungen erhielt den 1. Preis einstimmig zuerkannt Herr Cordier, München; gegen eine Stimme den 2. Preis Herr Willy Wolff, Berlin, den 3. Preis einstimmig Herr Sindel, München.

Die fünf vorgesehenen Ankäufe erhielten die Herren: Ernst Stosch, Essen, A. Walther, Leipzig, Walter Spiegel, Hellerau, Atelier Tabu, München, Karl Nebel, Berlin.

Wie bei jedem öffentlichen Wettbewerb, so war auch diesmal wieder der Anteil der Dilettanten besonders hoch. Als dilettantische Arbeiten müssen auch solche bezeichnet werden,

die unter Außerachtlassung der primitivsten Gesetze der Reklamekunst rein bildliche Lösungen versuchten. Des weiteren hatten die meisten der Einsender den Deutschen Michel als Witzblattfigur aufgefaßt, obwohl sich doch jeder Einsichtige sagen müßte, daß diese Figur nicht zur Propagierung eines Industrieproduktes geeignet ist. Außerdem hat die in der Ausschreibung geforderte möglichste Naturnähe andere wieder veranlaßt, die Gesetze der Plakatwirkung zu stark außer Acht zu lassen. Wie jeder öffentliche Wettbewerb fordert auch dieser wieder einmal zu der Frage heraus, ob die aufgewendete Arbeit auch wirklich in irgendeinem Ver-





KARL NEBEL, Berlin

Ankauf



ATELIER TABU, München

Ankauf

hältnis zum Erfolg des Wettbewerbes steht. Ich glaube, das muß auch in diesem Falle verneint werden. Nehmen wir an, daß jedes Plakat einen Arbeitsaufwand von ungefähr 20 Stunden verursacht hätte, so kämen wir auf eine Arbeitszeit von rund $14\frac{1}{2}$ Jahren. Und trotzdem die Preise diesmal verhältnismäßig hoch waren, würde nicht einmal eine Jahreshonorierung von M. 500.— herauskommen. Alles das könnte berechtigt erscheinen, wenn durch die Wettbewerbe wirklich neue Kräfte gefunden würden und neue und überraschende Lösungen der gesamten Reklame einen neuen Impuls geben könnten. Alle Wettbewerbe der letzten Jahre haben aber gezeigt, daß immer wieder die er-

fahrensten und anerkannten Plakatkünstler die Hauptpreisträger sind. Dies liegt durchaus nicht allein an den Preisrichtern, denen ja in den meisten Fällen der Stil der einzelnen Künstler bekannt ist, sondern auch in diesem Falle waren es wieder die Herren von der Industrie, die sich für die Prämierung der mit den Preisen ausgezeichneten Arbeiten besonders einsetzten. Aus diesen Erwägungen heraus muß immer wieder empfohlen werden, daß öffentliche Wettbewerbe nur dann durchgeführt werden, wenn die ausschreibende Stelle sich bereits durch die Ausschreibung einen Propagandanutzen verspricht. In allen übrigen Fällen ist der beschränkte Wettbewerb vorzuziehen.



ERNST STOSCH, Essen

Ankauf



A. Walther, Leipzig

Ankauf



Ankauf

WALTER SPIEGEL

Hellerau

WIRTSCHAFT UND WERBUNG

Dr. WALTER PUTTKAMMER

DIE EINKOMMEN IM DEUTSCHEN REICH

Die deutsche Einkommenstatistik, die auf den Ergebnissen der Einkommensteuerveranlagung beruht, ist für marktanalytische Zwecke nur beschränkt verwendbar. Sie leidet nicht allein daran, daß ihre Resultate recht weit zurückliegen; die neuesten, erst kürzlich veröffentlichten Ergebnisse sind die für das Jahr 1928, wo ja im Deutschen Reich noch völlig andere wirtschaftliche Verhältnisse herrschten als heute. Sie büßt vor allem dadurch an Brauchbarkeit ein, daß sie — ihrem Charakter und ihrer Entstehung nach — sich nur auf das zur Steuer veranlagte Einkommen erstreckt, also sowohl das dem »Lohnabzug« unterliegende Einkommen der großen Arbeiter- und Angestelltenmassen wie alles andere nicht der steuerlichen Veranlagung unterliegende Einkommen unberücksichtigt läßt. Dennoch ist die Statistik für marktanalytische Zwecke keineswegs bedeutungslos. Sie ist vielmehr unentbehrlich zum Vergleich der einzelnen Städte bzw. Marktbezirke untereinander hinsichtlich ihrer Einkommens- und Kaufkraftschichtung, und ein solcher Vergleich ist ja eine der Hauptaufgaben jeder marktanalytischen Untersuchung.

Ein Vergleich der Zahlen von 1928 mit denen der Vorjahre ist heute kaum noch aktuell. (Es kann hierbei auf den an dieser Stelle im April 1928 erschienenen Aufsatz verwiesen werden). Es sei nur bemerkt, daß 1928 noch ein recht günstiges Jahr war, wenn auch nicht mehr so günstig wie 1927. Während die Statistik von 1927 noch einen Zuwachs gegenüber dem Vorjahr von 6,7 Proz. bei der Zahl der Einkommensteuerverpflichtigten und von 14,8 Proz. bei der Gesamtsumme der veranlagten Einkommen hatte aufweisen können, betrug die Steigerung 1928 nur 4,9 bzw. 7,1 Proz. Dadurch, daß die Einkommenssumme stärker stieg als die Zahl der pflichtigen Personen, vergrößerte sich das durchschnittliche Einkommen je Pflichtigen, und zwar von 3615 RM im Vorjahre auf 3691 RM.

Im gesamten Reich wurden 1928 von je 1000 Einwohnern 67,5 veranlagt.

Auf die einzelnen Einkommensgruppen verteilen sich die pflichtigen Einkommen und die Einkommenssummen wie folgt:

Einkommensgruppen	Pflichtige Einkommen			
	überhaupt	%	in 1000 RM	%
Insgesamt	4 210 883	100,00	15 542 662	100,00
bis 1 500 RM	1 864 087	44,27	1 652 844	10,63
darüber .. 3 000 ..	1 171 597	27,82	2 481 751	15,97
" .. 5 000 ..	504 018	11,97	1 930 075	12,42
" .. 8 000 ..	241 675	5,74	1 506 796	9,69
" .. 12 000 ..	211 461	5,02	2 085 060	13,42
" .. 16 000 ..	86 078	2,05	1 183 647	7,62
" .. 25 000 ..	72 379	1,72	1 419 297	9,13
" .. 50 000 ..	42 276	1,00	1 417 290	9,12
" .. 100 000 ..	12 335	0,29	832 023	5,35
über 100 000 ..	4 977	0,12	1 033 879	6,65

Von besonderem Interesse ist es, auf die Unterschiede zwischen den einzelnen Großstädten einzugehen. Nachstehend sind sie verglichen in bezug auf den Anteil der veranlagten Einwohner an der Gesamteinwohnerschaft und in bezug auf das veranlagte Durchschnittseinkommen pro Pflichtigen.

	Veranlagte je 1000 Einwohner	Veranlagtes Einkommen pro Pflichtigen
Reichsdurchschnitt	67,5	3691
Summe aller Großstädte	65,9	5957
Großstädte:		
Bremen	77,2	7431
Frankfurt a. M.	72,9	6935
Stuttgart	85,3	6832
Ludwigshafen	49,4	6731
Chemnitz	62,8	6690
Leipzig	72,1	6475
Berlin	74,1	6466
Mannheim	64,6	6462
Düsseldorf	71,2	6372
Karlsruhe	62,8	6343
Hamburg	75,3	6208
Köln	64,2	6022
Dresden	73,0	5773
Kassel	60,5	5732
München	75,8	5670
Augsburg	52,6	5570
Essen	47,6	5557
Wiesbaden	84,1	5516
Hannover	60,9	5377
Dortmund	46,9	5285
Nürnberg	65,4	5144
Breslau	56,8	5094

2 73 20 31 85

neu!



3 x 4 cm Spring-Camera «IKONTA»
RM 35.-
 mit Novar-Objektiv 1:6,3. So klein wie ein Cigaretten-Etui. Prospekte in jeder guten Photohandlung.

Diese Ziffern seien ergänzt durch die Statistik der Einkommengliederung nach Einkommensgruppen für einige der wichtigsten Städte.

Von je 100 Pflichtigen entfielen auf die Einkommensgruppen:

in	bis 8000 RM	über 8000 bis 50000 RM	über 50000 RM
Reichsdurchschnitt.	89,80	9,97	0,41
Berlin	77,73	21,12	1,15
Hamburg	77,83	20,86	1,31
Köln	79,17	20,03	0,80
München	78,82	20,34	0,84
Leipzig	79,66	19,06	1,28
Essen	80,03	19,06	0,91
Dresden	80,91	18,06	1,03
Frankfurt a. M.	76,05	22,64	1,31
Düsseldorf	73,96	25,01	1,03
Stuttgart	75,12	23,73	1,15

DIE GESAMTUMSÄTZE IM DEUTSCHEN REICH 1930

Aus den Ziffern des Umsatzsteueraufkommens für das Reich lassen sich die Summen der gesamten steuerpflichtigen Umsätze berechnen, wenn man der Berechnung den Umsatzsteuersatz von 0,85 Proz. seit und von 0,75 Proz. bis zum 1. April 1930 zugrundelegt. Man erkennt dann den enormen Umsatzrückgang im zweiten Vierteljahr 1931. Für die einzelnen Vierteljahre errechnen sich

nämlich die folgenden Umsätze in Milliarden RM:

- 1. Vierteljahr 1929 ... 31,0
- 2. „ 1929 ... 32,9
- 3. „ 1929 ... 34,3
- 4. „ 1929 ... 35,9
- 1. „ 1930 ... 31,0
- 2. „ 1930 ... 29,2
- 3. „ 1930 ... 29,4
- 4. „ 1930 ... 29,6
- 1. „ 1931 ... 29,0
- 2. „ 1931 ... 24,6

Für den Marktanalytiker ist es interessant zu erfahren, wie sich die Umsätze auf die einzelnen Gebietsteile Deutschlands verteilen. Setzt man die Gesamtumsätze gleich 1000, so entfallen auf die Landesfinanzamtsbezirke:

Berlin	137,8	Mecklenburg-Lübeck ...	13,1
Brandenburg	31,5	München	43,9
Breslau	38,6	Münster	70,6
Darmstadt	16,9	Nürnberg	28,4
Dresden	43,4	Oberschlesien	11,8
Düsseldorf	78,1	Oldenburg	5,7
Hannover	53,0	Schleswig-Holstein ...	28,5
Karlsruhe	35,0	Stettin	22,5
Kassel	41,6	Stuttgart	44,6
Köln	49,3	Thüringen	21,9
Königsberg	15,7	Unterelbe (Hamburg) ...	32,0
Leipzig	57,8	Unterweser (Bremen) ...	10,6
Magdeburg	50,2	Würzburg	18,4

DIE SPARKASSENEINLAGEN IM DEUTSCHEN REICH

Die Vorgänge bei der allgemeinen Stockung des Zahlungsverkehrs in den letzten Wochen haben deutlich die Bedeutung erwiesen, die das Sparkassenwesen für die Gesamtwirtschaft, für das Funktionieren des Geldumlaufs und damit nicht zuletzt für die Kaufkraft weiter Bevölkerungsschichten besitzt. Allerdings muß hinzugefügt werden, daß für den Zahlungsverkehr und für die aktuell wirksame Kaufkraft in ruhigen Zeiten die Sparkasseneinlagen keineswegs von gleicher Wichtigkeit sind wie in Tagen der — berechtigten oder unberechtigten — Angst um die Sicherheit der Ersparnis — des »Runs« und der »Flucht in die Sachwerte«. Denn im allgemeinen sind Gelder, die auf die Sparkasse gebracht werden, nicht dazu bestimmt, in kurzer Zeit wieder in Umlauf gebracht und zu Anschaffungen verwendet zu werden. Der Marktanalytiker, der sich die Statistik der Sparkasseneinlagen für seine Arbeit dienstbar machen will, muß aus diesem Grunde bei ihrer Verwendung vorsichtig sein. Es geht nicht an, aus einem relativ hohen Bestand an Sparkasseneinlagen in einem bestimmten Marktbezirk auf eine günstige Kaufkraftquote in diesem Bezirk zu schließen. Gewiß ist es möglich, daß in einem solchen Bezirk bessere Einkommensverhältnisse gegeben sind als in anderen. Es ist aber stets zu bedenken, daß die auf die Sparkasse gebrachten Gelder zunächst einmal dem für Anschaffungen zur Verfügung stehenden Fonds entzogen werden, und daß somit um diesen Betrag wenn auch nicht die Kaufkraft, so doch die Kaufwilligkeit geschwächt ist. Allerdings gilt dies nur für die »laufenden« Ausgaben, während bei größeren Anschaffungen doch wohl häufig auf die Sparkassenguthaben zurückgegriffen wird; oft werden diese sogar nur für solche Zwecke angesammelt. Die Verwendung der Sparkassenstatistiken für Marktanalysen wird daher ganz verschieden ausfallen je nach dem Charakter und Preis der Ware, deren Absatzmöglichkeiten festgestellt werden sollen.

Der Einzahlungsüberschuß entwickelte sich in den letzten Jahren monatsweise wie folgt:

Monat	in Millionen Reichsmark			
	1928	1929	1930	1931
Januar.....	258,4	279,1	152,3	112,7
Februar.....	198,7	184,4	113,0	95,8
März.....	149,7	126,7	61,0	66,5
April.....	132,9	111,3	74,3	84,2
Mai.....	131,8	93,2	95,9	33,0
Juni.....	136,1	64,8	66,7	
Juli.....	132,7	112,9	91,1	
August.....	177,7	139,7	83,1	
September.....	151,2	129,0	52,2	
Oktober.....	165,8	126,4	37,2	
November.....	171,2	102,2	78,1	
Dezember.....	110,0	8,5	-16,1	

Der Bestand an Spareinlagen bei den deutschen Sparkassen betrug im Mai dieses Jahres rund 11¹/₄ Milliarden. Wenn damit auch erst etwa 45 Proz. des Vorkriegsbestandes erreicht sind, so ist der Aufbau dieses Sparfonds in der Zeit seit der Inflation doch eine imponierende Leistung. Während bis 1929 die Einlagen immer rascher flossen, hat sich in den letzten zwei Jahren der Zugang verlangsamt. Setzt man den Beginn der Einzahlungen auf den 1. Januar 1924 an, so erreichte der Sparfonds die

1. Milliarde in	16 Monaten (April 1925)
2. „ „ weiteren	11 „ (März 1926)
3. „ „ „	9 „ (Dez. 1926)
4. „ „ „	6 „ (Juni 1927)
5. „ „ „	7 „ (Jan. 1928)
6. „ „ „	6 „ (Juli 1928)
7. „ „ „	5 „ (Dez. 1928)
8. „ „ „	5 „ (Mai 1929)
9. „ „ „	7 „ (Dez. 1929)
10. „ „ „	7 „ (Juli 1930)
11. „ „ „	8 „ (März 1931)



**gebrauchsgraphiker
leipzigs 3 · südstr. 117**

arbeiten von ihm in diesem Heft

Die Zahl der Sparer (Sparbücher) und die Höhe der gesamten Spareinlagen weist im einzelnen jahresweise die folgende Entwicklung auf:

Am Jahresende	Spareinlagen in Mill. RM	Sparbücher in Tausend	Durchschnittliche Spareinlage in RM		Anzahl der Sparbücher auf 1000 der Bevölkerung
			auf ein Sparbuch	a. d. Kopf d. Bevölkerung	
1924	595,4	1 723,4	345	10	28
1925	1 093,5	3 871,4	437	27	62
1926	3 181,9	6 346,2	501	50	101
1927	4 839,1	9 164,1	527	76	144
1928	7 205,0	12 497,2	576	113	196
1929	9 330,0	16 200,0	576	146	253
1930	10 800,0	18 250,0	592	168	283

Im einzelnen setzt sich der Einlagenüberschuß folgendermaßen zusammen:

Jahr	Einlagenüberschuß in Mill. RM	Davon sind:		
		Einzahlungsüberschuß	Zinsen	Aufwertung
1924	570,8	548,3	22,5	—
1925	1 100,8	1 017,8	81,7	1,3
1926	1 493,3	1 357,4	133,5	2,4
1927	1 654,8	1 435,6	198,1	21,1
1928	2 367,0	1 939,3	336,8	90,9
1929	2 105,0	1 420,0	480,0	205,0
1930	1 485,0	880,0	550,0	55,0
1924-1930	10 776,7	8 598,4	1 802,6	375,7

DIE PRODUKTION VON MARMELADE IM DEUTSCHEN REICH

ist im Betriebsjahr 1. April 1930 bis 31. März 1931 zum erstenmal statistisch erfaßt worden. Sie betrug in 1000 kg:

Marmeladen und Konfitüren. 37 594
 Obstmus (außer reinem Apfelmus) 9 515
 Gelees 4 840

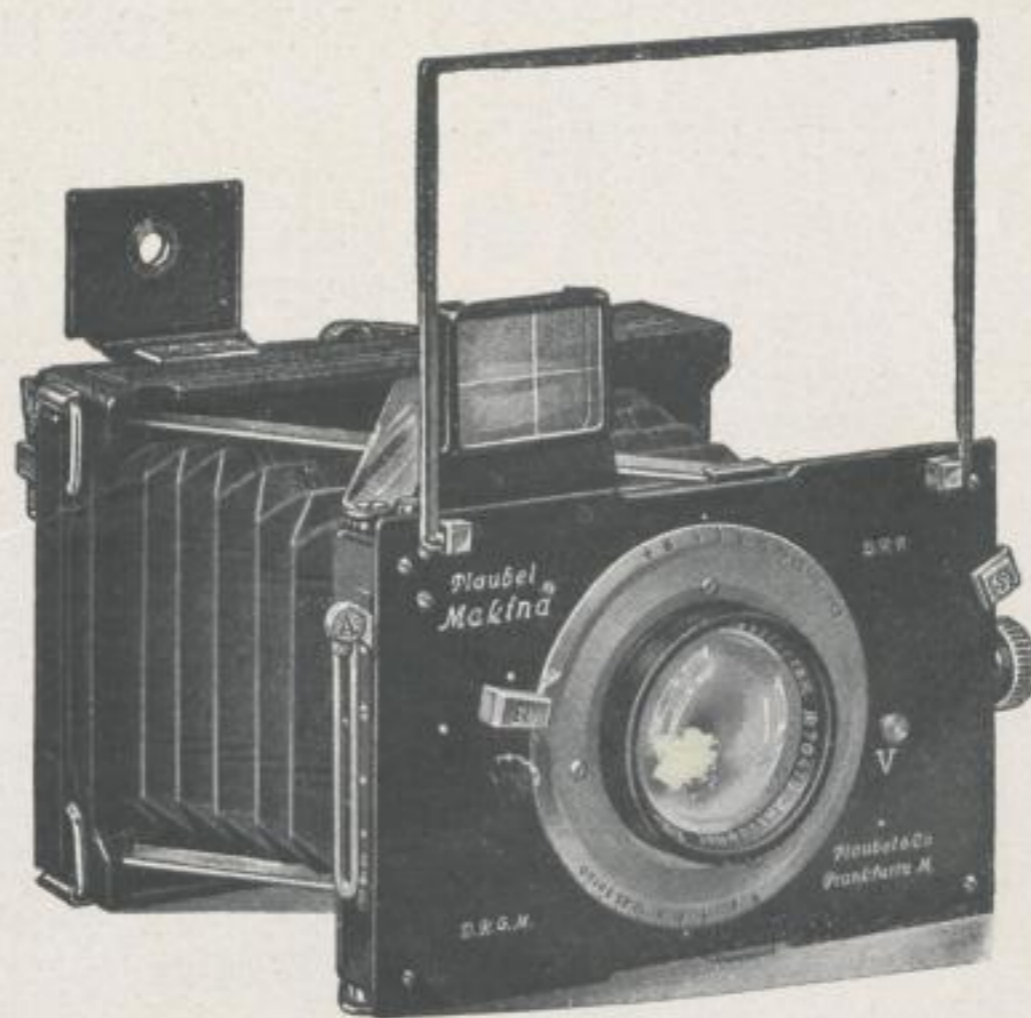
Insgesamt 51 949

Auf den Kopf der Bevölkerung entfielen somit 0,8 kg dieses Brotaufstrichs. Der Butterverbrauch betrug demgegenüber 7,9, der Margarineverbrauch 7,6 kg.

BERICHTIGUNGEN:

In der Juninummer der „Gebrauchsgraphik“ gaben wir den Autor des Artikels „Ist Plakatwerbung vornehm?“ im Inhalts- und Adressenverzeichnis irrtümlicherweise mit Dr. Walter Cyrus an. Der Name des Verfassers lautet: Dr. Wilhelm Cyrus.

In der Juninummer der „Gebrauchsgraphik“ brachten wir in der Publikation „Wettbewerb zur Erlangung von Umschlügen für die Gebrauchsgraphik“ auf Seite 55 einen Plakattendwurf, dessen Verfasser wir irrtümlicherweise mit Karl Düser, Nürnberg, angaben. Die Arbeit stammt von Karl Hermannsdorfer, Laufamholz bei Nürnberg.



DIE WUNDERVOLLE

MAKINA

für Photoleistungen über den Durchschnitt

Eine Taschen-Präzisionskamera besonderer Art und Leistungsfähigkeit. Ein Meisterwerk. Beinahe noch völlige Handarbeit erfahrester Feinmechaniker. Kein Massenprodukt vom laufenden Band! Klein, handlich, außerordentlich stabil und ganz flach zusammenklappbar. Die prachtvolle große Plaubel, in der gewaltigen Lichtstärke von F: 2,9 cm, ermöglicht jederzeit Momentaufnahmen aus freier Hand auch bei schlechtem Licht und Wetter oder mit Gelbfilter. Nachtaufnahmen in hell erleuchteten Straßen, Lokalen, Theatern, Zimmern usw. Haarscharfe, künstlerisch schöne Bilder mit großer Tiefenwirkung.

Die ideale Kleinkamera für den Graphiker

Die Makina gibt immer gleich ein richtiges, genügend großes Bild im altbewährten Format 6 1/2 x 9 cm, so daß man nicht gezwungen ist jedesmal eine Vergrößerung machen zu müssen. Die Makina ist für Filmpacks und Platten 6 1/2 x 9 cm, die überall in der ganzen Welt, an jedem Ort zu haben sind, da internationale Standardgröße! — Visieren in Augenhöhe, daher natürliche Perspektive und keine sog. Bauch- oder Froschperspektive. Preis der Makina RM. 280,— mit eingebautem Selbstauslöser und RM. 265,— ohne Selbstauslöser. Vorführung durch jede gute Photohandlung.

ILLUSTRIERTE MAKINA-BROSCHÜRE GRATIS!

Wauckosin & Co., Frankfurt (M) 90

ADRESSENVERZEICHNIS ZU HEFT 8

KUNSTLER

BAYER, HERBERT, Berlin W15, Kurfürstendamm 211
BOTTCHER, HEINZ, Leipzig S3, Südstraße 117
CORDIER, EUGEN MAX, München, Isabellastraße 23
DUPUY, Professor Roger-Louis, Paris 17e
EHLERS, HENRY, München, Dachauer Straße 25
ENGELHARD, J. U., München, Habsburgerstraße 3
ESCHLE, MAX, München, Rauchstraße 2
GLASS, Professor F. P., München, Königinstraße 27
HOHLWEIN, Prof. LUDWIG, München, Gabelsbergerstraße 36
HOYNINGEN-HUENE, Baron, Paris
IBE, HANS, München, Platenstraße 2
KEIMEL, HERMANN, München, Landwehrstraße 71
LINDNER, RICHARD, München, Unertlstraße 1
LOEDERER, RICHARD A., New York
MAHR, KARL, Oberursel (Taunus), Gattenhöferweg 14
MANRAY, Paris
NEBEL, KARL, Berlin-Wilmersdorf, Nickolsburger Platz 2
OTTLER, OTTO, München, Schellingstraße 37
PARZINGER, TOMMY, München, Herzog-Wilhelm-Straße 22
SCHENKER, KARL, Berlin W10, Matthäikirchstraße 27
SINDEL, FRANZ, München, Boosstraße 5 II
SPIEGEL, WALTER, Hellerau bei Dresden, Schulweg 6
STEINER, JULIUS, Nürnberg, Kaiserstraße 25
STOSCH, ERNST, Essen, Aldegrevestraße 35
TABU, Atelier, München, Tengstraße 5
WALTHER, A., Leipzig S3, Hardenbergstraße 35
WOLFF, WILLY, Berlin W37, Frobenstraße 10
ZIETARA, VALENTI, München, Herzogstraße 97

SCHRIFTSTELLER

FRENZEL, Prof. H. K., Herausgeber der „Gebrauchsgraphik“,
Berlin SW 61, Belle-Alliance-Platz 7-8
PUTTKAMMER, Dr. WALTER, Berlin-Wilmersdorf, Hohenzollerndamm 20
SCHOENBERGER, Dr. GUIDO, Frankfurt am Main, Höhenblick 22
SUHR, WERNER, Berlin W30, Münchener Straße 8

BEILAGEN

GRAPHISCHE WERKSTÄTTEN GERHARDT & TELTOW, Leipzig
FARBENFABRIKEN BERGER & WIRTH, Leipzig
J. W. ZANDERS, PAPIERFABRIKEN, Bergisch-Gladbach
SCHRIFTGIESSEREI A. G., GENZSCH & HEYSE, Hamburg 22

ENTWURF DES UMSCHLAGES:
VALENTI ZIETARA, München, Herzogstraße 97

DRUCK DES UMSCHLAGES:
CHROMOLITH. KUNSTANSTALT A.-G. München 13, Schellingstraße 109



Ein guter Empfang



Das gilt für den Verkaufsbrief wie für den Besuch. Den guten Empfang sichert Ihrem Brief die vertrauenerweckende Ausstattung mit »Feldmühle Special-Bank-Post« dem schönen, griffig-zähen und klangvollen Schreib- und Druckpapier. Verlangen Sie das Angebot Ihres Papiergroßhändlers oder Druckers.
Feldmühle, Papier- und Zellstoffwerke A.-G., Stettin

WERBE-PLASTIK

WERBEPLASTIK
 KUPOR-WERK G.M.B.H.
 MÜNCHEN 25

2 FÜR DIE WERBUNG
 UNTRENNBARE BEGRIFFE



Max Krause
 Briefpapier

Fordern Sie meine Briefumschläge aus
FELDMÜHLE SPEZIAL-BANK-POST
 von Ihrem Lieferanten oder Drucker

MAX KRAUSE, BERLIN

JUNGER GEBRAUCHSGRAPHIKER

in der Praxis gut eingeführt, 5 1/2 jährige lithographische Tätigkeit in großer Verlagshaus, für dasselbe noch künstlerisch arbeitend, sucht jetzt, nach 2 Studienjahren bei einem führenden Berliner Professor, einen neuen Wirkungskreis. — Zuschriften erbeten an

J. L. SCHÄFER, MAINZ, RHEINALLEE 69

AMERIKA
1 9 3 0
AMERIKA
1 9 3 0
AMERIKA
1 9 3 0
AMERIKA
1 9 3 0
AMERIKA
1 9 3 0
AMERIKA
1 9 3 0
AMERIKA
1 9 3 0
AMERIKA
1 9 3 0

DAS NEUNTE JAHRBUCH
AMERIKANISCHER REKLAMEKUNST
 The Ninth Annual of Advertising Art
1 9 3 0
 Herausgegeben von The Book Service Company New York.
 Beste Ausstattung. Mit vermehrten prachtvollen Farbendruckten.
 Preis gebunden Mk. 40.—

Die Jahrbücher bilden das Resultat der alljährlichen Ausstellung amerikanischer Reklamekunst im „Art Directors Club“ in New York und bieten somit einen umfassenden Überblick über die künstlerische Reklame Amerikas von heute. Jedes der Bücher enthält mit namentlicher Angabe des Künstlers und der Reklame-Agentur Entwürfe der besten amerikanischen Reklamezeichner in mustergültiger Reproduktion. Jede Form und Technik des Reklame-Entwurfs findet ihren Vertreter. Umfang pro Werk 170–200 Seiten, Quartformat, gute Ausstattung. Auf bestem Kunstdruckpapier gedruckt.

Von früheren Ausgaben sind noch lieferbar:
 Second Annual geb. M. 28, Third Annual geb. M. 35, Fourth Annual geb. M. 28, Fifth Annual geb. M. 35, Sixth Annual geb. M. 40, Seventh Annual geb. M. 40, Eighth Annual geb. M. 40

ALLEINVERTRIEB FÜR MITTELEUROPA:
PHÖNIX ILLUSTRATIONSDRUCK UND VERLAG GMBH, BERLIN SW 61, BELLE-ALLIANCE-PLATZ 7-8
 Fernsprecher: Dönhoff 5196-5197 Postscheckkonto: Berlin 100812

Printers and

DRUCKEREIEN UND KUNSTANSTALTEN

Studios

GEHR-FEYL

DIE DRUCKEREI
FÜR BUNTDRUCK

BERLIN SW 48 · FRIEDRICHSTR. 16



Wilhelm Falk & Co.

Dresden 19 · Gegründet 1904

Hochgeprägte Reklame-
Plakate / Kalenderrückwände
Spezialität: Wirkungsvolle
Brillantschrift-Plakate

Plakatfabrik Laubegast

MAX FISCHER

Dresden - Laubegast

Kartonplakate i. wirkungsvoller Hoch-
reliefprägung · Kalenderrückwände



Embossed placards
Cuttercrush showcards
DRESDEN-A. 39
Am Urnenfeld 17 Tel. 19482

Stana
Messer
Bandstahlschnitte
Auschlageisen

Karl Letsch
Dresden-A.76

KARTON-PLAKATE und
KALENDER-RÜCKWÄNDE
in Hochreliefprägung
GEHR. MÜLLER



FREI

BROSCHEK & CO

HAMBURG 36

Spezialanstalt
für Kupfertiefdruck
Rotationstiefdruck
für
Massenauslagen

GROSSBETRIEB FÜR
QUALITÄTSBUCHDRUCK



Seit über 200 Jahren druckt anerkannt
leistungsfähig in Frankfurt am Main
BRÖNNER'S DRUCKEREI
Inhaber: F. W. BREIDENSTEIN
Buchdruck, Tiefdruck, Buchbinderei. Völlig
neuzeitliche Maschinen · 250 Personen

Wahrscheinlich lesen Sie dieses Inserat,
vielleicht schreiben Sie uns auch - jedoch mit
Sicherheit können wir nur dies behaupten: Wir
liefern farbige Prospekte und Broschüren in
einer Ausführung, die Ihnen Vorteile bietet.
Unsere Adresse: Martin Philipsen, Berlin NO 55
Druckerei - Gesellschaft seit dem Jahre 1873

Printers and Studios

DRUCKEREIEN UND KUNSTANSTALTEN

**Deutschlands
größte
Werk-
und Industrie-
Druckerei**

**Spamersche
Buchdruckerei
Leipzig**



A. WOHLFELD, MAGDEBURG
Gegründet 1854

DIE FÜHRENDE QUALITÄTSDRUCKEREI FÜR DIE INDUSTRIE UND DEN INTERNATIONALEN VERLAG / BESONDERS LEISTUNGSFÄHIG IN SCHNELLSTER HERSTELLUNG MEHRFARBIGER ZEITSCHRIFTEN IN GROSSEN AUFLAGEN / MUSTERGÜLTIG IM KATALOG-DRUCK FÜR DIE INDUSTRIE / ANERKANNT UNÜBERTROFFEN IM VOLLENDETEN BILDER-DRUCK FÜR DEN VERLAG / SPEZIALITÄT: FREMSPRACHLICHE DRUCKSACHEN

900 MITARBEITER - 40 DRUCKPRESSEN - MONOTYPESETZMASCHINEN - ÄTZANSTALT




Holzutensilien-Fabrik für das graph. Gewerbe
Georg Thieme & Co., Leipzig C1
Ellenburger Straße Nr. 53 / Fernsprecher 60 017

Ständige Musterausstellung. Deutsches Buchgewerbehaus, Leipzig, Dolzstr. 1, Saal 4



Bookbinders-service

WER BINDET BÜCHER?



MUSTER-SCHMIDT
BERLIN S 42
WASSERTORSTR. 46/47

**SONDERHEIT:
EINBÄNDE IN
SUPERFLUID**
LIZENZINHABER
FÜR DEUTSCHLAND



FRITZSCHE-HAGER & Co.
**BUCHGEWERBLICHE
BETRIEBE**
LEIPZIG-BERLIN

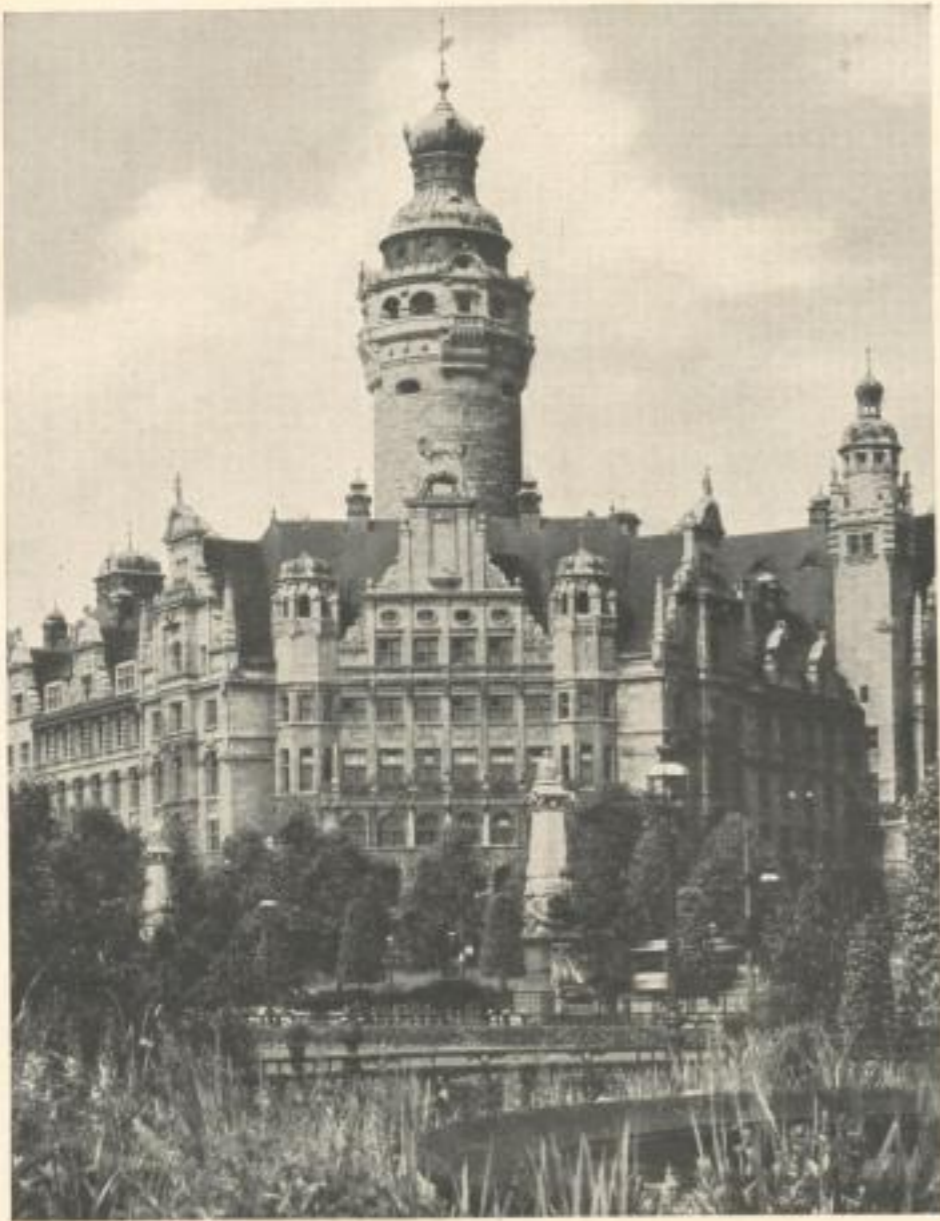
H. SPERLING
Leipzig-Berlin

EINBÄNDE FÜR
VERLAG, INDUSTRIE
HANDEL

GROSSBUCHBINDEREI

MEIK G. M. B. H. LEIPZIG
MASCHINEN FÜR DIE PAPIERBEARBEITUNG C 1. Gg.

HEFTMASCHINEN, BALLENPRESSEN
SPEZIALMASCHINEN ALLER ART
MESSERSCHLEIF- UND PERFORIERMASCHINEN



BERGER & WIRTH



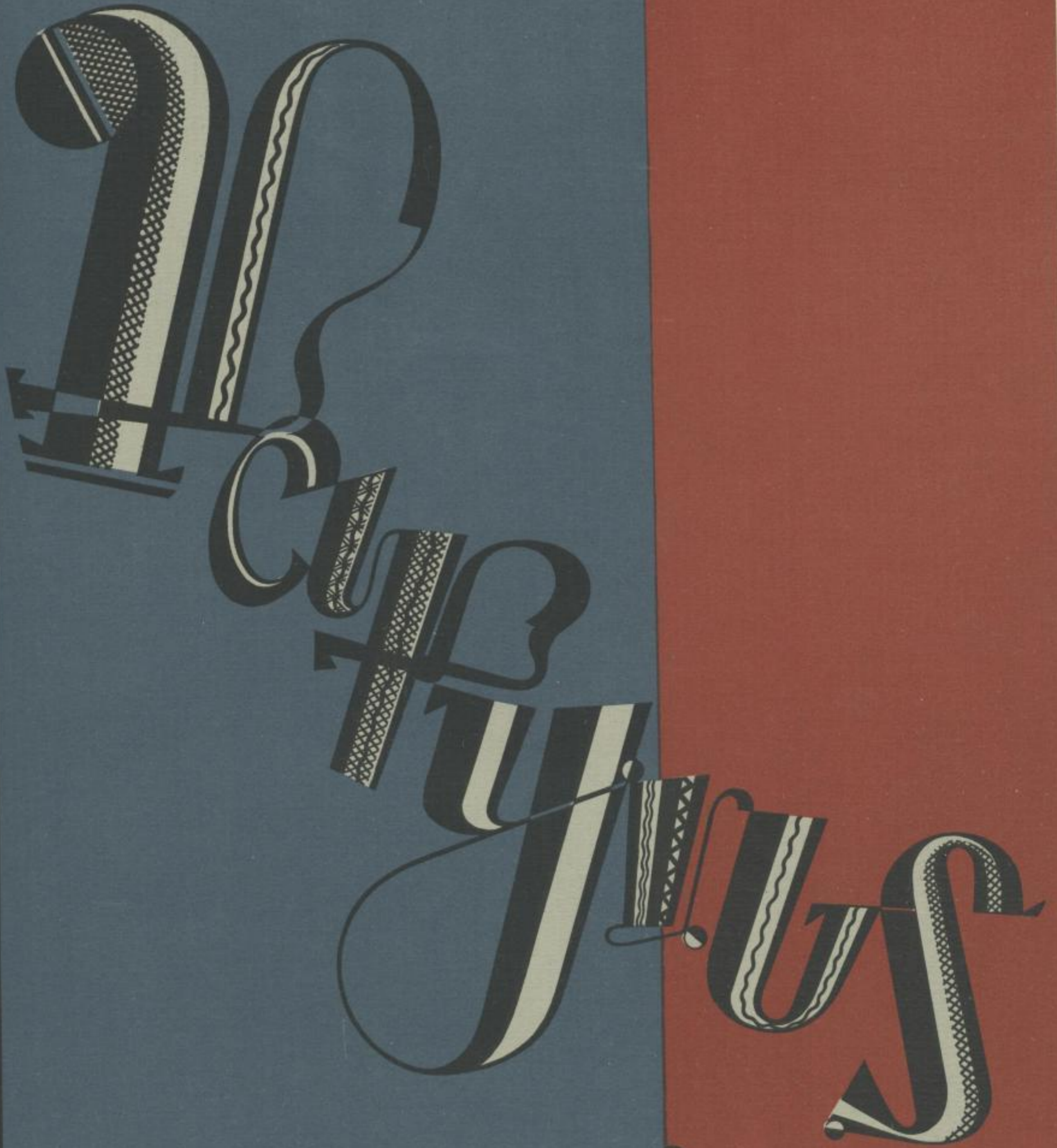
Das Universalschwarz

für alle täglichen Arbeiten im Akzidenz-,
Werk- und Illustrationsdruck! Für alle
Papiere gleichgut geeignet. Schöne
tiefschwarze Wirkung mit edlem Lüster
und hohem Glanze. Zeichnet vorzüg-
lich. Schlägt gut weg und trocknet gut,
ohne auf den Walzen zu trocknen. Ist
jederzeit gebrauchsfertig und bedarf
keinerlei Zusätze.

Diese Einheitsfarbe erhalten Sie unter:
Universalschwarz 3088
zum Preise von 3.— GM per kg bei den

BERGER & WIRTH
Farbenfabriken Leipzig

SCHREIBMASCHINENPOST



PAPYRUS
J.W. ZANDERS
PAPIERFABRIK
BERGISCHE GLADBACH



PAPYRUS

Gedruckt auf Lagerteile: Jan Wellem Karton, Farbe 14 grau

Outdoor
advertising

PLAKATANSCHLAG UNTERNEHMUNGEN IN DEUTSCHLAND

in
Germany

DORTMUND

538 000
Einwohner



FR. WILH. RUHFUS
DORTMUND

Städtisches Anschlagwesen

Jetzt 300 Säulen und Tafeln.

VORDER-PFÄLZISCHER INDUSTRIEBEZIRK



PLAKATINSTITUT DER STADT
LUDWIGSHAFEN AM RHEIN

HAMBURG



Hoch- und Untergrundbahn
Straßenbahn
Auto-Omnibusse
Anschlagtafeln
Anschlagsäulen

HOENICKE & KYPKE

Hamburg 1
Mönckebergstr. 31

WO
INSERIERE
ICH?

Where can

I advertise?

Volkswacht Bielefeld

Die am meisten gelesene politische Zeitung
ihres Bezirkes:
Ost- Westfalen und lipplische Freistaaten

Nicht allein der große Leserkreis
schafft den Erfolg einer Anzeige.
Erst das gesellschaftliche und kul-
turelle Niveau der Leser gewähr-
leistet, daß aus Ihnen auch wirk-
liche Käufer werden. Erfahrene
Inserenten bevorzugen daher

den

Simplicissimus

Die größte satirische Wochenschrift
Deutschlands

Die Werbeabteilung des „Simpli-
cissimus“ vermittelt Ihnen Künst-
ler von Rang für alle Entwürfe.
Verlangen
Sie unsere Anzeigentarife

Simplicissimus-Verlag, München
Friedrichstraße 18

Dresdner
Anzeiger

Nicht das Blatt
der breiten Masse,
sondern
das Blatt des guten,
kaufkräftigen
Bürgertums

DRESDEN A-1 BREITESTR. 7-9

Rheinische Zeitung

AN-
ERKANNTES
AN-
ZEIGEN-
ORGAN

Das führende Blatt der Republikaner am Rhein
GESCHFTSSTELLE: KÖLN, URSULAPLATZ 16
Telephon: Sammelnummer 22 06 51

Das größte Mittagblatt Süddeutschlands ist die

Münchener Zeitung

Die Schwäbe / Bayerische General / Die Neue Nachrichten / Jugendzeitung

Tagesauflage 110000



Das beliebte Familienblatt
der bayerischen Hauptstadt
• Führend im Sport •

München 28Z Bayerstr.
N157-50
Fernrufe N° 50501-50509

LEHRANSTALTEN

Academies

Kunstgewerbeschule Barmen

Feste Lehrgänge für Gebrauchsgraphiker. Reproduktionstechnische Lehrwerkstätten für Buch-, Stein- und Offsetdruck, Chemigraphie, Lithographie. Abendklassen. Nach 4 und 6 Semestern Abschlußprüfungen. Reifezeugnis nach 6 Semestern.

Beginn: 1. April und 1. Oktober



Private
Dekorations-Schule

C.F. DIECKMANN

BERLIN SW 68
MARKGRAFENSTR. 20

SPEZIALSCHULE FÜR TEXTIL UND KONFEKTION

F R E I

Im Wettbewerb der Entwürfe

wird oft die werbewirksame Arbeit d. künstlerisch höherstehenden vorgezogen. Lernen auch Sie Ihren Entwürfen größere Werbekraft zu geben. Prospekt K 107 über individuellen Fernunterricht in Reklame kostenlos durch

Privat-Lehranstalt
für
Reklame- und Verkaufskunst

Dr. Kurt Th. Friedlaender

Berlin W 8

Kunstgewerbeschule Hannover

Abteilung für Gebrauchsgraphik und Buchgewerbe. Entwurfsklassen und Werkstätten für angewandte und freie Graphik, Schriftkunst, Typographie, Holzschnitt, Lithographie, Kupferstich und Radierung, Photo- und Chemigraphie, Buchbinderei.

Feste Ausbildungspläne und staatliche Abschlußprüfung. Auskunft durch die Geschäftsstelle, Neuer Weg 3A.

Der Direktor: Prof. Jochem, Architekt

STAATL. AKADEMIE FÜR GRAPH. KUNSTE U. BUCHGEWERBE LEIPZIG

Direktor: Prof. Dr. Walter Tiemann

ENTWURFKLASSEN U. WERKSTÄTTEN in Schriftkunst, Typographie, Buchdruck, Buchausstattung, Illustration, Gebrauchs-Graphik, Buchbinderei, freie Graphik, Holzschnitt, Kupferstich und Lithographie. Reproduktionstechnische Werkstätten. Vorbereitender Studiengang. Abendklassen. Vorträge und Vorlesungen

MÜNCHNER LEHRWERKSTÄTTEN

FRÜHER DEBSCHITZSCHULE MÜNCHEN, HOHENZOLLERNSTRASSE 21

KLASSEN FÜR: GEBRAUCHSGRAPHIK, MODEZEICHNEN, TEXTIL, AKT, INNENDEKORATION. EINTRITT JEDERZEIT. ILLUSTR. PROSPEKT FREI

WER LIEFERT KLISCHEES?

Who makes blocks?

GRÜTZMACHER- KLISCHEES



NUR QUALITÄTSARBEIT!

Autotypien, schwarz und farbig
Strichätzungen - Retuschen

Berlin SW 68, Hollmannstr. 17
Fernsprecher: A 7 Dönhoff 4271



GRAPHISCHE KUNSTANSTALT
MERKUR
DRESDEN-A-1
Palmstr. 15
RUF 27809

KLISCHEES AUTOTYPIEN
STRICHÄTZUNGEN
FARBENDRUCK
OFFSET-ÜBERTRAGUNG
GALVANOS
RETUSCHEN + ENTWÜRFE

Busse & Pfefferkorn Leipzig C1 Ruf 25202

Retuschen-
Klischees-Galvanos

F R E I

DER SPRINGENDE PUNKT

JEDER REKLAME
IST DER ERFOLG

HAUSSMANN KLISCHEES

BÜRGEN DAFÜR

FRITZ HAUSSMANN · DARMSTADT
GRAPHISCHE KUNSTANSTALT UND KLISCHEE FABRIK

KLISCHEEANSTALT

EMIL HEUE

LEIPZIG C1

Gegründet 1866 / Ruf 21512
RETUSCHE · ZEICHNUNG

Welchen Drucker



Sie auch fragen:

Schreiber-Klischees und
Photo-Lithos sind ihm

der Inbegriff der Spitzenleistung

WER LIEFERT ENTWÜRFE?

You can
obtain
designs from?



EDMUND BIELECKI

LEIPZIG N 24, KLARA-WIEK-STR. 14

REKLAME-ENTWÜRFE
(Figur, Industrie, Foto) und Werbe-
texte, Reklame- und Verkaufsber-
atung :: Referenzen bekannter
Groß-Inserenten :: Beachten Sie
bitte mein Inserat auf Seite 15
vor Text des Maiheftes

FRITZ HAACK **DÜSSELDORF**
GOLZHEIMERSTR.110 FERNRUF:34169

**JO
PI** ENTWÜRFE
RUF:22218
JO PIEPER
ESSEN
WITTERINGSTR.51

Charal
MALER & GRAPHIKER
BLN.-CHARLOTTENB. 4 • MOMMSENSTR.35
C 2 BLEIBTREU 1358 • A 7, DONHOFF 2195



EMIL DÖRFEL
Berlin SW 61
Plan-Ufer 30

PACKUNGEN
PLAKATE
FIGÜRLICH UND SACHLICH
•
PACKETS
POSTERS
FIGURATIVE AND REAL

RICHARD MATTHIAS
LEIPZIG O 27
WASSTURMSTR. 43c. TEL.: 62264

Willi Petzold-Entwürfe
Dresden
Hiltnerstraße 5
RUF: 32940

**ALF
FRANZEN**
ENTWÜRFE
KÖLN
PIPINSTR.7
FERNRUF:224413

**FRITZ
MÜLLER**
ENTWÜRFE
BERATUNG
DRESDEN
NÜRNBERGERPLATZ 4

Frei für
Alfons Schneider
Leipzig, Braustr. 1

WERBE
KUNST **ENTWÜRFE**
KURT GOEHR
BLN.-REINICKENDORF RLETISTR.13
PLAKAT
INSERAT
PACKUNG

HACHEZ
MALER UND GRAPHIKER
Spez.: Figürliche Illustrationen
Berlin-Wilmersd., Güntzelstr. 9
Uhland 2334
SIEHE MAIHEFT 1928

h
Reklame
für Industrie u. Sport
Buchgraphik
Illustration
Kurt Opitz
Leipzig 124
Paul Heybest. 1
65145

SCHRIFT
INSERATE
PROSPEKTE
**ERICH
RÖSSLER**
LEIPZIG C 1 · RIEBECKSTR. 16
PLAKATE
PACKUNGEN

WER LIEFERT ENTWÜRFE?

You can
obtain
designs from?



„Your trade-mark is really one of the most excellent personal devices that I have seen.“

Clarence Pearson Hornung,
New York City

Verlangen Sie meine Broschüre!

Albert Rabenbauer,
Stockdorf bei München

Safis

TEL. BAERWALD 5188

BERLIN-TEMPELHOF
PREUSSEN-RING 40D

AS

VORNEHME
PACKUNGEN

SCHWABE
LEIPZIG C1 STÜNZERSTR.

REKLAMEARTIKEL

Manufacture of
Advertisement

Sicheren Erfolg
verbürgen unsere geätzten
REKLAME-ARTIKEL

weil sie die wirksamsten Eigenschaften vereinigen: feinste Ausführung, deshalb größte Anziehungskraft, solid. Herstellung, bestes Material, daher Dauerwirkung. Eignung als nützliche Gebrauchsgegenstände, also täglich und stündlich wirkend

Verlangen Sie Prospekte und Muster

METALL-ÄTZWERKE AG. MÜNCHEN 25
TELEGRAMM-ADRESSE MAWAG



Silberbleistifte von der
Gold- und Silberwarenfabrik
GEORG LAUER A. G.
in Pforzheim

INDUSTRIE WERBEMITTEL?

NOTIZBÜCHER
LEDER-ARTIKEL
ANGEBOTSMAPPEN
TASCHENKALENDER

DANN ANFRAGE BEI DER
SPAMER'SCHEN
BUCHBINDEREI LEIPZIG
FERNRUF-SAMM.NR. 64311

PRODUKTIONSLEITER

der mit allen Drucktechniken vertraut ist, der in der Lage ist, sämtl. Kalkulationen selbständig vorzunehmen und den Einkauf sämtl. Materialien genauestens beherrscht, **sucht** passend. Wirkungskreis. Amerika-Praxis. Sicherer Korrespondent. Erbitten Sie Angebote unter B. L. 82 an die Geschäftsstelle der „Gebrauchsgraphik“

Internationale Reklame-Agentur sucht erstklassigen „ART-DIREKTOR“

als **Leiter** der künstlerischen Abteilung ihrer Berliner Zweigstelle.

Es wird ein hervorragender „Visualizer“ gesucht, der imstande ist, andere Visualizer und Künstler anzuleiten. Englische Sprachkenntnisse erforderlich. Langjährige Erfahrungen Bedingung. Angebote mit Lebenslauf, Gehaltsansprüchen und letzter Tätigkeit an den

Verlag der **Gebrauchsgraphik** unter L 81

Gebrauchsgraphikerin

ausgebildet in Kunst- und Gewerkschule sowie Akademie für graphische Künste und Buchgewerbe, sucht Anfangsstellung
Angebote an

Jeanne Sarasin . Bergenthal . Ostpr.-Süd

VERANTWORTLICH FÜR DIE SCHRIFTFÜHRUNG: PROF. H. K. FRENZEL, BERLIN; FÜR DEN ANZEIGENTEIL: A. ENGELBRECHER, BERLIN-LICHTERFELDE
DRUCK: PHONIX ILLUSTRATIONS-DRUCK UND VERLAG G. M. B. H., BERLIN



Monographien zeitgenössischer Gebrauchsgraphiker

HUGO STEINER-PRAG

Herausgegeben von Professor H. K. Frenzel, mit einer Einführung von Dr. Max Osborn

Das Werk würdigt das Schaffen des ausgezeichneten Illustrators und Buchkünstlers auf über 190 Seiten in Großquart. Es enthält rund 225, zum Teil mehrfarbige Abbildungen. Ausstattung: Satz, Druck, Papier und Einband entsprechen dem Inhalt. Einband-Entwurf: Hugo Steiner-Prag.

Ausgabe A, in Leinen gebunden. RM. 20.—

Ausgabe B, mit zwei vom Künstler signierten Original-Lithographien, numeriert 1 bis 100, in Halbpergament gebunden RM. 60.—



LUDWIG HOHLWEIN

Herausgegeben von Prof. H. K. Frenzel, mit einer Einführung von Dr. W. F. Schubert. Ins Englische übertragen von H. G. Scheffauer

Das umfangreiche Werk enthält insgesamt 432 Seiten in Großquart, hiervon 74 Seiten einführender Text in deutsch und englisch, 226 ganzseitige Bildtafeln in bestem Kupfertiefdruck und 64 vollfarbige Kunstblätter.

Ausgabe A, in Leinen gebunden. RM. 36.—

Ausgabe B, numeriert 1 bis 100, signiert, in Leder gebunden . . . RM. 90.—

Die Lieferung der Werke erfolgt auf Wunsch gegen bequeme Monatszahlungen!

PHÖNIX ILLUSTRATIONS-DRUCK UND VERLAG

G. m. b. H. / Abteilung Buchverlag / Berlin SW 61, Belle-Alliance-Platz 7-8

Diese Marke verbürgt Qualität



CHROMOLITHO.
KUNSTANSTALT A.G.
cmk
MÜNCHEN 13.

**UNSERE SPEZIALITÄT
IST QUALITÄT!**

**Wir sind führend in der
Herstellung erstklassiger
KÜNSTLER-PLAKATE
in Offset-, Stein- u. Buchdruck,
äußerst leistungsfähig in
Kartonagen und Packungen,
sowie Massenauflagen in
Prospekten und Etiketten,
geprägt und gestanzt.**

ZIETARA

CHROMOLITHO.
KUNSTANSTALT A.G.
München 13, Schellingstr. 109 T. 53076