

Publikum aufgezo-gen wurde, sondern nur einen informierenden Charakter für die Fachleute haben sollte. Dieser Gedanke konnte natürlich beim ersten Versuch nicht vollkommen entwickelt werden, aber es ist anzunehmen, daß bei späteren Wiederholungen der belehrende Charakter für die Künstler sowohl wie für die Reklametreibenden richtig zum Ausdruck kommt. Besondere Aufmerksamkeit wird man in Zukunft dem Inserat zuwenden müssen, das auf diesem Werbegebiet noch weit hinter dem Plakat zurücksteht.

Die Arbeitsgemeinschaft im Verein Berliner Künstler hatte parallel eine Gemälde- und Graphikausstellung veranstaltet. Bei der Auswahl der Bilder für diese Ausstellung sollte besonders darauf Rücksicht genommen werden, daß sich die Ausstellungsobjekte als Illustrationen für Werbeprospekte, Plakate, zur Ausschmückung von Kurhäusern usw. oder auch als Ehrenpreise bei sportlichen oder festlichen Veranstaltungen in den Kurorten verwenden ließen. Der Verkaufserfolg dieser Ausstellungsgruppe darf nicht als Erfolg gewertet werden, denn die Verkehrsgesellschaften und Reichsbehörden, die sich zum Ankauf von Bildern bereit erklärten, taten dies nur unter sanftem Druck des Kultusministeriums. Durch solche Maßnahmen werden zwar einige Maler Bilder abgesetzt haben, aber als eine Förderung der Kunst kann man es wohl nicht bezeichnen, auch vom propagandistischen Stand-



Und denken Sie daran:

Was Sie auf der Messe Tausenden zeigen und Hunderten verkaufen — zeigen Sie Millionen und verkaufen Sie Hunderttausenden durch

**PLAKAT-ANSCHLAG**

in den rund 260 Orten der

**STÄDTE-REKLAME**

Deutschlands größtes Plakatanschlag-Unternehmen

Zentrale: Frankfurt a. M., Börsenplatz 11

punkt aus sind solche Maßnahmen kaum geeignet, die Kunst dem Volke wieder näher zu bringen; es ist vielmehr ein Bilderhandel auf falschem Wege.  
H. K. F.

## KALENDER FÜR DAS JAHR 1933

Allen Firmen, die uns für dieses Jahr ihre Kalender eingesandt haben, danken wir herzlich, und wir wünschen ihnen, daß die damit beabsichtigte Werbewirkung zu einem vollen Erfolg führen möchte.

Wir erhielten Kalender von den Firmen:

Hallesche Farben- und Druckfarbenfabrik G. m. b. H., Halle  
Weiß & Hameier, Ludwigshafen a. Rhein  
Rieker & Co., Schuhfabriken, Tuttlingen (Wttbg.)  
U. Levi, Graphische Kunstanstalt und Druckerei, Stuttgart  
Osram G. m. b. H., Berlin O 17  
Spamersche Buchdruckerei, Leipzig  
J. C. König & Ebhardt, Hannover  
Quack & Fischer G. m. b. H., Viersen  
L. Schwann, Düsseldorf  
Bauersche Gießerei, Frankfurt a. Main  
Adrema Maschinenbaugesellschaft m. b. H., Berlin NW 87

Vaterländische Verlags- und Kunstanstalt, Berlin SW 61  
Gebr. Feyl, Berlin SW 68  
Farbenfabriken Fischer, Naumann & Co., Ilmenau (Thür.)  
Gerasch, Leipzig  
Graf & Schumacher G. m. b. H., Kunstdruckerei, Düsseldorf  
Oscar Jaeger, Farbenfabrik, Berlin SW 19  
Etzold & Kießling A.-G., Kunstanstalt, Crimmitschau (Sa.)  
S. L. Cahen, Berlin SW 19  
Carl Warnecke, Halle a. d. S.  
Carl Schünemann, Bremen  
Carl Werner, Großdruckerei, Reichenbach i. V.  
A. Bagel A.-G., Düsseldorf  
Kunstdruckerei Sebastian Malz, Berlin SW 11  
Jagdmann & Bohm, Hamburg 1  
Union Deutsche Verlagsgesellschaft, Stuttgart  
Förster & Borries, Zwickau i. Sa.