

Erasmus-Drucke. Erasmus-Druck, Berlin S 42. Das Werbeblatt für die Eigenwerbung zeigt die gemeinsame Anwendung von vier verschiedenen Techniken: Gummidruck, Buchdruck, Reliefpressung und Metallpressung. Es ist bewunderungswürdig, mit welchem feinem Takt die vier Techniken dem Ganzen dienen. Solche Demonstrationen, die zeigen sollen „Was wir alles können“, bekommen leicht etwas aufdringlich Protziges. Das ist hier durchaus vermieden. Das Werbeblatt macht im Gegenteil einen vornehmen, diskreten Eindruck. Auch die anderen Proben, die die Mappe enthält, sind — wenigstens drucktechnisch — gut gelungen.

Dagobert I

Kleinpropaganda der Bauer'schen Gießerei, Frankfurt a. M. 1. Futura prasens perfecta sempiterna. 2. Bernhard-Fraktur. 3. Messing ist Gold wert. 4. Im Reiche der lebendigen Ruhe. Diese entzückende Kleinpropaganda verdient es, Sammelobjekt zu werden. Das länglich schmale, immer gleichbleibende Format schon allein verlockt dazu.

Kleine Futura-Probe. Bauer'sche Gießerei, Frankfurt a. M. Das elegante Heftchen bringt Beiträge von Aerzten und Psychologen über die Vorzüge der Futura. Es war ein guter Gedanke, auch einmal Urteile bekanntzugeben, die von Kreisen stammen, welche den eigentlichen Berufsinteressen des Buchdruckers fernstehen. Der Umschlag in Silberfolie mit Blau und Schwarz zeigt ein Bildnis Paul Renners, des Schöpfers der Futura. Die „Kleine Futura-Probe“ ist — nehmt alles nur in allem — wieder ein Kleinod moderner Druckkunst.

Silvia. Streifen-Kunstdruck. Holzfrei. C. L. Cahen, Berlin SW 19. Das immer noch unentbehrliche Kunstdruckpapier, das an sich nicht eben zu den sympathischsten Papiersorten gehört, erfährt durch diese zarte Streifung eine angenehme Belebung, ohne daß die Abbildungen im geringsten darunter leiden. Das Papier wird in verschiedenen Tönen und Stärken angefertigt.

Henry Ostfeld. Dekoration klargemacht. Verlagsanstalt R. Müller m. b. H., Eberswalde. Das schmale Büchlein bringt für den Lehrling, den Anfänger und für den Ladenbesitzer, der seine Schaufensterdekoration selber besorgt oder sie Hilfskräften überläßt, praktische Ratschläge. Der Verfasser verliert sich nicht in Einzelheiten, die den Lernenden so leicht verwirren; Ostfeld zeigt das Wesentliche in großen Zügen, einfach, klar in Wort und Bild. Preis 1,45 RM.

Rudolf-Mosse-Kalender-Katalog 1934. Herausgegeben von Rudolf Mosse, Breslau. Aus dem Vorwort: „... die Kalenderanzeige, die bei den Lesern am längsten wirkt, führt im Werbeplan der inserierenden Firmen ein Aschenbrödel-dasein. Dieser Umstand ist darauf zurückzuführen, daß es den Inserenten bisher an einem ausführlich informierenden Kalenderkatalog gefehlt hat. . .“ Wenn man bedenkt, daß es Kalender gibt, die eine Auflage von 700 000 Exemplaren aufweisen, wenn man weiter bedenkt, wie eifrig und sorgfältig der Kalender besonders in Kleinstädten und Dörfern studiert wird, und welches hohe Vertrauen bisweilen der Kalendermann genießt, dann wird man die Kalenderanzeige gewiß nicht unterschätzen. Durch die Kalenderliteratur Deutschlands ist dieser Kalenderkatalog ein vorzüglicher Wegweiser und Ratgeber. Es gibt keinen bessern.

Wir. J. G. Faber & B. I. Hesse, Berlin W 15. Ein sehr aparter und trotzdem origineller Werbe-prospekt. Entwurf: Zabel.

Der formschöne Schreibmaschinenbrief. Wanderer-Werke A.-G., Schönau-Chemnitz. Die Broschüre enthält eine kleine Auswahl wirklich formschöner Schreibmaschinenbriefe und eine kurzgefaßte Anleitung, wie diese Formschönheit zu erzielen ist. Eine sehr ansprechende, geschmackvolle Werbeschrift. Umschlag von Straub.

Die Neon-Leuchtröhren als Werbemittel. Von Zivil-Ingenieur P. Möbius. Verlag G. Reiters Erben G. m. b. H., Ilmenau i. Thür. Preis 2,50 RM. Engste Zusammenarbeit mit der Leuchtröhren-fabrik der Osram-Philips Neon A.-G., Berlin, die auch den größten Teil der Abbildungen bereits ausgeführter Neon-Leuchtröhren-Anlagen zur Verfügung stellte, ermöglichten dem Verfasser in Gemeinschaft mit einigen anderen Werbefachleuten das Zustandekommen dieses Werkes. Jedem, der mit Beleuchten und Lichtreklame zu tun hat, wie dem Werbefachmann, dem Gebrauchsgographiker, dem Schaufensterdekorateur, dem Architekten, aber auch den Apparatefirmen, den Installationsfirmen, den Elektrizitätswerken werden unmittelbar der Praxis entnommene Hinweise übermittelt. Es geschieht dies stellenweise vielleicht etwas zu anreißerisch, jedoch mit Sachkenntnis. Die vielen Abbildungen sind geeignet, den Text wirksam zu unterstützen, lassen aber gelegentlich leider die beste Qualität vermissen.