

Fritz Börner. Raffiniertes Textschreiben. Verlag Börner, Berlin W 50. Börner erweist sich in diesem Buche als ein trefflicher Texter, als ein vorzüglicher Handwerker und Lehrer des Werbewortes. Er besitzt die seltene Fähigkeit, erklären zu können, was einen guten Text von einem schlechten unterscheidet. Wer ein Texter werden will, wird dieses Buch mit Gewinn studieren. Der Verfasser wendet sich nicht nur an den berufsmäßigen Textschreiber; der Kaufmann und der Reklamefachmann können die in diesem Buche erworbenen Kenntnisse mit Nutzen auch für ihre Korrespondenz und ihre Reklametexte verwenden. Daß eine solche Schulung noch nötig ist, sieht man täglich. Ein Text, wie er augenblicklich an den Reklamesäulen Berlins prangt „So werbe — so wirkt's“ kommt dann hoffentlich nicht mehr vor. Es heißt nicht „Du werbest“, sondern „Du wirbst“, und demnach auch nicht „werbe“, sondern „wirb“. Es fehlt also noch ein Buch über die Anfangsgründe der deutschen Sprache für den deutschen Reklamer, eine Fibel für Reklame-ABC-Schützen. Börners nutzbringende Schrift füllt diese Lücke leider nicht aus. Das kann man auch nicht verlangen. Es muß ja auch Bücher für Fortgeschrittene geben. Durch anschauliche Beispiele aus den verschiedensten Gebieten versteht es Börner, eine Sache überraschend klar und verständlich zu machen. Die Beweise springen dann den Leser förmlich an. Börner gibt wenig Theorie, fast ausschließlich Praxis. Dadurch wirkt sein Buch so überaus frisch und lebendig. Es ist eines der besten Bücher in deutscher Sprache, die über Reklame erschienen sind. Preis für Mitglieder des BDG.: 6 Mk., sonst 10 Mk.

Emda Zweiheit. Emda G. m. b. H., Frankfurt a. M. Moderne Operationsräume, Instrumententische, Zahnbohrmaschinen und ähnliche herzbeklemmende Dinge propagiert diese Reklamedrucksache, die von dem Stuttgarter Gebrauchsgographiker Straub bearbeitet ist. Umschlag und Druckanordnung sind geschmackvoll und vertrauenerweckend, der Druck selber ist sehr sorgfältig.

Ala Zeitungskatalog 1933. Verlag: Ala Anzeigen-A.-G., Berlin. Die neue Ausgabe des Zeitungskataloges der Ala für das Jahr 1933 reiht sich den früheren Ausgaben würdig an. Die Ausgabe berücksichtigt die im vergangenen Jahre erfolgten besonders zahlreichen Veränderungen auf dem Gebiete des Zeitungs- und Zeitschriftenwesens im In- und Auslande. Der Ala-Katalog zeichnet



sich noch dadurch aus, daß er ein Verzeichnis derjenigen deutschen Zeitungen enthält, aus deren Titel der Erscheinungsort nicht zu ersehen ist; die deutschen Fachzeitschriften sind in einem namentlichen Verzeichnis zusammengefaßt. Diese Einrichtungen ermöglichen das sichere und schnelle Auffinden der Blätter. Der sehr stattliche Band umfaßt 654 Seiten nebst 268 Seiten Anzeigen. Diese Inserate sind begreiflicherweise von größtem Interesse und bilden einen nicht zu unterschätzenden Kommentar des Kataloges. Denn wer sich diesen Katalog anschafft, der wird auch die Kunst, Anzeigen zu lesen, verstehen.

Triptyque. Lettres. Arts. Sciences. Revue mensuelle illustrée. Paris. Die nicht umfangreiche, aber vornehm ausgestattete Monatsschrift enthält in Nummer 61 einen Aufsatz „Der Schriftsteller und die Teuerung“. Auch im glücklichen Frankreich zerbricht man sich den Kopf, wie der Not der Schriftsteller zu steuern wäre. In Nummer 2 fesselt besonders „Promenade à Montmartre“ von Francis Carco (illustriert) und der Essai über Louise Hervieu, die, nach den beiden Bildproben zu urteilen, eine Künstlerin von kräftiger Eigenart zu sein scheint.