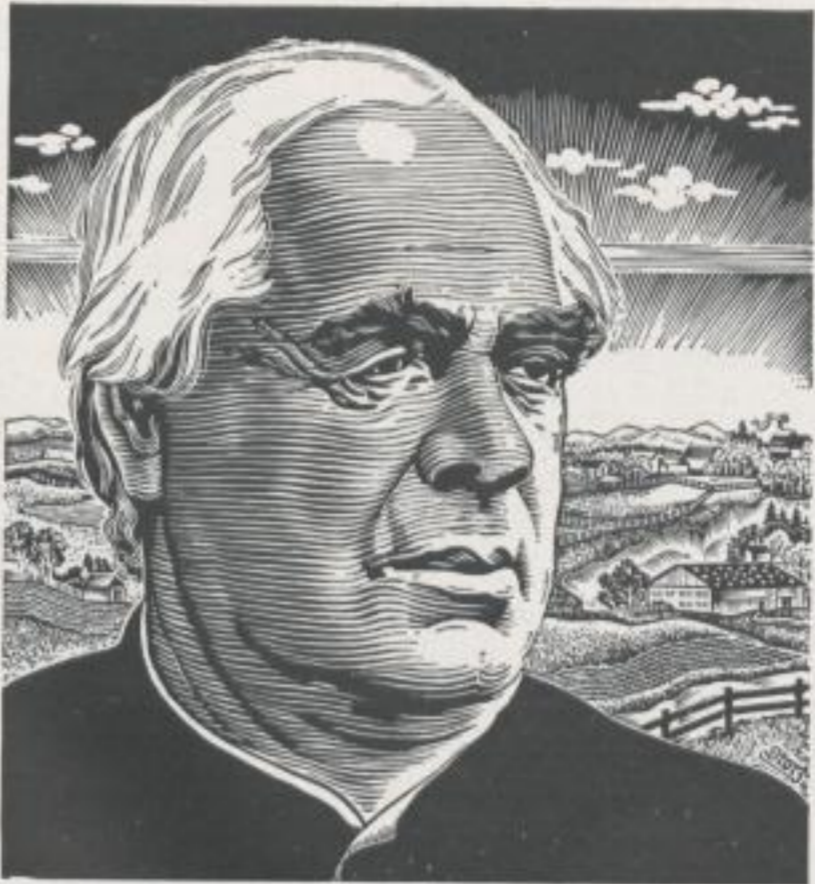


Siebente Anordnung betreffend den Schutz des Berufes und die Berufsausübung des Architekten vom 15. 7. 1935. Ein Sachwortverzeichnis erleichtert das Nachschlagen. Das Buch ist 160 Seiten stark und kostet in Leinen geb. RM 5,50.

Deutscher Buchdrucker-Verein. Jahrbuch 1935. Das Buch macht dem Deutschen Buchdrucker-Verein Ehre. Die Firma Zaberndruck (Franz Rutzen), Mainz, die das Werk druckte und gestaltete, hat ihre Aufgabe in vorbildlicher Weise gelöst. Einzig die Photos und ihre Placierung genügen nicht immer den höchsten Ansprüchen. Der Inhalt befaßt sich mit der Geschichte und den Aufgaben des Vereins in Beiträgen von Albert Frisch, Dr. E. Stock, Alexander Bartosch, Dr. R. Krüger, Franz Rutzen, Alexander Oldenbourg, Dr. H. Borchers, Dr. A. Würfel, Dr. J. Albrecht, Dr. G. Meyding.

Jahrbuch für vorbildliche Anzeigenwerbung im nationalsozialistischen Staate. Herausgeber: Dipl.-Volkswirt A. Brugger. 1935/36. Verlag Pietzsch u. Co. K. G. Dresden. Man muß das vorliegende Buch nach dem Aufgabenkreis beurteilen, den der Verfasser sich gestellt hat. Der Zweck des Buches ist: „Vorschläge für vermehrte und bessere Anzeigenwerbung zu machen.“ Von diesem Gesichtspunkte aus kann man das Werk als gelungen bezeichnen. Ein besonderer Vorzug der Arbeit ist, daß sie sich nicht nur mit den für die Beurteilung dankbaren Großanzeigen befaßt, sondern auch die Kleinanzeige gebührend behandelt. Selbst der Gestaltung der „Nur-Textkleinanzeige“, dieses vernachlässigten Stiefkindes, ist gedacht, und es sind wirklich Musterbeispiele, die angeführt werden. Den abgebildeten deutschen Großanzeigen sind amerikanische Großanzeigen vorangestellt. Die darauffolgenden deutschen Anzeigen unterscheiden sich vielfach nur durch den deutschen Text von der Art der amerikanischen. Der Unterschied zwischen deutscher und amerikanischer Anzeigenwerbung hätte klarer herausgeschält werden können. Es fehlt an einer Reihe von Beispielen typischer deutscher Gebrauchsgraphik. Der eigentliche wesentliche Unterschied zwischen amerikanischem und deutschem graphischem Sehen wird nicht aufgezeigt: das Kompaktere der deutschen Anzeige, die individuellere, kraftvollere, variationsreichere Schrift, die geschlossenerere Einheitlichkeit des graphischen Gesamtbildes. Besonders instruktiv sind dagegen die Ausführungen über die Vorsaison-Werbung, ebenso die Kapitel „Das Inserat im Rahmen der Gesamtwerbung“ und „Die Statistik des Anzeigenfeldes“. Der Anhang bringt alle Verordnungen des Werberats, die Bekanntmachungen des Werberats, Berufsschutzanordnung der Betriebswerber und der Gebrauchsgraphiker, Richtlinien für redaktionelle Hinweise und ein Literaturverzeichnis. Die Ausstattung ist herkömmlich, vorzüglich ist der klare Druck der Abbildungen. Entwurf des Einbandes: Dietrich Offermann, Dresden.

Der Knoten im Taschentuch. Merkbüchlein der Berliner Morgenpost. Verlag Ullstein, Berlin. Das Merkbüchlein enthält einen Postgebührentarif, ein Verzeichnis der Museen und Sehenswürdigkeiten Berlins nebst Besuchszeiten und -taxen, ein Verzeichnis der Sport-



**Lebe gesünder-im Sinne Kneipp's,
trinke Kathreiner,
Den echten Kneipp-Malztaffee!**

plätze und Badeanstalten mit den dahinführenden Fahrverbindungen, einen kleinen Fahrplan sowie ulkige Randzeichnungen und außerdem noch Platz für Adressenvermerke.

Rheinisch-Westfälische Wirtschaftsbiographien. Friedrich Soennecken. Verlag der Aschendorffschen Verlagsbuchhandlung. Münster i. W. 1935. Die bekannte Stahlfederfabrik F. Soennecken blickt in diesem Jahre auf ihr 60jähriges Bestehen zurück. In einer einfach, aber sorgfältig gedruckten Broschüre (26 Seiten) wird das Lebensbild des Gründers aufgezeichnet. Friedrich Soennecken war Erfinder, Techniker, Kaufmann und Schriftsteller, und nicht zum wenigsten dieser Vielseitigkeit verdankte er seine großen Erfolge. Ein Bildnis Soenneckens von Leo Samberger schmückt die lesenswerte Schrift.

125 Jahre Münchener Oktoberfest. 1810—1935. Festschrift. Verlag Knorr & Hirth GmbH. München. Der doppelseitig bunte Umschlag von Paul Neu führt eigentlich schon das ganze Gaudi des Oktoberfestes vor: die Steckerlfisch-Verkäuferin mit den dazugehörigen Steckerl-Brezeln, die Schützen, die Musi, das Kalb mit den zwei Köpfen, den starken Mann, die Kellnerin mit den Maßkrüg' und was noch so alles dazugehört. Auch im Innern der Festschrift fehlt es nicht an lustigen Zeichnungen (von Thöny, Oberländer, Albrecht, Geis usw.) und humorvollen literarischen Beiträgen von Thoma, Ruederer und anderen. Selbstverständlich sieht sich der Werbefritze auch die Anzeigen an und findet es durchaus passend, daß