

Seiten, geboten. Der im letzten Band 190 Seiten lange, reich illustrierte Textteil enthält Aufsätze über die Entwicklung der letzten fünf Jahre von Y. Hedvall, der den Einfluß verschiedener „Stile“ auf die Werbung scharf zeichnet; eine gründliche historische Studie über die Sorgen und Nöte der Zeitungsgründungen im Anfang des 18. Jahrhunderts von W. v. Sydow; das Anzeigenexterieur mit einem praktischen Beispiel; 15 unabhängig voneinander von 15 verschiedenen Firmen gegebene typographische Lösungen derselben Aufgabe — Text, Foto, Format waren gegeben — unter welchen Lösungen die Auswahl der besten schwerfällt; ferner Aufsätze über den Anzeigenvoranschlag, die schwedische Flugwerbung mit einer Anzahl guter Beispiele, den Lichtdruck und über Konsumentenbefragungen in einem Miniaturmarkt, die uns allerdings noch etwas unzulänglich erscheinen.

Ausländische Beispiele werden in einem Kapitel über englische Typographie und in dem bedeutendsten Beitrag des Buches „Revolution durch Reklame“ von G. Johansson behandelt, der an amerikanischen Beispielen staatlicher, kirchlicher, sozialer u. a. Werbemaßnahmen die Bedeutung der Werbung überhaupt analysiert.

Schließlich ist eine Bibliographie der Werbeliteratur 1933-34 aufgenommen.

Das nach Inhalt und Aufmachung gleich ge-

on the cares and worries connected with the founding of newspapers at the beginning of the 18th century by W. von Sydow; the externals of advertising with a practical example; 15 typographical solutions, independent of each other and provided by 15 different firms, of the same task—text, photo and size were prescribed—and it is hard to say which solution is the best; and also articles on the preliminary calculation of the cost of advertising, Swedish aviation advertising with a number of good examples, phototype, and the making of inquiries from consumers in a miniature market, which, however, appear to us still somewhat inadequate.

Foreign examples are dealt with in a chapter on English typography and in the most important contribution from the book "Revolution through Advertising" by G. Johansson who analyzes the importance of advertising in general with the aid of American examples of state, church, social and other advertising measures.

Finally a bibliography of the advertising literature of 1933-34 is included.

The work, of which both the contents and the make-up are of sterling quality, is indispensable for the business advertiser, the graphic artist, the decorator and also for everyone who wishes to obtain information regarding the Scandinavian advertising business. Transl. by W. L. Campbell.

diegenes Werk ist für den Betriebswerber, Gebrauchsgraphiker, Dekorateur, wie für jeden, der sich über die skandinavische Werbewirtschaft unterrichten will, unentbehrlich.

Dr. Anitra Karsten.

Helsingfors die Goldmedaille des Nordischen Reklameverbandes.

In diesem 1. Jahrbuch wird ein Überblick über den gegenwärtigen Stand der norwegischen Werbung gegeben, der für jeden Werbefachmann von Interesse ist. In vorzüglicher Anordnung und sehr guten Reproduktionen werden Inserate, Plakate, Werbeschriften, Packungen usw. gezeigt, die mitunter über die typisch norwegische Lösung hinaus stark wirken.

Wir wünschen den Herausgebern des schönen, instruktiven Werkes für die nächste Ausgabe einen so durchschlagenden Erfolg wie bei dieser ersten Auflage, die schon heute bis auf wenige Exemplare ausverkauft werden konnte.

Dr. Anitra Karsten.

Association at the Nordic Advertising Congress last year in Helsingfors.

This first yearbook contains a survey of the present state of Norwegian advertising which is of interest to every advertising expert. Advertisements, posters, publicity literature, packings, etc. are shown, excellently arranged and very well reproduced, some of which have a powerful effect, in addition to the typically Norwegian solution of the task.

We wish the publishers of this beautiful and instructive work an equally striking success for the next issue, for this first issue is already sold out except for a few copies.

Transl. by W. L. Campbell.