

GEBRAUCHSGRAPHIK

International Advertising Art FEBRUAR 1936

Herausgeber: Professor H. K. Frenzel, Editor. „Gebrauchsgraphik“ Druck und Verlag G. m. b. H., Belle-Alliance-Platz 7-8. Alleinverreter für die Vereinigten Staaten von Nordamerika und Kanada: The Book Service Company, 15 East 40th Street, New York N.Y. - U. S. A. Sole Representatives for the United States of America and Canada



Glasplakatefabrik Offenburg K.G.

OFFENBURG BADEN

INNENPLAKATE
FASSADENSCHILDER
LEUCHTPLAKATE
FENSTER-ANKITTER
SPIEGELPLAKATE
TASCHENSPIEGEL
BAROMETER
THERMOMETER
KALENDER
TÜRSCHONER
ZAHLTELLER
ASCHENBECHER
TECHN.-SKALEN



UNSERE ERZEUGNISSE SIND VORNEHME DAUERWERBUNG

EDOLD



EDLES MATERIAL

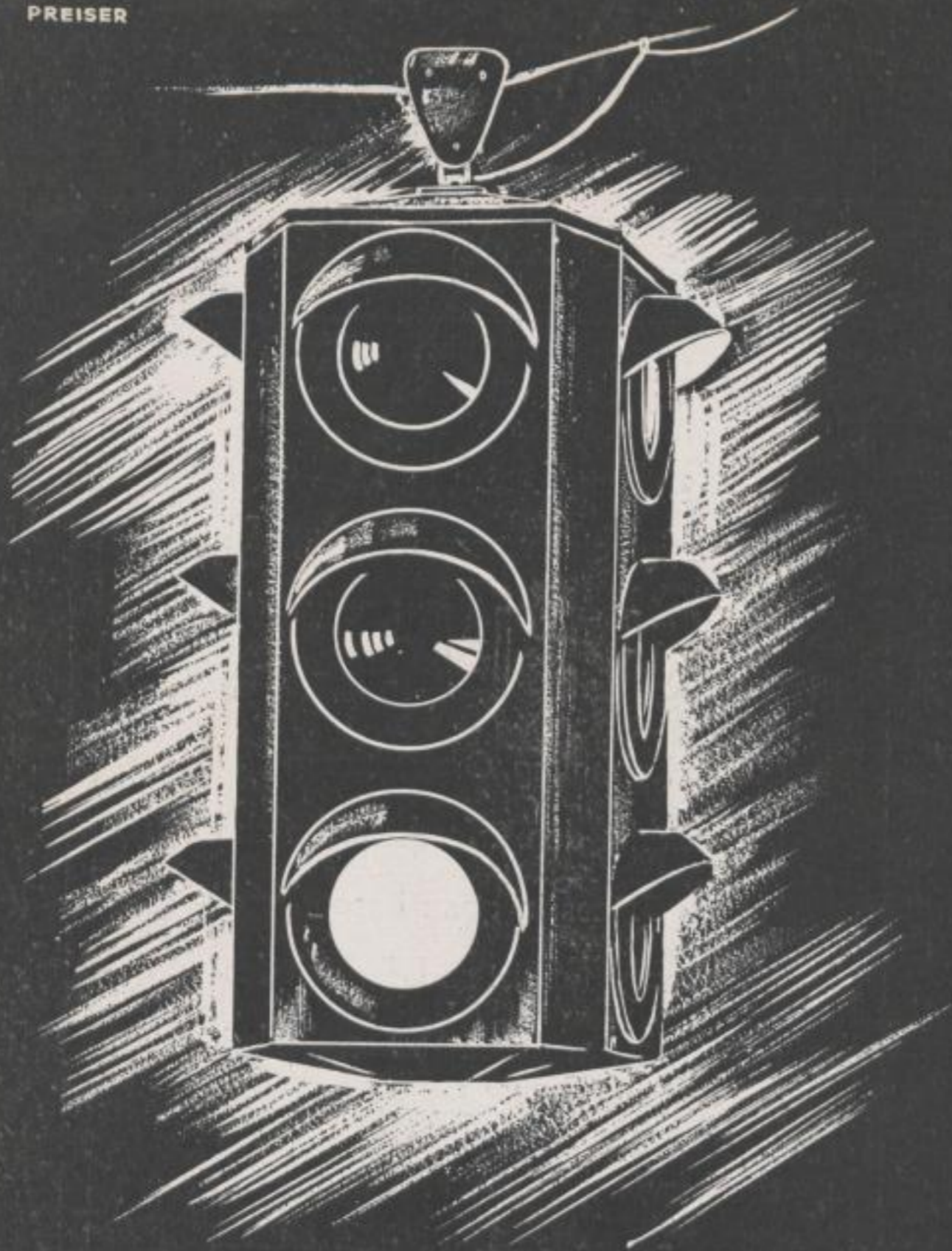
Wie dem Kenner schöner Porzellane die Marken der Manufakturen vertraut sind, die Gewähr bieten für die Schönheit der Form, für Härte und Klang, so haben sich dem Buchdrucker die Namen der Schriften eingepägt, die als edles Material Bewährung gefunden haben und die auch der Auftraggeber zu schätzen weiß. Dieser

Text zeigt einen neuen Schnitt der

FUTURA

dessen Zeichnung, Grauwirkung und Linienstärke den Erfordernissen des glatten Satzes in ganz besonderem Maße angepaßt ist und der sich deshalb durch angenehme Leserlichkeit auszeichnet. Der anspruchsvolle Buchdrucker wird sich den Namen dieses neuen Schnittes merken. Es ist unsere
FUTURA - BUCHSCHRIFT

BAUERSCHE GIESSEREI · FRANKFURT - M



Wir arbeiten für Sie

mit Freude im Bewußtsein Wertvolles zu bieten

Wir werben für Sie

im pulsenden Verkehr der Weltstadt bei Tag und Nacht

Wir schaffen für Sie

den Erfolg durch die vielseitigsten Werbemöglichkeiten

**B V G
VEREINIGTE
VERKEHRS
REKLAME**

Alexanderplatz 1. E2 5636

1805

SCHRIFTGIESSEREI H. BERTHOLD AG BERLIN

bayer-Type

klassisch



modern

ökonomisch

Diese Schrift wurde nach Entwürfen von herbert bayer in drei Garnituren, mager, halbfett und fett geschnitten. Sie zeigt die gleiche meisterhafte Formbeherrschung wie die vielen eindrucksvollen Plakate und Werbe-drucksachen, die dem Namen **bayer** weit über die Grenzen Deutschlands Geltung gegeben und ihn zu einem Begriff gemacht haben. Mit vollstem Recht trägt sie deshalb Namen und Signet des Künstlers: **bayer**-Type. Die Schrift baut sich auf dem sicheren Fundament klassischer Grundformen auf, aber sie läßt deutlich den Willen zur Gegenwart erkennen. Wie bei einem gut konstruierten Bauwerk schließen sich ihre bewußt gestrafften, klug disponierten Einzelformen in übersichtlicher Gliederung zu einer harmonischen Einheit zusammen, die zwischen Form und Zweck das richtige Gleichgewicht hält. So ist denn die **bayer**-Type der bewußte Ausdruck einer im besten Sinne neuzeitlichen Formgesinnung.

Reichs-Werbe-Messe

REKLAME- UND VERPACKUNGSMITTEL-MESSE

im Ring-Messhaus VOM 1. BIS 6. MÄRZ 1936.



Eine umfassende Schau des gesamten
deutschen Werbewesens
und aller Werbe- und Verpackungsmittel.
Alle Auskünfte durch:
Leipziger Messe- und Ausstellungs-
Aktiengesellschaft,
Leipzig C 1, Markt 3, Ausgang A

GALVANOS

RETUSCHEN

AUTOTYPIEN

STRICHÄTZUNGEN

BK
W

KLISCHEES

**BERLINER KLISCHEE
WERKSTÄTTEN**

BERLIN SW 68 FRIEDRICHSTR. 231 FERNRUF: A 9 BLUCHER 4076-77

Ihre besonders große Weichheit sichert unsern

„Elbit“ Gummi-Druckwalzen BAW 300 rot

Die bekannte Überlegenheit nicht nur für Rota-
tions-, sondern für jedweden Buchdruck überhaupt.

Ferner liefern wir in bewährten Qualitäten alle Walzenbezüge
für Offset-, Stein-, Blech- und Zinkdruck / Anilin-
druck / Kupfertiefdruck / Handwalzen aller Art

Sonderheit: *„Elbit“* = Schwammgummi-Feuchtwalzen
und Wasserheber D. R. G. M. für alle Flachdruckverfahren.

Wir sind Spezialisten!
Mehr als 30jährige Erfahrung in der Herstellung von Gummi-
waren aller Art ermöglicht uns, jedwedes Vertrauen in die
Güte und Zweckmäßigkeit unserer Druckwalzen zu rechtferti-
gen. Unsere Walzen sind öl- und säurefest, kaum quellend,
leicht zu waschen, ohne freien Schwefel, von hoher Lebens-
dauer, für Schwarz- und Buntdruck gleich gut brauchbar.

Angebote und Muster kostenlos! Lieferung durch den Fachhandel

Gummi-Werke „Elbe“ Akt.-Gesellschaft
Klein-Wittenberg (Elbe)

Gegründet 1898 ca. 1500 Werksangehörige
Auf der Leipziger Messe: Bugrahaus II. Stock, Zimmer 1

Größte Werbekraft

deshalb

durchschlagender Erfolg.

Stärkstes Werbemittel

deshalb

beste Aussenwerbung.

Billige Preisgestaltung

deshalb

stets bevorzugt!

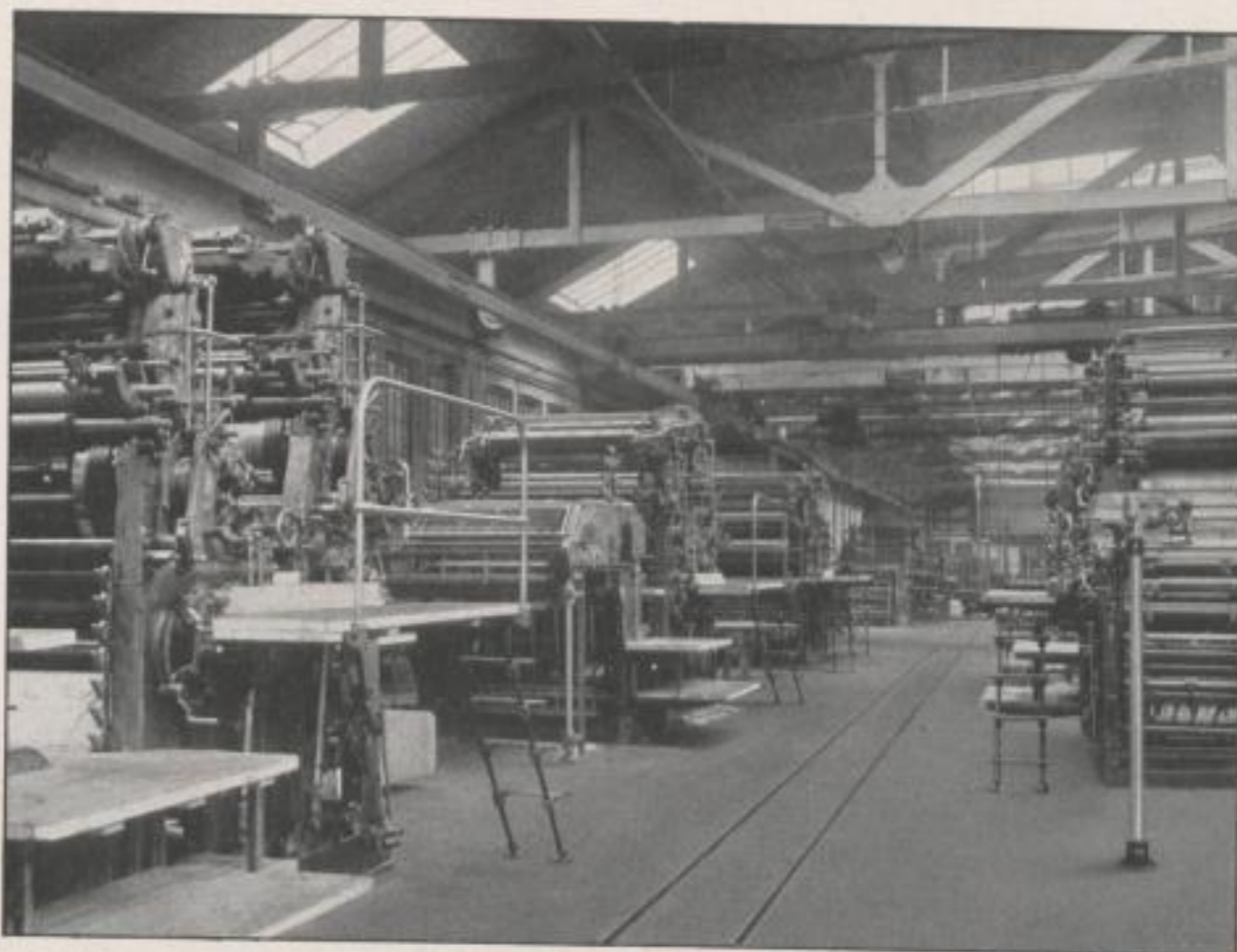
Berek-Säulen

Berlin SW. 19

Grünstr. 17-20

PLANETA

HOCHLEISTUNGS-DRUCKMASCHINEN



Teil der Zweifarben-Offsetpressen-Montage

Besuchen Sie unseren Stand im Buchgewerbehau-
s, Erdgeschoß, Lichthof! Auch diesmal
zeigen wir wieder Neues!

DRESDEN-LEIPZIGER SCHNELLPRESSEN-
FABRIK A.-G., COSWIG, BEZIRK DRESDEN

PLANETA

- ☞ Wer etwas mit Ernst und Würde zu sagen hat /
 - ☞ Wer dem werbenden Worte Bedeutung verleihen /
 - ☞ Wer großen Gedanken angemessenen Ausdruck geben will /
- verwendet für die Druckgestaltung
die männlich-kraftvolle /
die meisterhafte Schrift

Gotenburg

Diese Schrift wurde entworfen von

Friedrich Heinrichsen, Hannover

Schriftgießerei und Messinglinienfabrik D. Stempel AG, Frankfurt-M

MIX & GENEST

AKTIENGESELLSCHAFT
BERLIN-SCHÖNEBERG



FERNSPRECHEN
FÖRDERN
FERNMELDEN

Besuchen Sie uns bitte in
Leipzig auf der Messe im
Haus der Elektrotechnik
Stand 197, vom 1.-9. März



SCHUTZMARKE

Werboa

**DIE PLAKATFARBE
IN DER VOLLENDUNG**
*Unübertroffene Deckkraft
Sämtliche Töne sind*
LICHTBESTÄNDIG

Dr. Fr. SCHOENFELD & Co
DÜSSELDORF

JUP KLISCHEES

INDUSTRIE- UND PRESSEKLISCHEES
BERLIN-TEMPELHOF ♦ RINGBAHNSTRASSE 36
SAMMELNUMMER G5 SÜDRING 6246



PUBLIPHOT

ECOLE DE PHOTOGRAPHIE

PHOTOGRAPHIE
PORTRÄT, REPORTAGE
MATERIAL

ANGEWANDTE PHOTOGRAPHIE
PHOTO-PLAKAT, TYPO-PHOTO

VERLANGEN SIE PROSPEKT

PARIS XVIII.

15, RUE SIMON DEREÛRE
TEL. MONTMARTRE 79-64

A U S S T E L L U N G

Deutsche Werbegeographie 1936

HAUS DER KUNST, BERLIN, KÖNIGSPLATZ 4

10. MÄRZ BIS 13. APRIL

GEÖFFNET TÄGLICH VON 10-19 UHR

ENTWÜRFE UND DRUCKE AUS ALLEN
GEBIETEN DER GEBRAUCHSGRAPHIK

Schutzmarken, Signete, Petschafte und Abzeichen aller Art. Geschäftsformulare vom Briefbogen bis zum Bestellzettel und Warenauszeichnungsschild / Warenpackungen (Kartonagen, Flaschen, Dosen, Einwickelpapier) / Klebmarken (Reklamemarken, Wortmarken, Etiketten, Kofferzettel) / Anzeigen (Inserate in Zeitschriften und Zeitungen) / Plakate, vom gedruckten Klein-Plakat bis zum Entwurf der großen Giebelflächenplakate / Prospekte (Einzelblätter bis zur Buchform, die der Werbung dienen) / Kalenderentwürfe (Kalenderbücher, Kalenderblöcke, Kalenderrückwände) / Zeitungen und Zeitschriftentitel / Buchgraphik (vom Einbandentwurf bis zur Innenausstattung) / Illustrationen von Tageszeitungen bis zum Buch / Modegraphik (Modelfiguren, historische Figurinen) / Schrifttypen-Entwürfe / Typographische Entwürfe von künstlerisch persönlicher Eigenart / Werbearchitektur (Ausstellungs- und Messezwecke) / Ausstattung von Lieferwagen, Formung von Autokarosserien / Amtliche Graphik (Briefmarken, Münzen, Plaketten, Urkunden, Siegel, Wappen, Verkehrsreklame) / Gelegenheitsgraphik / Werbephotographie

Fachgruppe Gebrauchsgraphiker

in der Reichskammer der bildenden Künste • Berlin W 35 • Blumeshof 6 • Fernruf: B1 9271

Ein Sonderangebot
für alle Freunde der
Plakatkunst: Das

Hohlweinbuch

jetzt für **12 RM**



Anzeige aus dem
Börsenblatt Nr. 246/1934

Der Ladenpreis dieses Prachtwerkes, in Leinen gebunden mit Goldaufdruck, betrug früher 32.— RM. Auf Grund des Abkommens, das wir mit dem Verlag laut obiger Anzeige getroffen haben, können wir es Interessenten jetzt für 12.— RM in Originalausstattung anbieten. Das Werk umfaßt 432 Seiten in Großquart, hiervon 74 Seiten einführender Text in Deutsch und Englisch, 226 ganzseitige Bildtafeln in bestem Kupfertiefdruck und 64 vielfarbige Kunstblätter. — Ludwig Hohlweins Schaffen hat sich die Welt erobert. Wer sich für Reklamekunst interessiert, dem bringt dieses Buch Freude und Nutzen. — Da der vorhandene Bestand voraussichtlich bald vergriffen sein dürfte, ist baldige Bestellung zu empfehlen. Auf Wunsch kann die Bezahlung auch in vier Monatsquoten zu 3.— RM erfolgen. (Bestellschein anbei.)

BESTELLSCHEIN

An „GEBRAUCHSGRAPHIK“ DRUCK & VERLAG G.M.B.H.,
Berlin SW 61, Belle-Alliance-Platz 7/8

Ich — wir — bestelle(n) laut Ihrem Sonderangebot:

..... Expl. „Ludwig Hohlwein und sein Werk“, herausgegeben von Prof. H. K. Frenzel, mit einer Einführung von Dr. W. F. Schubert, zum herabgesetzten Preise von 12.— RM (statt 32.— RM) in Leinen gebunden mit Goldpressung.

Betrag ist nachzunehmen — folgt nach Rechnungserhalt — wird in vier Monatsquoten zu 3.— RM beglichen, deren erste bei Lieferung nachgenommen werden kann. (Nicht-zutreffendes bitte zu streichen.)

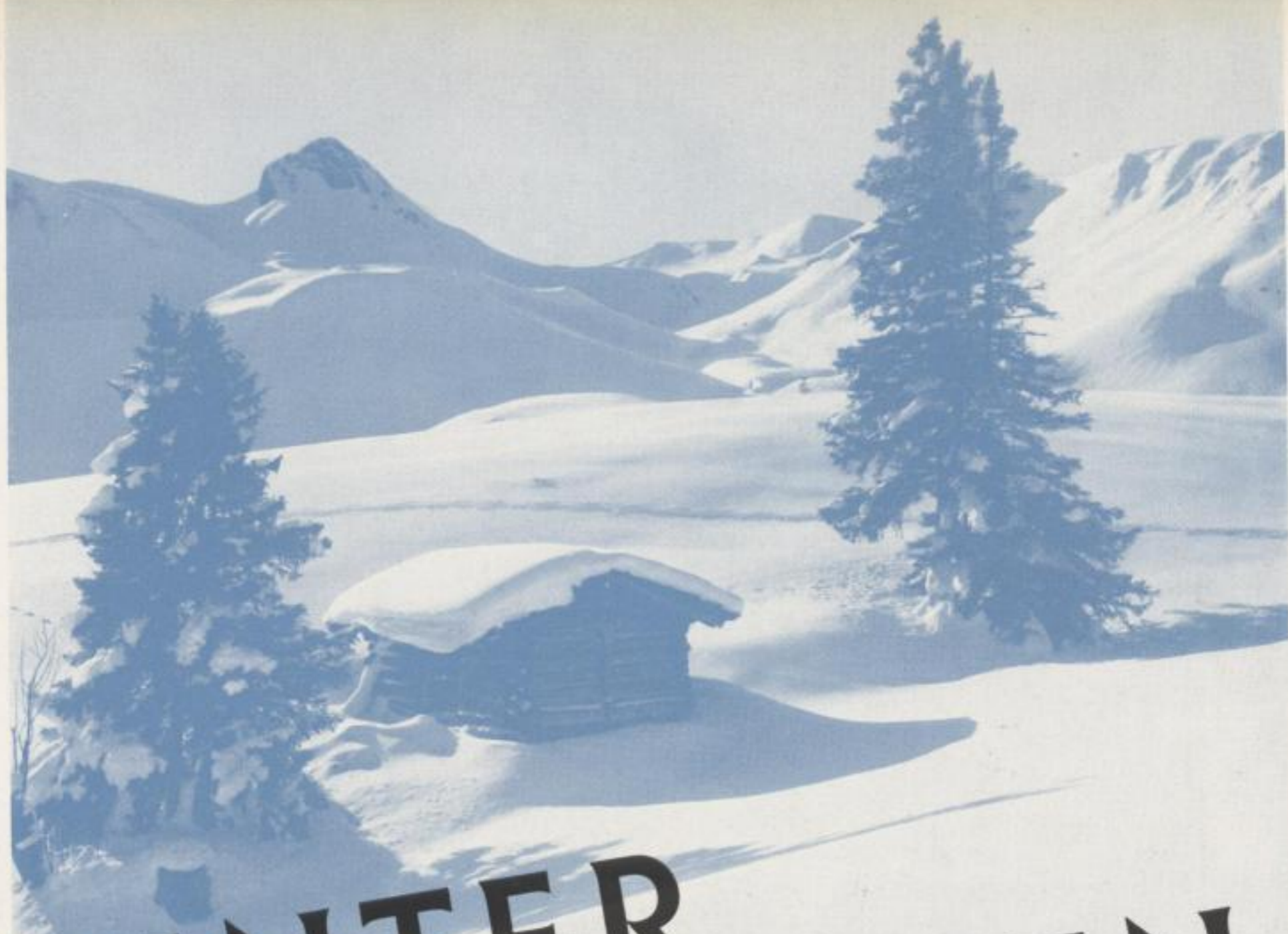
Erfüllungsort: Berlin

Ort und Datum

Vor- und Zunams

Adresse





WINTER MIT SKIKURS UND FERIEN TOURENLEITUNG

Ab Weihnachten bis Ende März werden ununterbrochen ein- und zweiwöchige Sportferien organisiert in Gruppen von zehn bis zwanzig Personen. Die **PAUSCHALPREISE** umfassen Hin- und Rückreise, Pension, Bedienung, Abgaben, Kurs- und Tourenleitung. Besonders wertvoll und zu beachten ist, daß auch die mit Auslandferien verbundenen Skikurse durch einen hiesigen Kursleiter nach schweizerischer Einheitstechnik geführt werden. • Die mondänen Zentren mit teuren Anlässen und Toilettenzwang werden gemieden. Es sind **ERPROBTE, KLEINERE HOTELS** mit aufmerksamer Bedienung und guter, reichlicher Verpflegung vorgesehen in zum Teil noch weniger bekannten, aber gerade deswegen dankbaren, schneesicheren Gegenden, wie zum Beispiel Mellau, Wildhaus, Schruns, Parthenen, St. Antönien, Damüls, Gargellen, Warth, Lech etc. Für **SPORTLICHE ABWECHSLUNG, FRÖHLICHKEIT** und ungezwungen **GEMÜTLICHE ABENDE** wird gesorgt. • Gerade diese an keine Vereinsmitgliedschaft gebundenen Arrangements ohne Massenabfertigung, aber mit allen Vorteilen der Billigkeit und Bequemlichkeit dürften dem Wunsche vieler Spörtler entsprechen. **AUSKUNFT UND ANMELDUNGEN** jeweils bis acht Tage vor Reiseantritt (siehe Inserate) durch

REISESTEUERER ST. GALLEN • NEUGASSE 40 • TELEFON 2434

Druck: Phalanx und halbfette Phalanx • Genzsch & Heyse Schriftgießerei AG, Hamburg

Die Schönheitsskur

IM SCHLAFE...

Unbehinderte Hautatmung während des Schlafes ist die erste Vorbedingung für einen reinen, leuchtenden Teint, für eine zarte und seidige Haut. Während der Nacht scheidet der Körper durch die Hautdrüsen schädliche Abbauprodukte aus, die, wenn die Poren von den Verunreinigungen des Tages verstopft sind, sich im Gewebe ansammeln und die Haut vergiften: der Teint wird grau, welk und unrein. – Versäumen Sie deshalb nie, vor dem Schlafengehen Ihre Haut zur Erhaltung guter Atmung mit dem weichen, milden Schaum der Kaloderma-Seife zu reinigen. Diese wunderbare Seife erwirkt tiefgehende

Reinigung der Poren und führt dem Hautgewebe die wirklich einzigartigen Kaloderma-Bestandteile

Machen Sie einmal diesen Versuch: Waschen Sie morgens und abends Ihre Haut gründlich mit Kaloderma-Seife und warmem Wasser und spülen Sie mehrmals abwechselnd warm und kalt nach. Augenblicklich werden Sie die erfrischende Wirkung dieser einfachen Behandlung spüren. Setzen Sie sie mehrere Wochen lang fort und beachten Sie die auffallende Verschönerung Ihrer Haut und Ihres Teints.

zu, die den Teint zart, rein und durchsichtig machen und der Haut ihre Transparenz und Frische geben.

KALODERMA
DIE *Seife* NACH DER IHRE HAUT VERLANGT

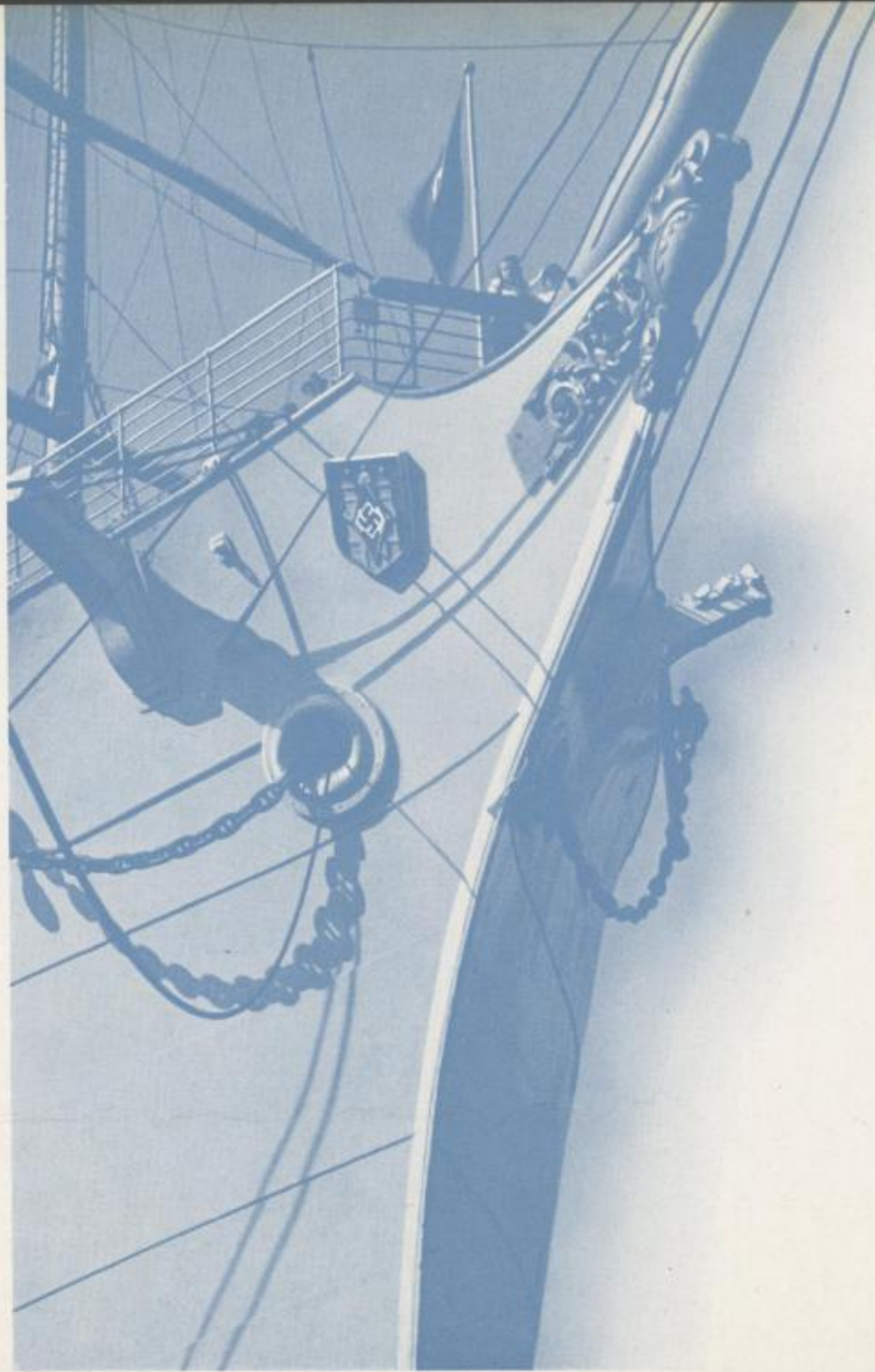
Stück 55 Pfennig

F. W O L F F & S O H N • K A R L S R U H E

Schriften: Bodoni-Antiqua und -Kursiv, fette Antiqua und Arkona · Genzsch & Heyse Schriftgießerei AG, H. A.



H d



BESUCHT
HAMBURG/
DEUTSCHLANDS
TOR ZUR
WELT



Tiefdruckbraun Nr. 9462 matt, überdruckt mit angetöntem Spezial-Glanzlack Nr. 31279 für Tiefdruck

Dieser wunderbare Effekt wurde im Tiefdruckverfahren mit unserem
SPEZIAL-GLANZLACK FÜR TIEFDRUCK

erzielt. Durch dieses neue Verfahren ist in Zukunft jede Druckerei mit Tiefdruckeinrichtung in der Lage, eigene Arbeiten bei sich selbst farbig oder farblos in ganzer oder ausgesparter Fläche mit einem Lacküberzug zu versehen. Der Glanz kann von uns farblos sowie in jeder gewünschten Tönung angefärbt geliefert werden und wird ebenfalls je nach Wunsch halbmatt oder hochglänzend eingestellt.

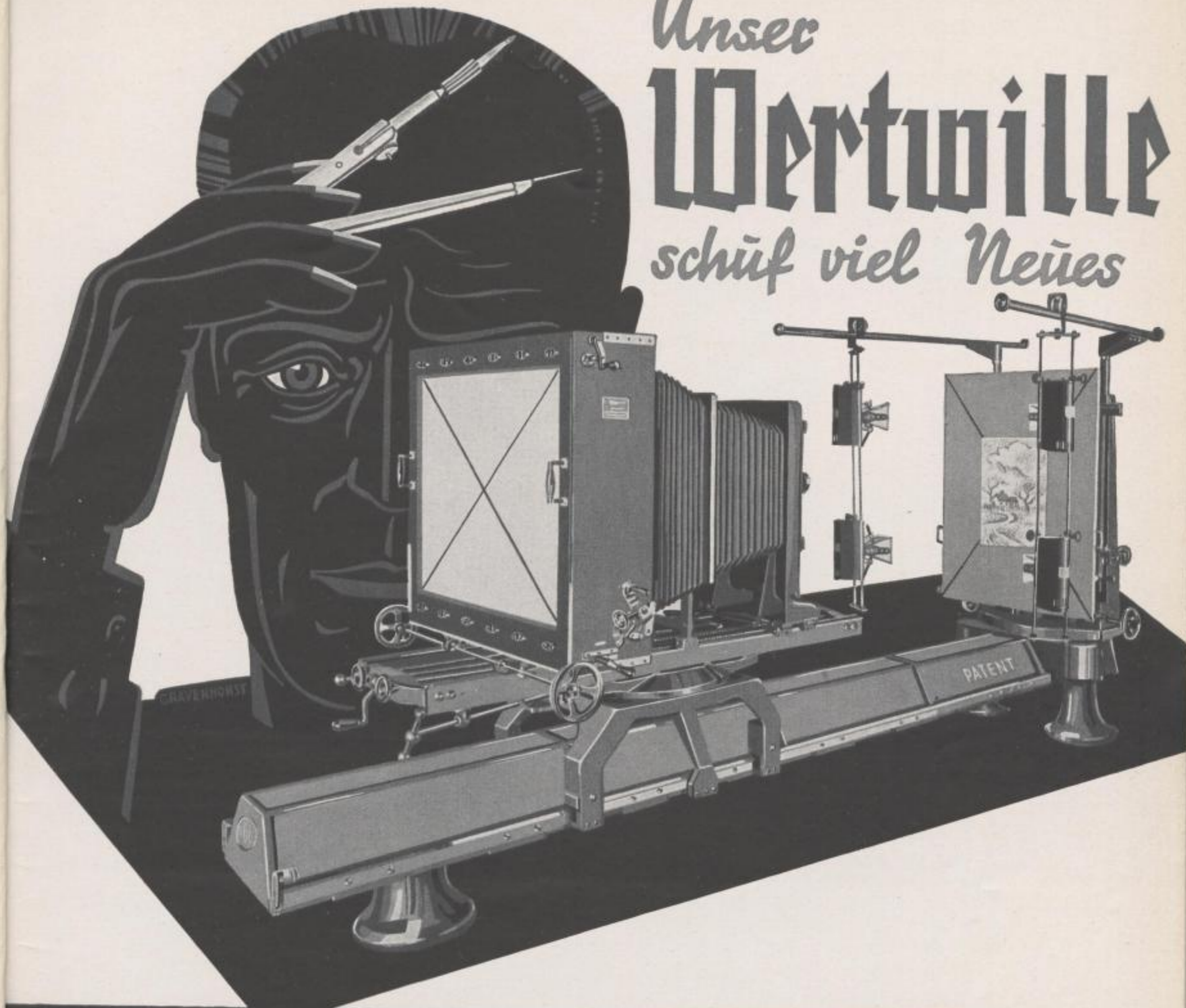
Mit Einzelheiten über dieses äußerst einfache Druckverfahren, das auch zum Überdruck von in anderen Druckarten hergestellten Arbeiten, wie Buchstein- oder Offsetdruck äußerst geeignet ist, stehen wir gern zur Verfügung.

Die bisher üblichen und kostspieligen Lackiermethoden werden durch dieses neue Verfahren im weitesten Maße ersetzt.



Deutsche Druckfarbenfabrik Zülch & Dr. Sckerl - Leipzig N21

Unser
Wertwille
schuf viel Neues



Wir zeigen es unseren Besuchern zur Frühjahrsmesse

Buchgewerbehause, 3. Stock, Ostsaal

H O H & H A H N E L E I P Z I G

H O H L U X

5 grosse Blätter

zur erfolgreichen Werbung

und ihre Haupt-
verbreitungsgebiete



VERLAG KNORR & HIRTH GMBH MÜNCHEN SENDLINGERSTRASSE 80

Gute Druckleistungen
Große Vorteile durch die

GEGRA

Spezialmaschine

Neue Offsetmaschine für Hand und automatische Anlage · Leichte Bedienung
Geringer Raumbedarf · Beste Referenzen
Fabrikation und Verkauf · Ständige praktische Vorführung durch

KIEKEBUSCH

Fabrikations- und Handels-Ges. m. b. H.
Berlin SW 68 · Friedrichstraße 238



BERTH. SIEGISMUND

Inhaber: Otto Lanquillon und Friedrich Kelch
BERLIN SW 68 · ALEXANDRINENSTRASSE 119-120 · A 7 5566

STRICHÄTZUNGEN/AUTOTYPIEN

KLISCHEES
jeder Technik *A 6 Merkur 2853*

CARL TRANQUILLINI
Berlin · SW 19 · Wallstr. 16

GALVANOS / STEREOS / MATERN

Die
RECTOPHOT
FOTOSCHABLONE

*erhöht den Wert
Ihres Vervielfältigers
und die Durchschlags-
kraft Ihrer Werbung*

RECTOPHOT - APPARATE - GESELLSCHAFT M. B. H.
BERLIN W · POTSDAMER STRASSE 4 · FERNRUF: 8 2 LUTZOW 1401

HAUT-PERGAMENT



für Diplome, Bucheinbände,
Kunstgewerbe und dergl.
auch in einzelnen Zuschnitten

CARL WILDBRETT G.m.b.H.

Mühlhausen in Thüringen

...ein Erfolg

*Oliver Minnen um Louisfanden Bond
mit Oliver-Finken Louisfunden Bond!*
D.R.P. 545476

ALLEINHERSTELLER:
Albert Labus Aktiengesellschaft, Berlin SW 68
Sammel-Nr.: A 7 Dönhoff 5096

Qualität

in Gestaltung
und Druck

Wilhelm Limpert, Graphische Betriebe
Berlin SW 68, Ruf A7 Dönhoff 5181
Dresden-A. 1, Ruf 24996

Bitte merken Sie uns vor!

GEBRAUCHSGRAPHIKER

NEISCH-PLAKAT-FARBEN

sind die schönsten und brillantesten Farben für wirkungsvolle Plakat-Entwürfe. Verlangen Sie daher in den einschlägigen Geschäften nur „NEISCH-FARBEN“



NEISCH-POSTER-COLORS

are the finest and most brilliant colors giving your designs the best effect. Please ask at once for our new colorchart which comprises 52 SHADES

COMMERCIAL ARTISTS

HERRMANN NEISCH & CO. / DRESDEN-N. 6



*bewährt -
begehrt!*

**DEUTSCHE
KLISCHEE FABRIKATION**

Karl Weiss
GRAPHISCHE KUNSTANSTALT

BERLIN SW 19, WALLSTRASSE 31
FERNRUF: F 7 JANNOWITZ 5917



**Vergrößerungs-
Verkleinerungs-
Reproduktions-
Apparate**

Drukschriften frei

OKOLI-GESELLSCHAFT
Rudolf Roemer & Co., Stadtilm (Th.) 174
Technische Messe, Halle 12, Stand 167



**PHOTO
LITHOGRAPHIE**

Schmidt & Artinger
**REICHENBACH
VOGTLAND**

FERNRUF 2817

**ENTWÜRFE • MERKANTIL •
SEIT 1892**



WERBEDRUCKSACHEN
IN BUCHDRUCK, OFFSETDRUCK
KUPFERTIEFDRUCK

GRAPHISCHE KUNSTDRUCKEREI

Gebr. Feyl

BERLIN SW 68 • FRIEDRICHSTRASSE 16
FERNRUF: A 7 DONHOFF 3402, 3403, 3404

Verlangen Sie
MARABU
die Original-Plakatfarbe

MARABU
 PLAKATFARBEN

Schicht-Zinn
 MARABUWERKE
 T. 1234

32. Edm-Karmin
 Carmin permanent
 MARABUWERKE A.G. TAMM Würt.

*mit dem
 Punkt!*

MARABUWERKE A.G. TAMM WÜRTTBG

HEUSSLER^{x)}
 & CO · G.M.B.H.
 CHEMIGRAPHISCHE
 KUNSTANSTALT

^{x)} "Heussler-Klischee's"
 "wer hohe Ansprüche
 stellt, kennt sie!"

BERLIN · SW · 68 · KOCHSTR. 5
 TEL:
 F5 · BERGMANN 1640 · 9090

Schmalfette Jochheim Deutsch

Eine wirksame
 deutsche Schrift

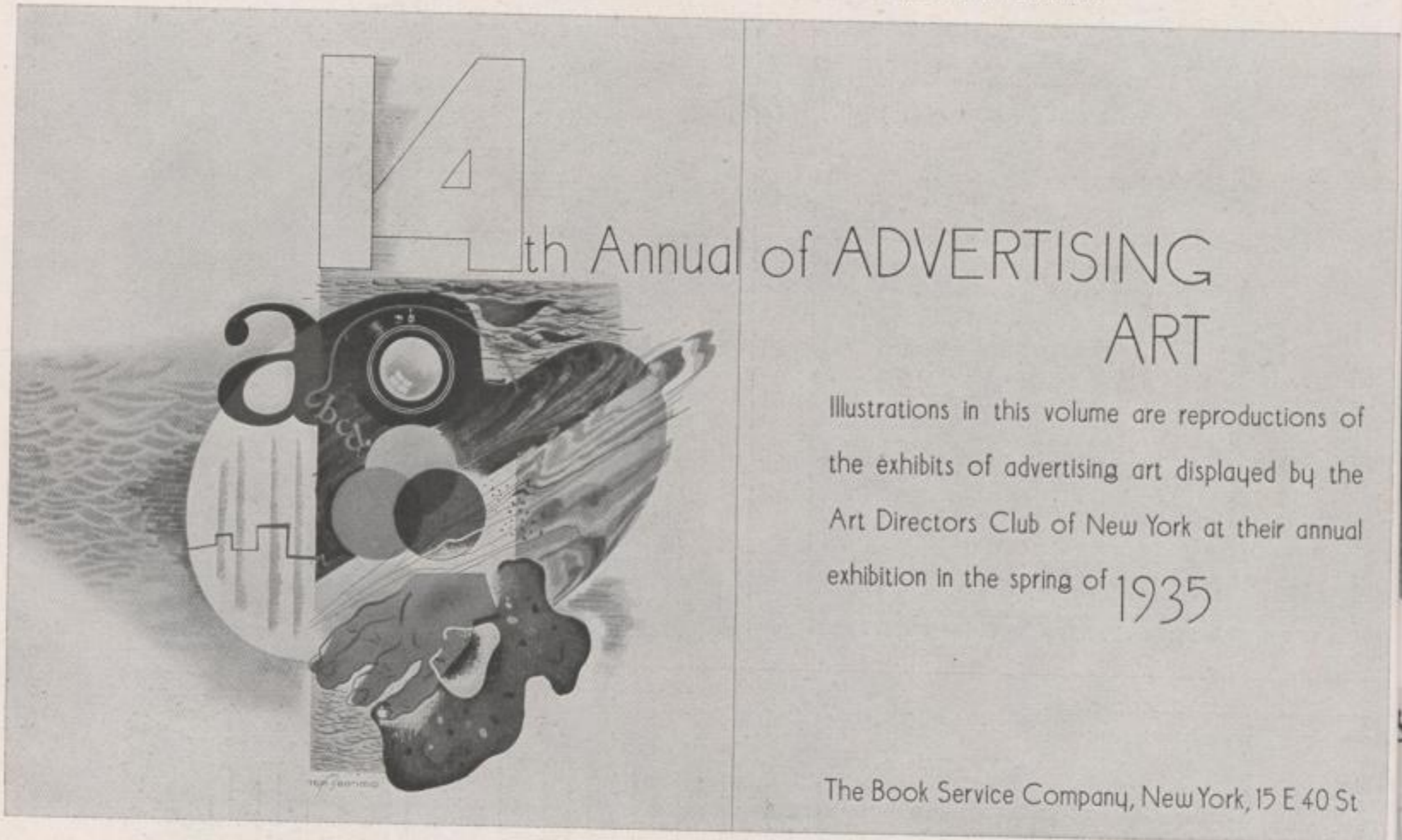
Wilhelm Woellmer's Schriftgießerei * Berlin

14. JAHRBUCH *amerikanischer Reklamekunst*

Soeben erschienen!

Preis RM 22.- für das in Leinen gebundene Exemplar mit 320 zum Teil farbigen Abbildungen

Von früheren Ausgaben sind noch alle bis auf das erste Jahrbuch zum Preise von je RM 22.- lieferbar



In den letzten 14 Jahren hat der Art Directors Club alljährlich eine Ausstellung der Reklamekunst veranstaltet. Die Jahrbücher enthalten das Beste des ausgestellten Materials und bieten daher eine umfassende Übersicht über die jährliche Entwicklung der amerikanischen Reklamekunst. (Siehe Seite 24-33 der November-Nummer.) Beim Verlag gingen viele begeisterte Schreiben von führenden Reklamefachleuten ein. Sie sind ein Beweis dafür, daß die Jahrbücher zu einem Standard-Werk für jedermann geworden sind, der beruflich oder geschäftlich Anteil an der Entwicklung der darstellenden Reklamekunst nimmt. Wenn Sie die vorangegangenen Jahrbücher kennen, werden Sie auch den Wunsch haben, den neuen Band zu besitzen. Wie der Name schon sagt, sollte alljährlich ein Jahrbuch in Ihre Bibliothek gestellt werden. Falls Sie aber bisher versäumt haben, sich die vorangegangenen Jahrgänge zu beschaffen, dann verpassen Sie nicht die gute Gelegenheit, in den Besitz des 14. Jahrbuches zu gelangen.

BESTELLSCHEIN

An „GEBRAUCHSGRAPHIK“ DRUCK UND VERLAG G.M.B.H.,
BERLIN SW61, BELLE-ALLIANCE-PLATZ 7-8

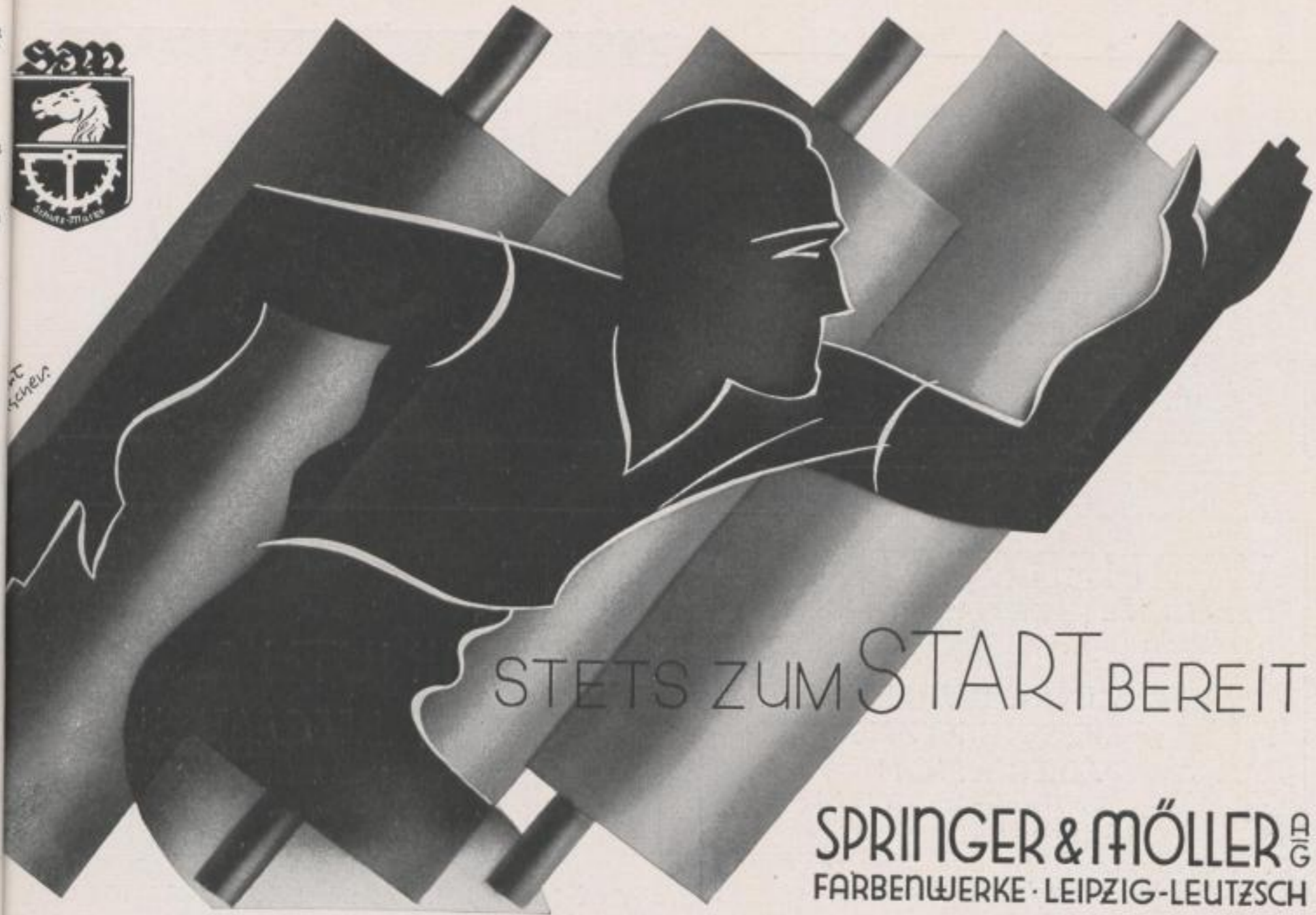
Ich — wir — bestelle(n) laut Ihrem Sonderangebot:

Expl. „**Jahrbuch amerikanischer Reklamekunst**“, Jahrgang, 22.— RM pro Band.
Betrag ist nachzunehmen — folgt nach Rechnungserhalt — wird in vier Monatsquoten zu 5.50 RM beglichen, deren erste bei Lieferung nachgenommen werden kann. (Nichtzutreffendes bitte zu streichen.)
Erfüllungsort: Berlin

Ort und Datum

Vor- und Zuname

Adresse



STETS ZUM STARTBEREIT

SPRINGER & MÖLLER ^{AG}
FARBENWERKE · LEIPZIG-LEUTZSCH

Chromalaun

Kodak

Wulfen

Bendix & Lemke



Graphische Kunstanstalt GmbH Berlin



Billy Nupnau

Fabrik moderner Schaufensterreklame
Heilbronn-Böckingen 3

Plastische Schaufenster-Dekorationen
(KARTONHOHLSYSTEM D.R.G.M.) KARTON UND HOHLBUCHSTABEN

WERNER & SCHADE
BERLIN N 54 KASTANIENALLEE 43
D 4 Humboldt 1011
Gegründet 1905

**ZINK-, KUPFER- UND
MESSING-ÄTZPLATTEN-
FABRIKATION**
für Hoch- und Tiefdruck-
Reproduktionsverfahren

*Auslieferungs-Lager aller Erzeugnisse der Firma
Sillib & Brückmann und Gebr. Freundorfer, München*


KLISCHEES

SCHRAMM & BERGER
DRESDEN-A.1
PILLNITZERSTRASSE 50

Zur diesjährigen Frühjahrsmesse zeige ich auf der „BUGRA“
im Erdgeschoß, Saal 3, meine neueste Konstruktion der:
Pigment-Übertragungs- und Teilmaschine „WUTO“
Rakelmesser-Schleifmaschine „WUTO“
Spezialsetzschiffe für das Texoprint-Verfahren

In meiner Fabrik, Berlin:
Walzen-Dreh-Schleif- und Poliermaschine „WUTO“
Pigmentpapier-Trockenschrank
Walzen-Wasch-Ätz- und Transportwagen „WUTO“
Montagetisch für Tiefdruck und Buchdruck
Stapelwender für Großformate

OTTO WUSCHIG
Berlin SO 36 · Mariannenstraße 31-32 · Tel. F 8 Oberbaum 3186

QUALITÄTSARBEITEN

*Rebner
Klischees*
GR

G. REBNER & CO. LEIPZIG C1



EMIL MINUTH & CO.
ATELIER FÜR DEKORATIONEN
BERLIN W 35, LÜTZOWSTRASSE 95
Sammel-Nr. B 2 1996 Gegr. 1890

MESSE-BAU
GRÖSSTES LEIHLAGER DEUTSCHLANDS

Es ist Ihnen unmöglich

Ihre Kundschaft flott, sauber, in moderner Aufmachung und gewünschter Eigenart zu bedienen, **ohne meine Spritz-Anlage.** Anlernung vollkommen unnötig; meine Gebrauchs - Anleitung sagt Ihnen alles!

Geben Sie sofort Ihre Adresse auf und fordern Sie mein Angebot!

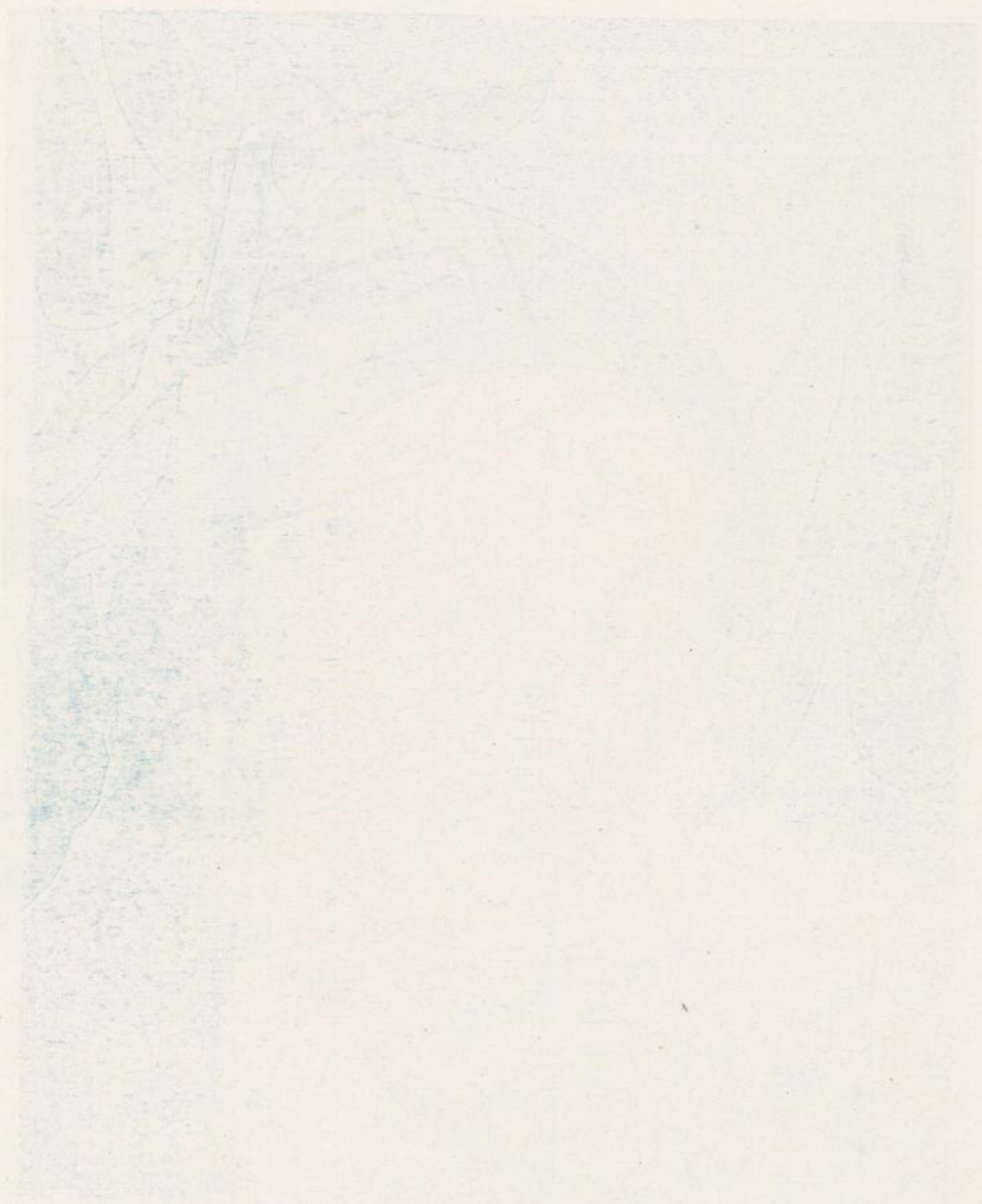


Ihr Fachkollege, Herr Franz Gith, Gebrauchsgraphiker, Bielefeld, Jöllenbeker Str. 273, schrieb am 2. Februar 1936: „Ich bestätige, daß die beiden von Ihnen gelieferten Spritz-Apparate gleichmäßig gut und sauber arbeiten. Der Apparat hat keine Kompliziertheiten, um seinen Wert nach außen hin zu dokumentieren. Er ist auf praktischste konstruiert, und sind Handhabung und Reinigung sehr einfach. — Nervosität kann nicht aufkommen, da die Arbeiten ohne jede Störung gelingen. Der Apparat hat das gehalten, was er versprochen, und ich kann ihn als Präzisions - Apparat mit gutem Gewissen empfehlen.“

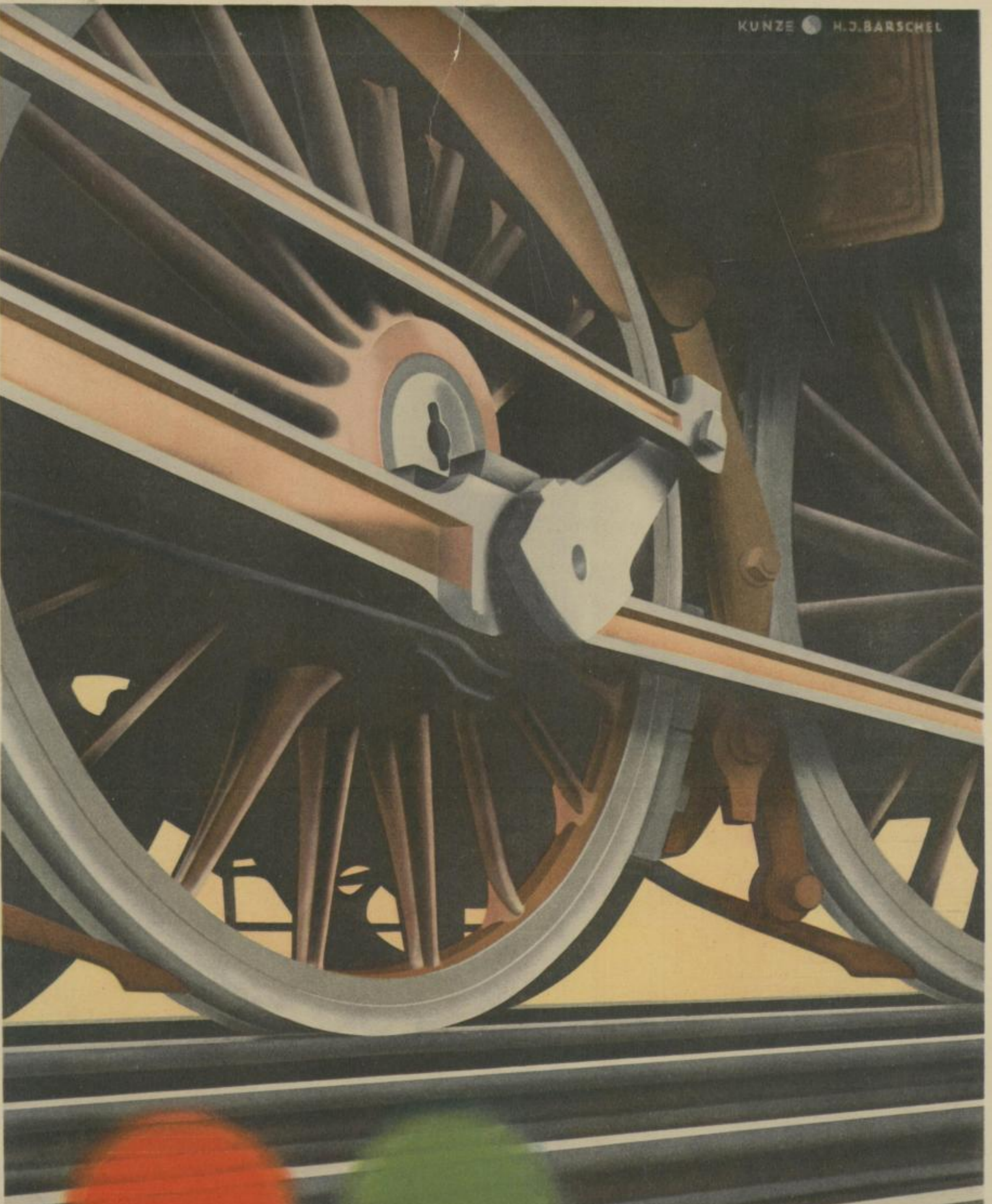
CURT HIEKEL, LEIPZIG N42
Seit 30 Jahren! **BÖLCKESTRASSE 109 Ga** Seit 30 Jahren!
Spezialfabrikation von Spritzapparaten f. alle graphisch. Zwecke



Gedruckt mit unseren Farben
Kast & Ehinger, G. m. b. H., Druckfarbenfabriken, Stuttgart



KUNZE H.J. BARSCHHEL



ZUVERLÄSSIG!

DEUTSCHE REICHSBAHN

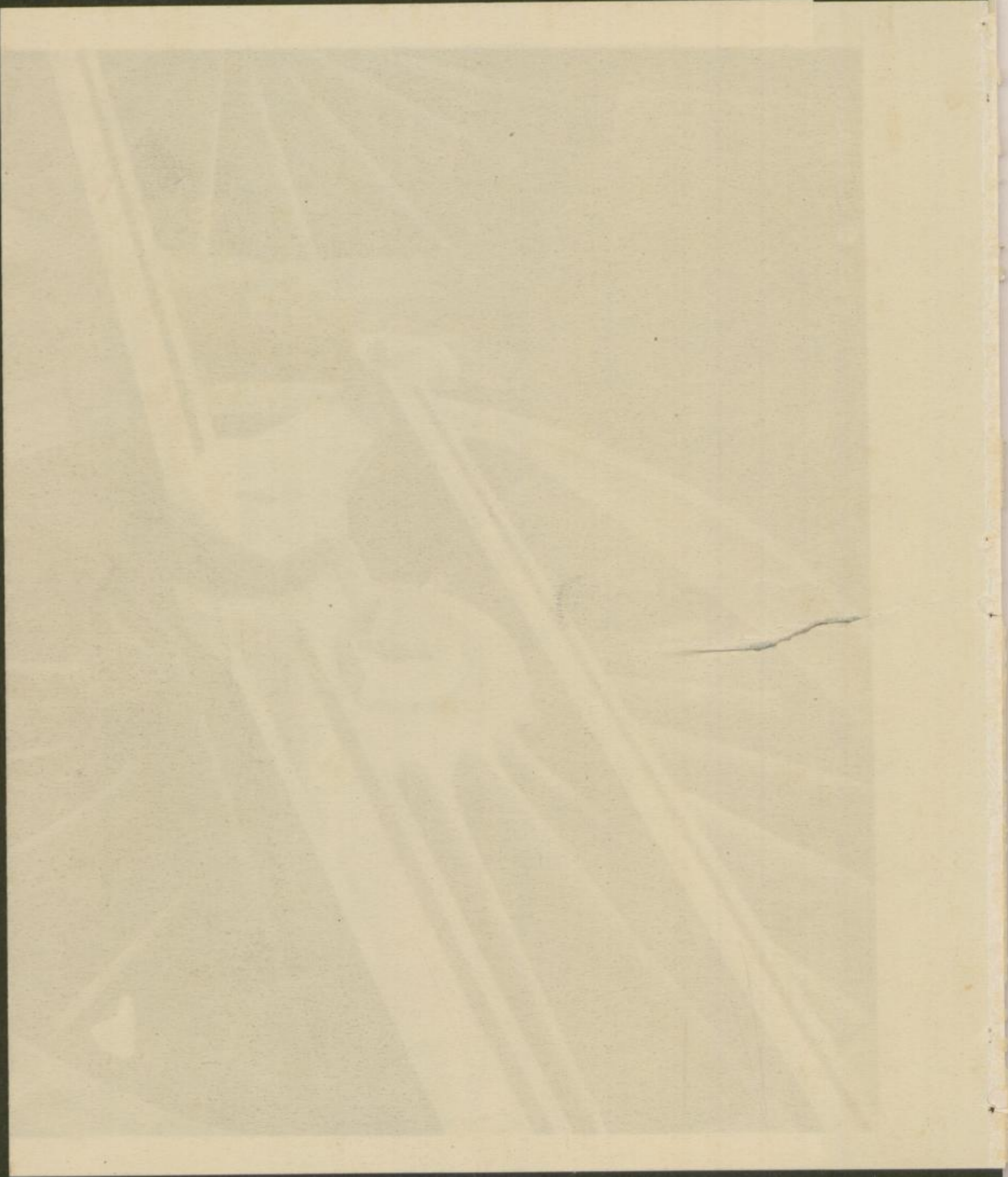
Plakat des Reichsbahn-Werbeamts
für den Personen- und Güterverkehr

Entwurf KUNZE — H.J. BARSCHHEL Design
Studio für Werbung und Graphik

Poster issued by the Reichsbahn publicity
office for passenger and goods traffic

Gedruckt von: Preußische Druckerei- und Verlags-A.-G., Berlin SW 48

Printed by: Preußische Druckerei- und Verlags-A.-G., Berlin SW 48





WERBEDRUCKE
PROSPEKTE
KATALOGE
WERKDRUCK
PACKUNGEN
PLAKATE
WERTPAPIERE
FALT:
SCHACHTELN



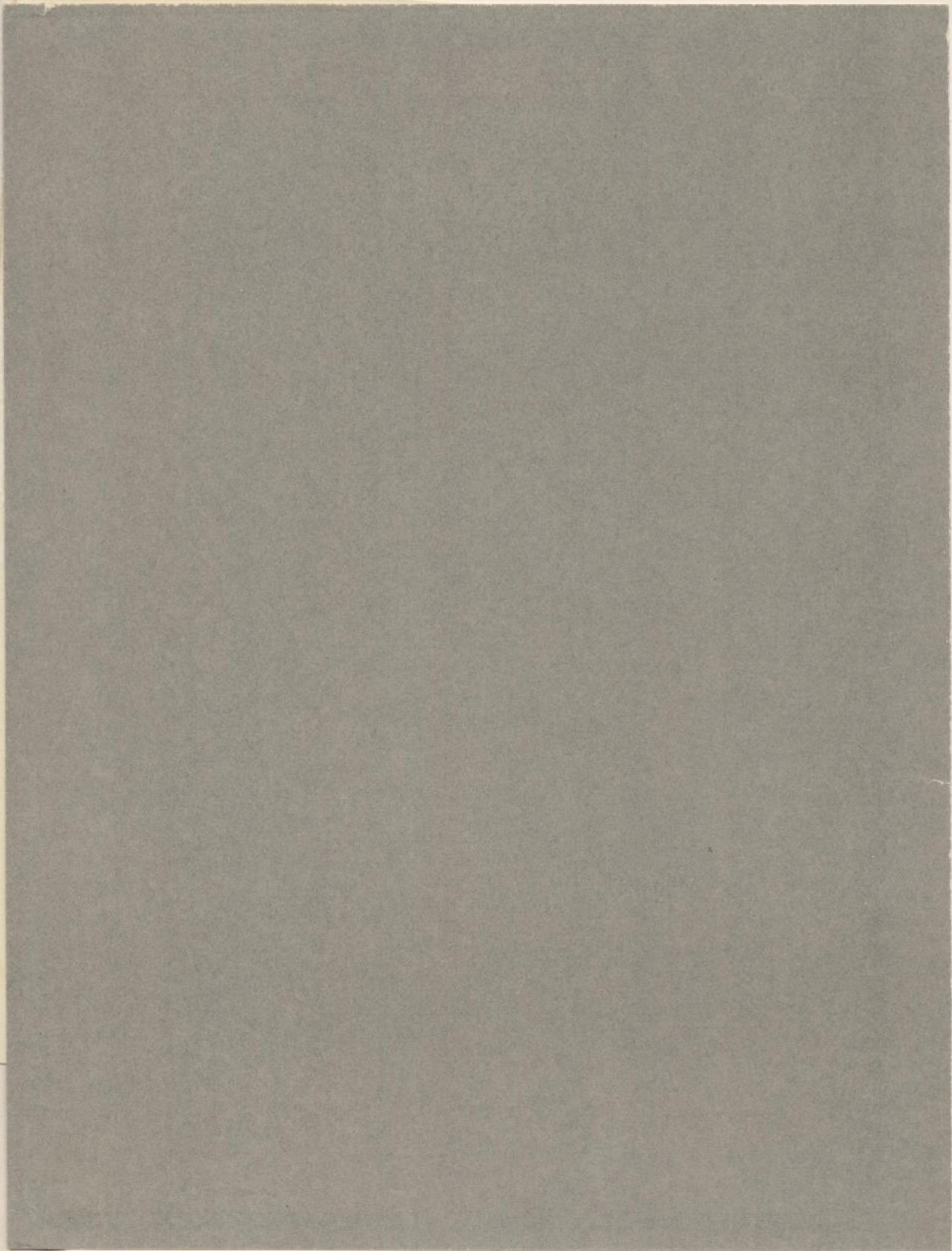
GEGR. 1865

AUGUST						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				
S	M	D	M	D	F	S
SEPTEMBER						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					
S	M	D	M	D	F	S
OKTOBER						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				
S	M	D	M	D	F	S
NOVEMBER						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					
S	M	D	M	D	F	S
DEZEMBER						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				
S	M	D	M	D	F	S

JOHANNES PÄSSLER

DRESDEN-N.15

BUCH-, STEIN-, OFFSETDRUCK, FALTSCHACHTELN



O S C A R B R A N D S T E T T E R / L E I P Z I G



KÜNSTLERISCHE
DRUCKSACHEN
FÜR INDUSTRIE UND
HANDEL IN ALLEN
MODERNEN DRUCK-
VERFAHREN AUF



H O C H L E I S T U N G S M A S C H I N E N

B E R A T U N G / E N T W Ü R F E / P H O T O S

Tuprima

REINBLAU



Dieses Blatt zeigt Ihnen das eigenartige und besonders ausdrucksvolle Blau unserer Tuprima-Serie. Es ist mit einem neuen Farbstoff hergestellt und besitzt in hervorragendem Masse die Eigenschaften einer guten Druckfarbe.

Buchdruck RM 12.00

Steindruck RM 12.50

Offset RM 12.50

BR. JÄNECKE & FR. SCHNEEMANN · DRUCKFARBENFABRIKEN · HANNOVER

Die Olympiade beginnt in Hamburg

mit dem Weltkongress für Freizeitgestaltung: 10.000 ausländische Gäste aus 50 Nationen sind schon gemeldet. Fordern Sie das Programm der großen Ereignisse in Hamburg von Hoenicke & Kypke, Hamburg 1. — Diesen Sommer in Hamburg zu werben, wäre gut für Ihren Umsatz — sehr gut!



**Schaufenster - Figuren
Dekorations - Artikel**
führend und tonangebend

**Schaufenster
kunst**

G. m. b. H.

Berlin SW 19, Beuthstraße 4/5

Größte deutsche
Spezialfabrik für
Figuren. — Zur
Leipziger Messe:
Textilmesshaus
Königsplatz

Brillanz und
Tonreichtum
KENNZEICHEN UNSERE
Autotypien!
Huch & Co.
BERLIN SW. 48. FRIEDRICHSTR. 225
HANDGEÄTZTE BESTE WERKARBEIT!



FILME UND PLATTEN

Das bewährte Photo-Mate-
rial für alle Gebiete der
Reproduktionstechnik

I. G. Farbenindustrie Aktiengesellschaft

Agfa

Berlin SO 36

Abt. Reproduktionstechnik





ERNST **Hedrich** NACHF
G M B H

(D R U C K E R E I S E E M A N N)

Leipzig C 1

DIE VEREINIGUNG DER GENANNTEN DRUCKARTEN IN
EINEM HAUSE UND EIN AUSSERGEWÖHNLICH GROSSES
SCHRIFTENMATERIAL GEWÄHRLEISTEN FÜR ALLE AR-
BEITEN EINE VORTEILHAFTE UND GUTE GESTALTUNG

b"

GEBRAUCHS GRAPHIK

INTERNATIONAL ADVERTISING ART

HERAUSGEBER PROF. H. K. FRENZEL EDITOR

Dreizehnter Jahrgang Nr. 2 Thirteenth Volume

Werner Suhr: Walter Spiegel

Eitel

Talbot-Scheffauer: Henry G. Dowling, London

Dr. E. Hölscher: Professor Paul Scheurich, Berlin

Neue Bücher:

H. K. Frenzel: Buchkunst, Band II 1935

"Buchkunst" Vol. II, 1935

H. K. Frenzel: Fr. E. Krauß: Klöppelspitzenbuch
Book Pillow-Lace

H. K. Frenzel: Arte Romana

H. K. Frenzel: The Penrose Annual 1936

Dr. Anita Karsten: Svensk-Reklam 1933-34

Dr. Anita Karsten: Norsk Reklame 1935

Dr. Anita Karsten: Werbende Statistik
Advertising Statistics

H. K. Frenzel: A. Ashley, London

H. K. Frenzel: Martin Ullmann, New York

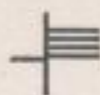
H. K. Frenzel: Ein Lob der Leistung im Alltag,
Besuch einer mitteldeutschen Großdruckerei
In Praise of Achievement in Everyday Work
Visit to a Large Printing Works in Central Germany
Karl Scheer, Berlin
Tea Hüter

Wirtschaft und Werbung:

Dr. W. Puttkammer: Polen

Besprechungen

Adressenverzeichnis siehe Seite 72



Alleinberechtigte Firma zur Einfuhr der Gebrauchsgraphik in
die Vereinigten Staaten und Kanada:

THE BOOK SERVICE COMPANY

15 East 40th Street, New York City, U. S. A.

(Printed in Germany)

„GEBRAUCHSGRAPHIK“ DRUCK UND VERLAG
G. m. b. H., Berlin SW 61

Fernsprecher: A 7 Dönhoff Sammelnummer 7445 Postscheck: Berlin 269 93

RÖDERDRUCK
Qualitätsdruck
in großen Formaten
C · G · RÖDER A · G · LEIPZIG

Eine Zeile **GRAVIRA**

schmückt eine ganze Seite

FIGURENVERZEICHNIS

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S

T U V W X Y Z A O U 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z



SHELTER & GIESECKE AG. LEIPZIG

Dreizehnter Jahrgang 1936 Heft 2

GEBRAUCHSGRAPHIK

MONATSSCHRIFT ZUR FÖRDERUNG KÜNSTLERISCHER REKLAME

Herausgeber Prof. H. K. Frenzel

Offizielles Organ des Bundes Deutscher Gebrauchsgraphiker E. V.
Fachverband in der Reichskammer der bildenden Künste

Thirteenth Volume 1936 Number 2

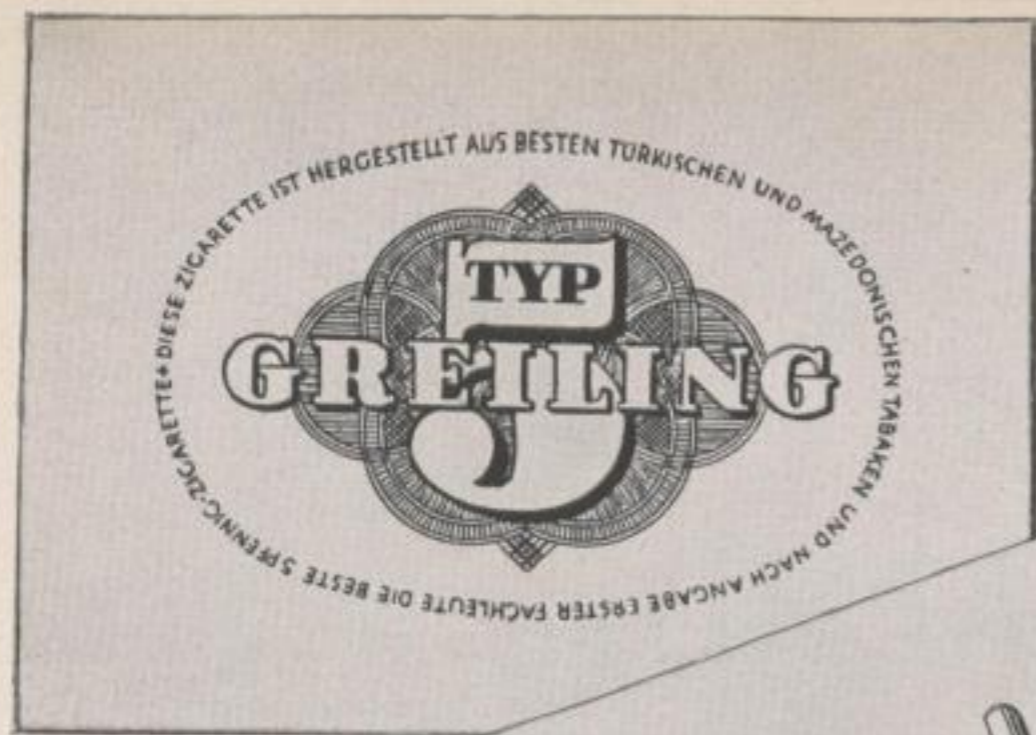
INTERNATIONAL ADVERTISING ART

MONTHLY MAGAZINE FOR PROMOTING ART IN ADVERTISING

Editor Prof. H. K. Frenzel

Sole Representatives for the United States of America and Canada
The Book Service Company 15 East 40th Street New York City USA

„GEBRAUCHSGRAPHIK“, DRUCK UND VERLAG GMBH., BERLIN SW 61



WALTER

Der ehemalige Schüler Hadanks und Hoyers ehrt die Lehrer durch Selbständigkeit, Geschlossenheit und sonstige Qualität der Leistung. Vielleicht offenbart sich die Güte seiner Arbeiten zunächst nur dem Kenner, aber dieser erkennt, wie sehr alle zur Verfügung stehenden künstlerischen Mittel in den Dienst der Sache gestellt sind. Vermutlich kommt dem Laien die Bedeutung der darin liegenden Fähigkeit nicht ohne weiteres zum Bewußtsein. Doch gerade das scheint ein Gütebeweis gebrauchsgraphischer Arbeiten.

Was ein Künstler sonst aus innerlich zwingenden Gründen muß, wird vom künstlerischen Gebrauchsgraphiker aus Gründen der Zweckmäßigkeit und des Gebrauchs verlangt: Maß halten mit den künstlerischen Mitteln. Begreiflicher Weise fällt das mancher höheren Begabung schwer. Spiegel gelingt es jedoch vortrefflich.

Man muß Walter Spiegels Arbeiten wohl — wie die meiste Gebrauchsgraphik — unter dem besonderen Gesichtspunkt ihrer wirtschaftlichen und technischen Bindungen und mit der Frage betrachten, ob sie für größte Volkstümlichkeit oder nur für ganz gewisse Käuferschichten bestimmt sind. Sie sind so, daß sie weiteste Kreise rein gefühlsmäßig ansprechen und dennoch sachlicher Kritik standhalten.

Im einzelnen sind die Packungen recht verschieden, weniger im Wert als in der Art der Ausführung. Die Aufgabe der überall einzuordnenden Embleme ist stets besonders geschickt gelöst. Wie sich Spiegel überhaupt vorzüglich auf die vorteilhafte Arrangierung kleiner Feinheiten versteht. Ohne zu beunruhigen dienen die vielen Einzelheiten der Wirkung des Ganzen. Eine als „privat“ bezeichnete Packung zeichnet sich durch eine exklusive Form mit silhouettenhafter Schrift und fein geschwungenen Linien als das Emblem umkränzenden Zutaten aus.

Spiegels Plakate für ein Sängerfest und für einen deutschen Luthertag folgen gewichtig großzügiger Auffassung. Im Luthertag-Plakat gehen Bild und Schrift zu einer Wirkung über — wohl das Beste, was man von einem Bildschriftplakat sagen kann. Das Plakat von der Reichsgartenschau 1936 wirkt wie das Plakat eines Künstlers, dessen Gewohnheit es ist, speziell Plakate für Gartenausstellungen zu machen. Es ist durchdrungen von der Atmosphäre, die eine Garten- und Blumenschau zu bieten hat.

Mit der Feststellung, daß diese Plakate von dem gleichen Künstler stammen, der in mannigfaltigsten Schriften soviel Ausdruck und Geschick erweist, wächst der Respekt vor einer Begabung, die offenbar mit dem Bestreben ans Werk geht, jeder Aufgabe innerhalb des gegebenen Rahmens mit sparsam und sicher angewandten Mitteln gerecht zu



SPIEGEL

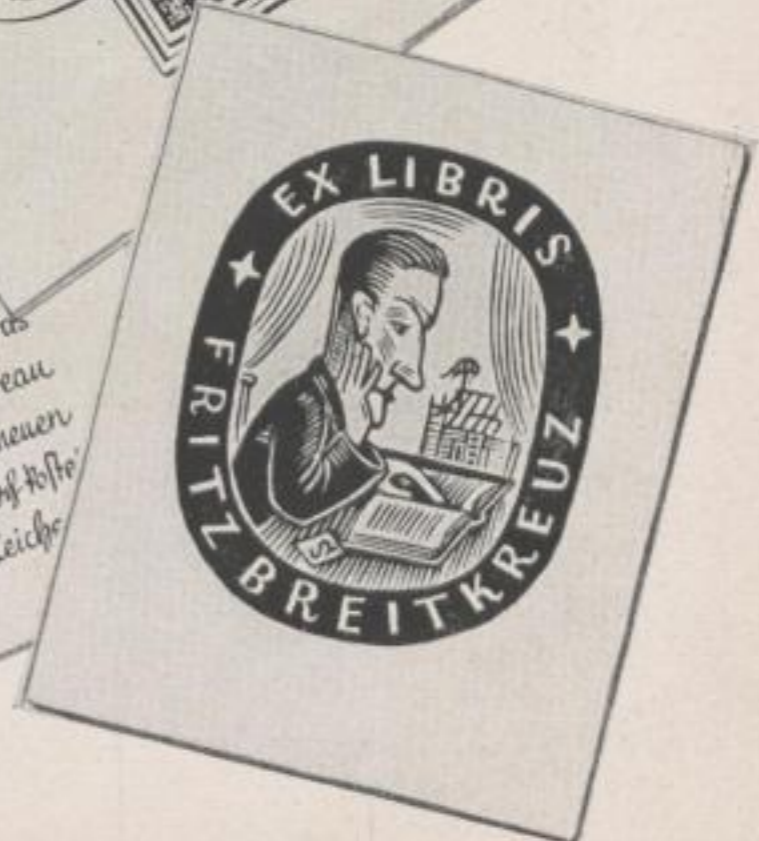
The independence, definiteness and other qualities of the work of this former pupil of Hadank's and Hoyer's does credit to his teachers. Perhaps the excellence of his work is apparent at first only to the expert, but he recognizes what great use has been made of all available artistic means. The layman is probably not at once conscious of the importance of the ability this implies. But this quality in particular appears to be a proof of the excellence of advertising art work. What an artist must otherwise do for imperative reasons of his own is demanded of the artistic advertising artist for reasons of suitability and utility, namely, moderation in the use of artistic means. It is obvious that this is difficult for many a more highly talented artist, but Spiegel is perfectly successful. Walter Spiegel's work—like most advertising art—must, of course, be examined from the special point of view of its economic and technical connections, and also from the point of view of whether it is intended for the general public, or only for certain classes of buyers. His work is such that it makes a direct appeal to the feelings of the widest circles, and yet withstands practical criticism. The packings are very different in detail, less as regards value as in the way in which the task is performed. The task of including the emblems in every case is always particularly skilfully solved, just as Spiegel is in general particularly good at the advantageous arrangement of small and delicate details. The numerous details enhance the effect of the whole without disturbing it. One packing, marked "privat" is distinguished by a more exclusive form, with silhouette-like script and delicately curved lines as the details surrounding the emblem.

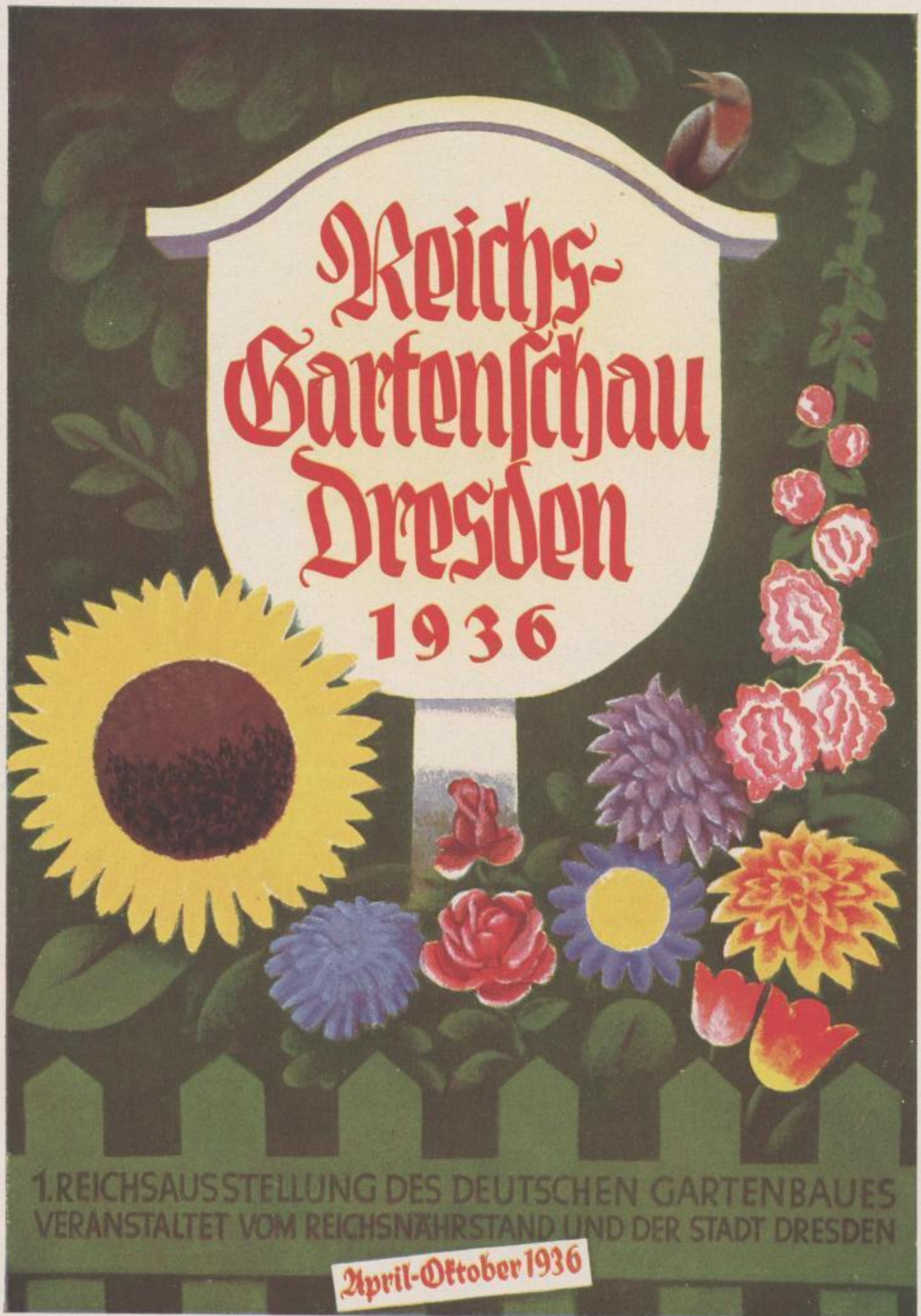
Spiegel's posters for a choral festival and for a German Luther Congress take a very much broader view. In the Luther Congress poster the effect of the picture and the text is the same, which is probably the best that can be said of a picture poster with text. The poster for the Reich Horticultural Show in 1936 has the effect of a poster by an artist who is accustomed to design special posters for horticultural shows. It is permeated with the atmosphere that clings to a horticultural and flower show.

When it is remembered that these posters were designed by the same artist who displays so much power of expression and skill in the most varied letterings, increased respect is felt for a man of talent who obviously sets to work with the intention of doing justice to every



*Greitling-Auslese verkörpert das
höchsterreichbare Qualitäts-Niveau
Auslese wird nur noch von der neuen
Regatta übertroffen, die zwar 'Gef. Kiste'
aber eine Feit-Zigarette obnegleich*





Plakat für die Reichsgartenschau, Dresden 1936
(Wettbewerbsentwurf)

Poster for the Reich Horticultural Show, Dresden, 1936
(Competition design)

Schwarz Weiß



9 1/2

5

Schwarz Weiß



10 ZIGARETTEN 25⁵

SPIEGEL

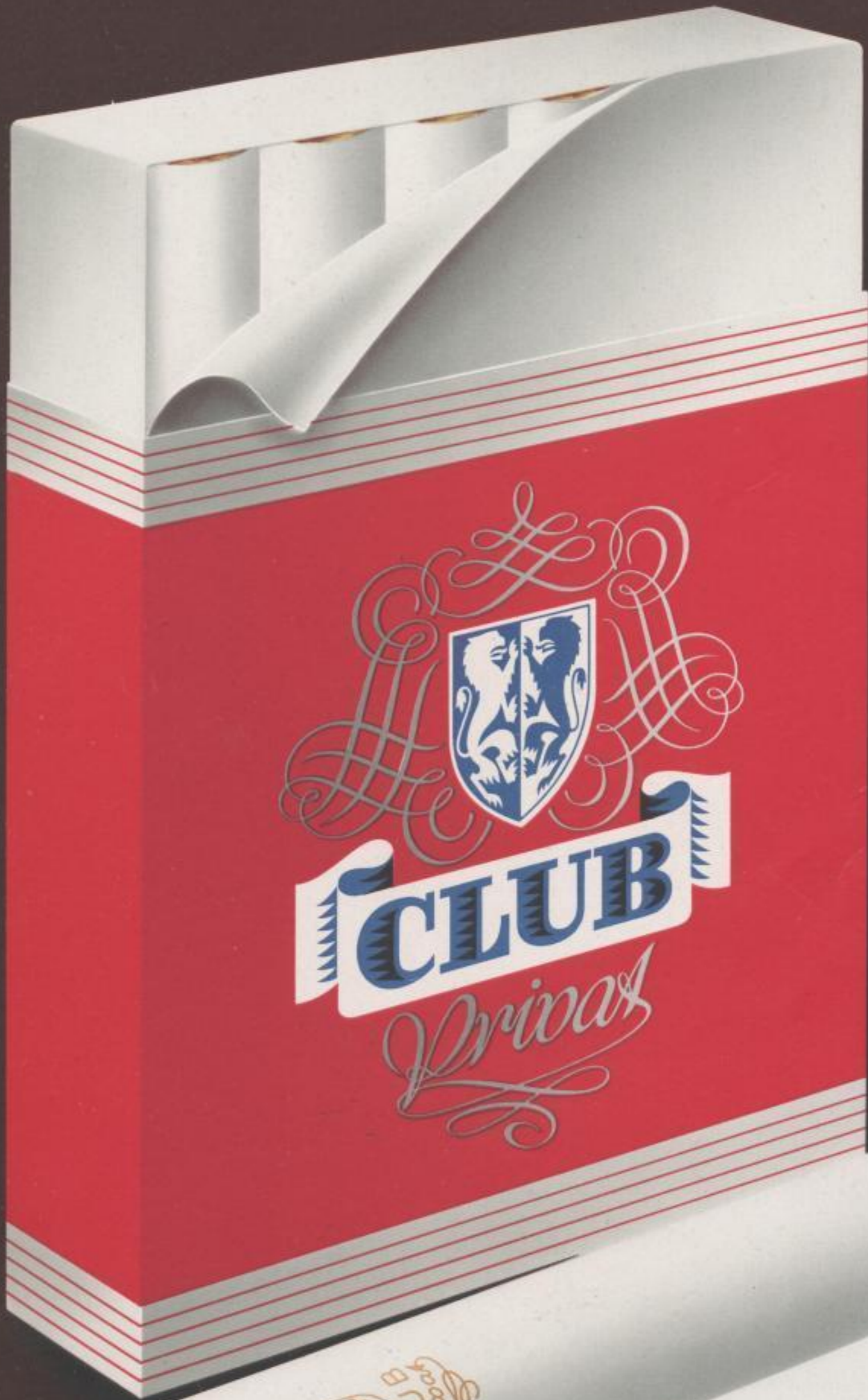
ENTWURF: Zigarettenplakat
Design: Cigarette show card

WALTER SPIEGEL

DRUCK:
Printed by:

Großdruckerei Carl Werner, Reichenbach i.V.

31
33



5

ENTWURF: Zigarettenplakat

Design: Cigarette show card

WALTER SPIEGEL

DRUCK:

Printed by:

Großdruckerei Carl Werner, Reichenbach i.V.



Cigarette posters

task within the scope afforded with means that are utilized sparingly and with a sure touch. Spiegel's letterings are always adapted to the contents with the utmost delicacy. The lettering alone says almost everything. Lettering could hardly have a more pregnant and symbolic effect. Mention may also be made of the fact that Walter Spiegel's favourite work by inclination is woodcuts, in which case his artistic genius should have less restricted and more independent scope for development. Transl. by W. L. Campbell.

werden. Spiegels Schriften sind in äußerster Empfindsamkeit dem jeweiligen Inhalt angepaßt. Das Schriftbild sagt schon beinahe alles. Trächtiger und sinnbildlicher können Schriftbilder kaum wirken. Wäre noch zu bemerken, daß Walter Spiegels Lieblingsarbeiten aus Neigung entstandene Holzschnitte sind, bei denen sich die künstlerische Leidenschaft unbekümmerter und eigenwilliger entwickeln durfte.

Werner Suhr

WALTER SPIEGEL

Zigarettenplakate



5



Zigarettenpackungen

Cigarette packings

W A L T E R S P I E G E L



W A L T E R
S P I E G E L



Zigarettenplakate

Cigarette posters

7

58
ZIGARETTE



Sanct Georg
NIKOTINARM

W A L T E R
S P I E G E L

Zigarettenplakate

Cigarette posters

8



gehaltvoll
naturrein



5

lako

28.-30. Juni 1935

in Leipzig 

2.
Sächsisches
Sängerfest

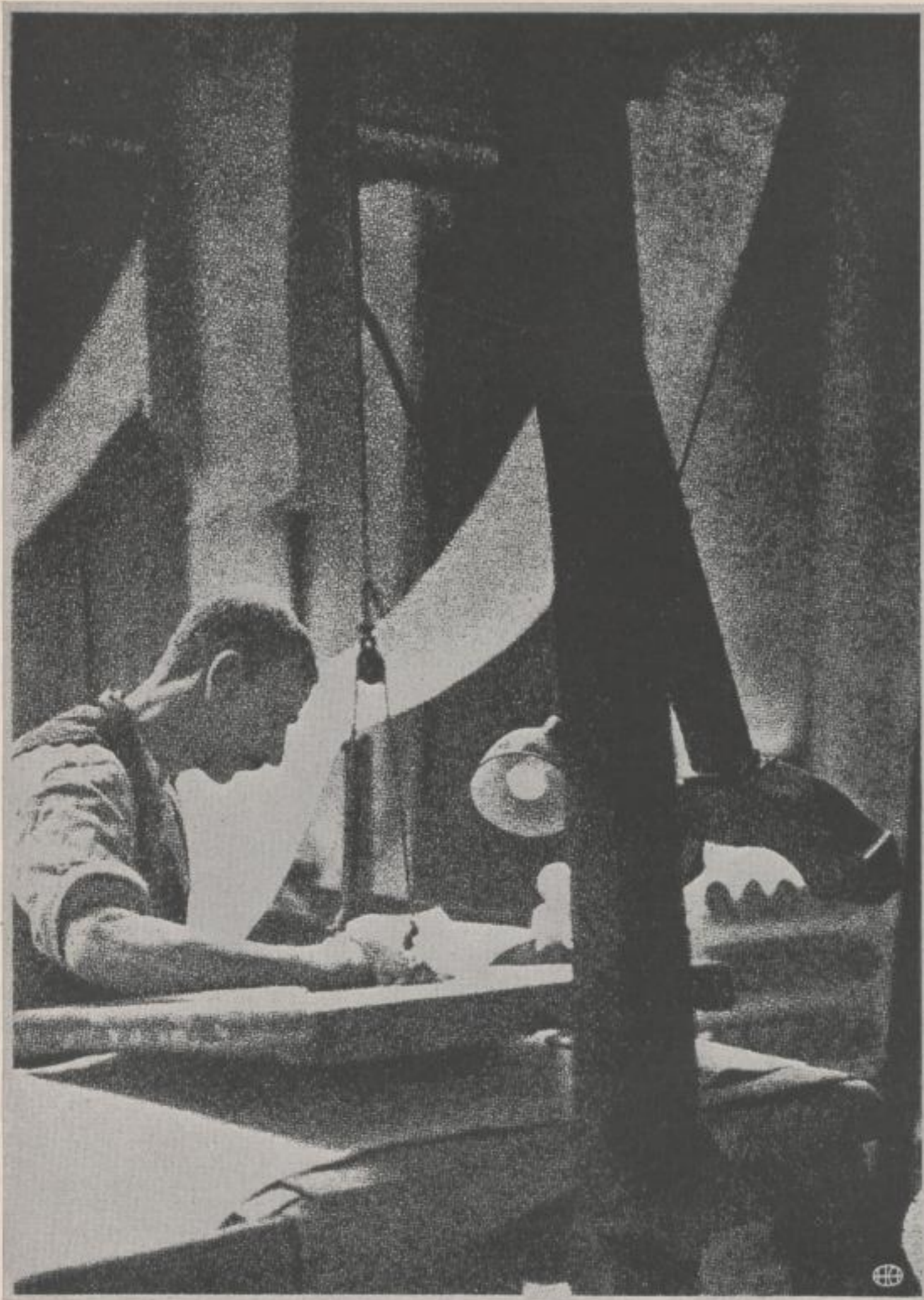
SPIEGEL



Plakat für ein Sängerfest (Preisgekrönter Wettbewerbsentwurf)

Poster for a Choral Festival (prize design)

W A L T E R S P I E G E L



HENRY G.

Henry G. Dowling ist ein Mann von vielen Interessen und vielerlei Talenten. Wie diese Entwürfe zeigen, ist er ein schöpferischer Künstler von eigener Prägung; er ist aber auch ein ganzes Geschäftsmann, Reklamechef, Dekorationsrat, Mitglied von einem halben Dutzend führender Kunstkörperschaften, Gründer und führender Geist der Association of Artists in Commerce und eine anerkannte Autorität auf den Gebieten der Innendekoration, Industriellen Kunst, Dekoration und Werbung.

Während er den größten Glauben an die Zukunft seines eigenen Landes hat — er war einer der Tätigsten bei der Organisation der Ausstellung der Britischen Kunst in der Industrie 1935 — denkt er doch wie ein echter Kosmopolit, der seinen Sinn durch vieles Reisen erweitert hat. Er wird nie müde, den jungen Gebrauchsgraphikern und Innendekorateuren Anregung zu verschaffen, indem er ihnen gute Beispiele der Gestaltung und Werbung anderer Länder vorhält. Selbst ein Autor, besonders bemerkenswert durch sein „Survey of British Industrial Arts“, findet er doch die Zeit, manche Rede zu halten, die von scharfem Denken und klarem Ausdruck zeugt. Er ist erbitterter Gegner des Schablonenhaften und Unechten in der Kunst. „Der moderne Künstler der Schnellwege suchte und keine Zeit fand, das Zeichnen zu lernen, ist entlarvt worden“, sagt er. „Wir als Geschäftsmänner haben es alle nötig, gestaltungsbewußt zu sein“, so sprach er als Reklamechef.

Lassen wir jetzt dem Künstler das letzte Wort: „Gute Dekoration ist wahrscheinlich der schließliche und restlos befriedigende Ausdruck der Lebenskunst.“

Ethel Talbot Scheffauer

CO-OPERATION

The makers of the "Studies in Harmony" Wallpapers and Paints invite Architects' enquiries.

Co-operation with the Architect is an important feature of our service.

JOHN LINE & SONS LIMITED
213-216 Tottenham Court Road, London, W.1

G. DOWLING

LONDON

Henry G. Dowling is a man of many interests and many talents. As these designs show, he is an original artist of no mean order; but he is also a full-time business man, advertising manager, decorative adviser, member of half a dozen leading art associations, founder and leading spirit of the Association of Artists in Commerce, and an accepted authority on decoration, industrial art, display and publicity.

Although he has the greatest faith in the future of his own country—he was a prime mover in the Exhibition of British Art in Industry in 1935—he has a cosmopolitan mind, broadened by much travel, and is never tired of inspiring the young artist and decorator by holding up to him good examples of design and display in other countries. An author himself, with the fine "Survey of British Industrial Arts" to his credit, he somehow finds time to deliver many a speech eloquent of keen thinking and clarity of expression. He is a sharp opponent of the shoddy and the make-believe in art. "The modern artist who worked by short cuts and did not learn to draw has been found out" he says. "We all need, as business men, to be design-conscious—" that was the advertising manager's voice.

Let the artist have the last word: "Good decoration is probably the ultimate and satisfying outward expression of the art of living."

Ethel Talbot Scheffauer.

FOR DEPENDABILITY

JOHN LINE AND SONS LIMITED

Makers of the
"Studies in Harmony" Wallpapers and Paints
213/216 TOTTENHAM COURT RD., W.1

Branches at:
Reading, Bournemouth, Manchester, Doncaster
Birmingham, Newcastle-on-Tyne, Edinburgh

Factories:
Wallpaper Kentish Town, London, N.W.5
Paint Kingston-on-Thames



The Gessie Decoration

Every one of our customers

will tell you the same thing

"You can absolutely depend on

THE HOUSE OF LINE"

Sincerity of purpose has always been, and will always be, the first consideration and effort of the makers of the "Studies in Harmony" wallpapers and paints

ABLE AND PREPARED TO MEET ALL REQUIREMENTS

"STUDIES IN HARMONY"—LEADERSHIP IN SERVICE AND QUALITY



ALWAYS AT YOUR SERVICE

JOHN LINE & SONS LTD., 213-216, TOTTENHAM COURT ROAD, W.1

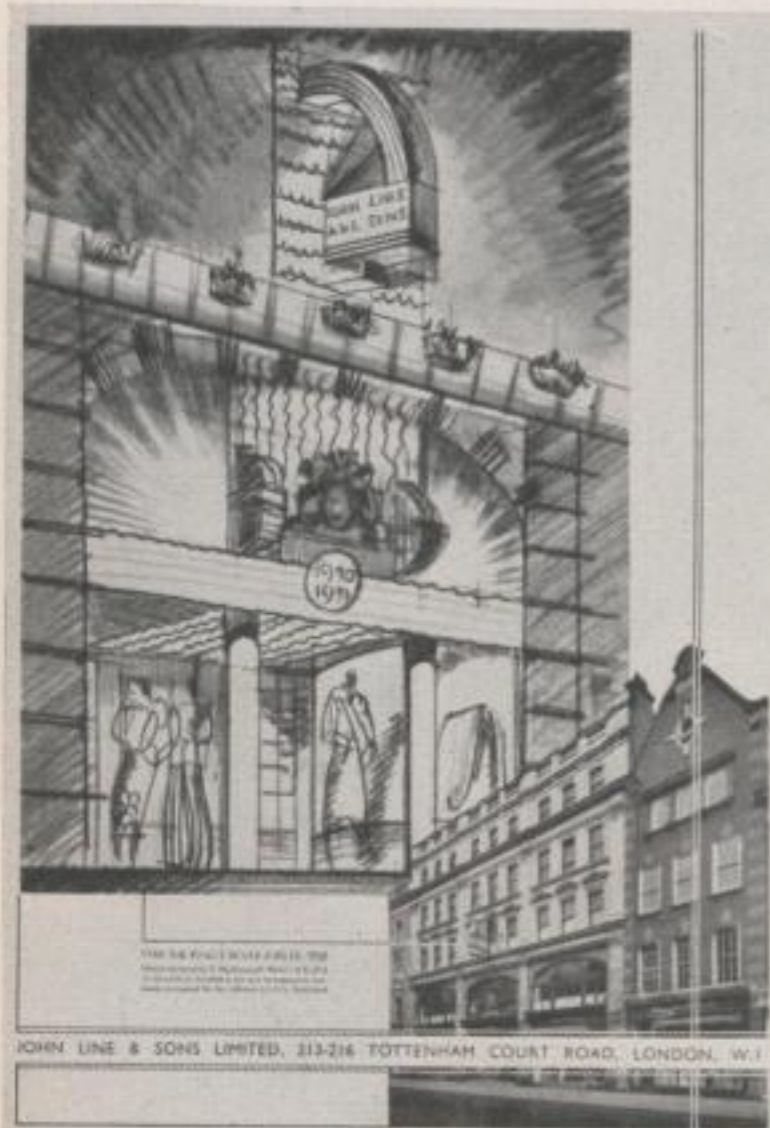
Advertisements for a firm of wallpaper makers

JOHN LINE & SONS LTD, LONDON & BRANCHES



Made at our Kingston-on-Thames works from four ingredients only: genuine white lead, pure linseed oil, genuine American turpentine and liquid driers. No poisonous driers are used, so that the "solid" content of L.P.P. is 100 per cent. White Lead. Every package bears a guarantee. May we send you full particulars and a testing certificate?

WRITE TO 16 PICARDY PLACE, EDINBURGH



JOHN LINE & SONS LIMITED, 213-216 TOTTENHAM COURT ROAD, LONDON, W.1


Insertate für eine Tapetenfabrik

THE RIGHT WALLPAPERS
WILL HELP YOU SELL YOUR HOUSES

Branches at: BIRMINGHAM BOURNEMOUTH DONCASTER EDINBURGH

"Studies in Harmony"—a guarantee of satisfaction

Every enquiry receives expert attention



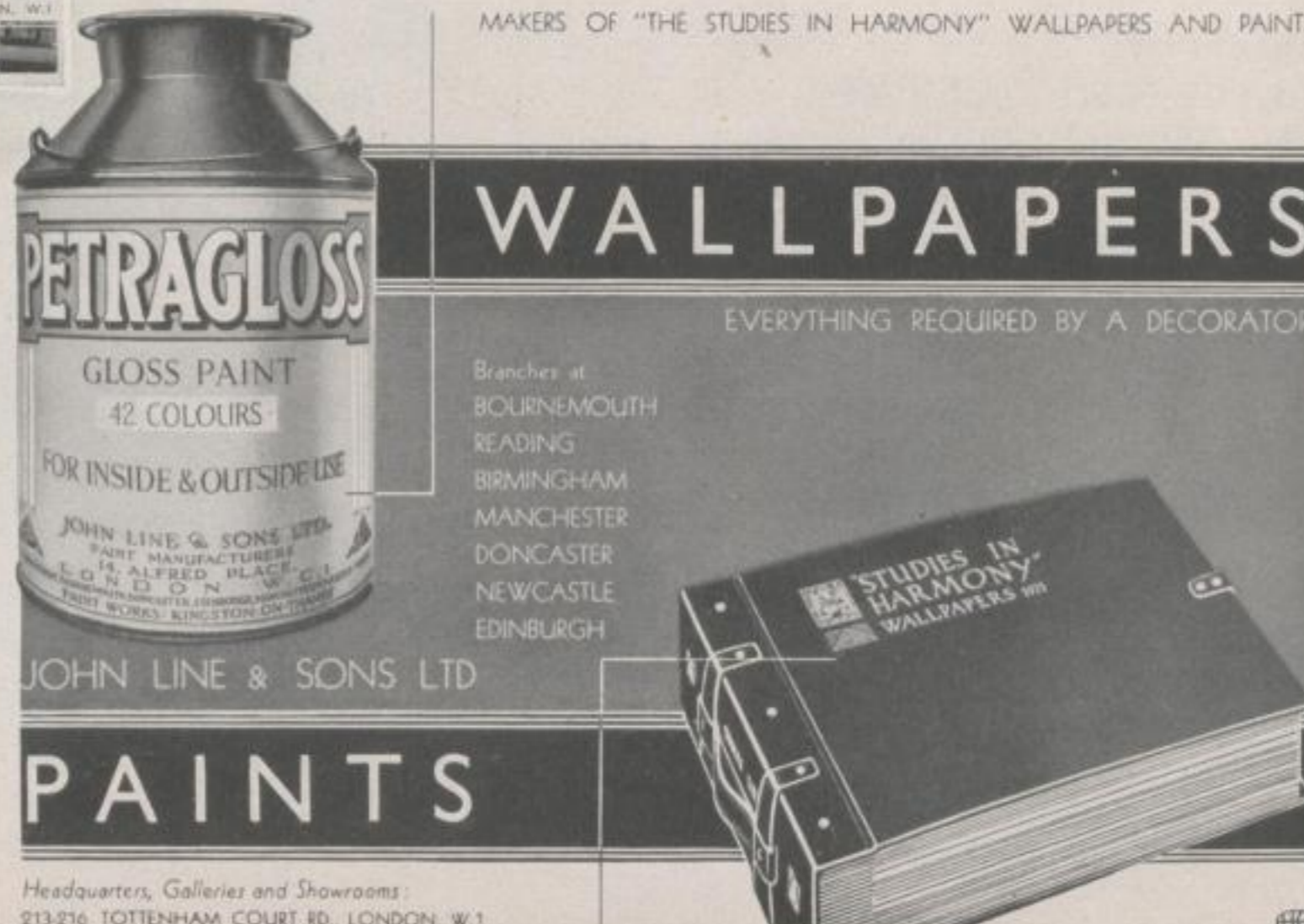
MANCHESTER NEWCASTLE READING

JOHN LINE & SONS LTD
MAKERS OF "STUDIES IN HARMONY" WALLPAPERS AND PAINTS
213-216 TOTTENHAM COURT ROAD, LONDON, W.1

MAKERS OF "THE STUDIES IN HARMONY" WALLPAPERS AND PAINTS

WALLPAPERS

EVERYTHING REQUIRED BY A DECORATOR



Branches at
BOURNEMOUTH
READING
BIRMINGHAM
MANCHESTER
DONCASTER
NEWCASTLE
EDINBURGH

JOHN LINE & SONS LTD

PAINTS

Headquarters, Galleries and Showrooms:
213-216 TOTTENHAM COURT RD., LONDON, W.1

HENRY G.W.

STANDARD FOR GOOD DECORATION -

"HARMONY" WALLPAPERS AND PAINTS

WRITE YOUR ENQUIRIES

JOHN LINE & SONS, LTD
 Makers of the "Studies in Harmony" Wallpapers and Paints
 213-216, TOTTENHAM COURT ROAD, LONDON, W.1

THOUSANDS OF ENTHUSIASTIC USERS

PETRAGLOSS
 It is manufactured with the utmost care from the finest pigments incorporated with Varnish Mediums specially prepared to give lasting wear. Petragloss is recommended for outside as well as for inside use. It may be used on Plaster, Concrete, Wood and Ironwork, on any surface fit to receive paint. In addition to a wide range of colours, Petragloss is also stocked in White, Broken White, Ivory White and Black. Special shades can be matched at short notice. The card and full particulars gladly sent on application.

**ARE YOU USING US?
 MAY WE HELP YOU?**
 Our 1933 Pattern Books are in course of preparation.

JOHN LINE & SONS LIMITED
 MAKERS OF THE "STUDIES IN HARMONY" WALLPAPERS AND PAINTS
 213-216 TOTTENHAM COURT ROAD, LONDON, W.1
 BRANCHES AT READING, Bournemouth, MANCHESTER, BIRMINGHAM, BIRKENHEAD, NEWCASTLE, EDINBURGH

PETRAGLOSS
 "A GLASS-LIKE GLOSS AND AS HARD AS A ROCK"

JOHN LINE & SONS LIMITED - LONDON & BRANCHES

W L I N G, L O N D O N

10 PAGES OF PARTICULARS RELATING TO "STUDIES IN HARMONY"

DECORATORS MATERIALS
 1934
JOHN LINE & SONS LTD

Specialised Service
 Architects

should be made to: 213-216, TOTTENHAM COURT ROAD, LONDON, W.1.

Advertisements for a firm of wallpaper makers

ACCEPTED STANDARD FOR GOOD DECORATION.

"STUDIES IN HARMONY" WALLPAPERS AND PAINTS

WE INVITE YOUR ENQUIRY

JOHN LINE & SONS, LTD

Makers of the "Studies in Harmony" Wallpapers and Paints
213-216, TOTTENHAM COURT ROAD, LONDON, W.1

DOWLING, LONDON

OVER 100 PAGES OF PARTICULARS RELATING TO "STUDIES IN HARMONY"



A Specialized Service for Architects

Application should be made to: 213-216, TOTTENHAM COURT ROAD, LONDON, W.1

THOUSANDS OF ENTHUSIASTIC USERS



PETRAGLOSS

is manufactured with the finest glass-like glass and is available in a wide range of colors. It may be used on Plaster, Concrete, Wood and masonry, or on surfaces to be painted. It adheres to a wide range of surfaces. Petragloss is the standard in the British Isles, France, Italy, Spain, Holland, and the U.S.A. It is the most brilliant and hardest of all glass-like glosses.

ARE YOU USING IT? MAY WE HELP YOU? Our 100 Patent Books are in the hands of professional

JOHN LINE & SONS LIMITED

Makers of the "Studies in Harmony" Wallpapers and Paints
213-216, TOTTENHAM COURT ROAD, LONDON, W.1
Branches at: BRISTOL, BIRMINGHAM, GLoucester, LONDON, MANCHESTER, NEWCASTLE, SHEFFIELD, SOUTHAMPTON, WIMBORNE, WIMBORNE, WIMBORNE



PETRAGLOSS

GLASS-LIKE GLOSS AND AS HARD AS A ROCK

JOHN LINE & SONS LIMITED LONDON & BRANCHES

Advertisements for a firm of wallpaper makers

DER NEUE VORHANG IM DEUTSCHEN OPERNHAUS, BERLIN

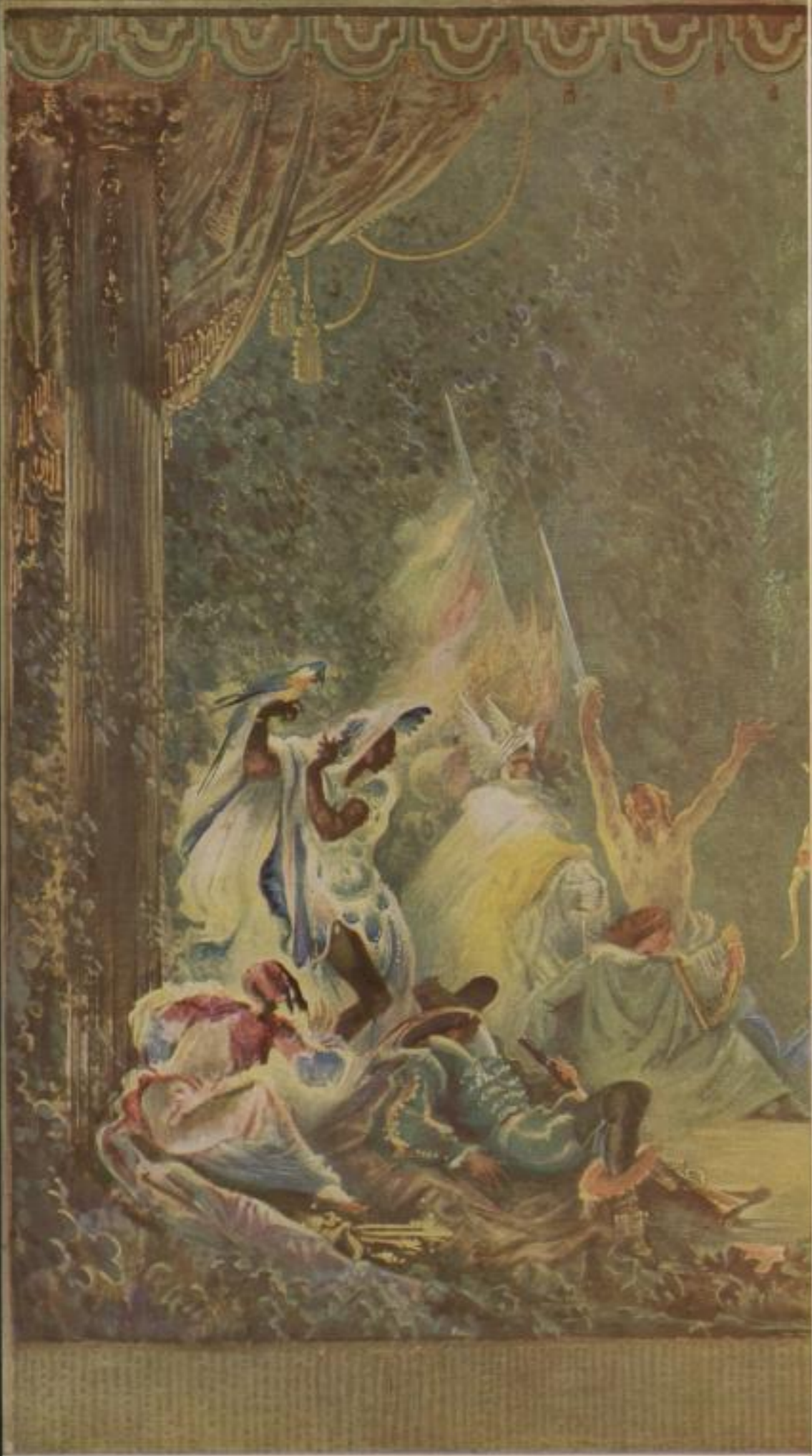


Dr. Eberhard Hölscher:

PROF. PAUL SCHEURICH BERLIN



THE NEW ACT-DROP IN THE GERMAN OPERA HOUSE, BERLIN



DER NEUE VORHANG IM DEUTSCHEN OPERNHAUS, BERLIN



Dr. Eberhard Hölscher:

PROF. PAUL SCHEURICH BERLIN



THE NEW ACT-DROP IN THE GERMAN OPERA HOUSE, BERLIN





Prof. Paul Scheurich bei der Arbeit am neuen Vorhang des Deutschen Opernhauses, Berlin

Prof. Paul Scheurich working on the new act-drop for the German Opera House, Berlin



Illustrationen für den „Simplicissimus“



PROF. PAUL SCHEURICH

Scheurichs Werk, über das schon wiederholt in diesen Blättern berichtet wurde, verdient, wie das nur weniger anderer heute unter uns lebender Künstler, das anerkennende Prädikat der Wertbeständigkeit. Aber zuerst vor nunmehr rund einem Vierteljahrhundert mit farbenfrohen und witzigen Plakaten in die Öffentlichkeit trat, erregten diese Arbeiten allgemeine Bewunderung und wenn man sie heute einmal wieder hervorholt und betrachtet, so wird man feststellen können, daß ihnen Zeit und Alter

Dekorative Plastiken für das Deutsche Opernhaus, Berlin



Illustrations for the weekly "Simplicissimus"

SCHERICH

Scherich's work, which has already been dealt with on various occasions in these pages, deserves to be recognized as possessing permanent value like that of only a few living artists. When he first began to produce gaily coloured and amusing posters just a quarter of a century ago, his work excited general admiration; and when one takes them out and examines them now, one finds that they have not been impaired by time or age. They are—and this only occurs very rarely in

Decorative figures for the German Opera House, Berlin





Gewandstudie

Prof. PAUL SCHEURICH

Dekorative Plastiken für das Deutsche Opernhaus, Berlin



keinen Abbruch getan haben. Sie sind, was in der Werbegraphik ad nur höchst selten vorkommt, heute noch ebenso frisch und von unge the schwächer Wirkung wie am Tage ihres Erscheinens, ein Beweis de daß sich in ihnen über das Zufällige und Einmalige ihrer engbe po grenzten Aufgabe hinaus ein wirklich schöpferisches und echtes Sch Künstlertum erfüllte. Was Paul Scheurich in jenen Anfängen ver pr sprach und erhoffen ließ, das hat er in überreichem Maße ge sta halten. Er ist erfolgreich in immer neue Schaffensbezirke, wie etwa der Plastik und Bühnengestaltung, vorgestoßen und sein Werk is wi dabei immer reicher und runder geworden, ohne doch jemals durc ov diese Ausweitung eine qualitative Einbuße zu erleiden oder irgenc co etwas von seiner Ursprünglichkeit zu verlieren. Da Scheurich auch co niemals billige Konzessionen an die Moden des Tages machte, son al dern stets unbeirrbar seinen eigenen Weg verfolgte, ist sein Sti wi von einer so eigenartigen und persönlichen Prägung, daß man ihn ab weder verkennen noch ungestraft imitieren kann. Dabei weiß ins Scheurich um das seltene Geheimnis, immer liebenswürdig und all heiter sein zu können, ohne darum doch jemals banal oder flach of zu werden. Sein ihm angeborenes und sicheres Gefühl für Anmut pr und Grazie verleiht allen seinen Arbeiten etwas von dem Geiste al und der unbeschwerten Fröhlichkeit eines Mozart und Haydn, wie re es denn auch durchaus kein Zufall ist, daß gerade die unvergäng G lichen Werke solcher Meister in ihm einen kongenialen Bühnen fo interpreten fanden. Es war auch ein glücklicher Griff, daß man ihn in letzthin die dekorative Ausschmückung des umgewandelten Deut ta schen Opernhauses in Berlin übertrug. Der von ihm hierfür ge or malte Bühnenvorhang, auf dem sich wie auf einem kostbaren wi Gobelin das Wesen der Oper in einer farbenprächtigen Apo an theuse symbolhaft verkörpert, und die zahlreichen anmutiger wi Bronzeplastiken, welche die Randbrüstungen der Ränge und Loger sp verzieren, verleihen dem weiten und bisher so nüchternen Zu wi schauerraume nun zum ersten Male eine wirkliche Stimmung de pr Freude und Festlichkeit. Man tut aber Scheurich bitter unrecht, wenn man ihn nun nach der allzu bequemen Methode gedankenlose pl Großstadtjournalisten, die alles so gerne zu etikettieren und ab th zustempeln pflegen, gewaltsam in die einseitige Rolle des liebens sti würdigen Rokospezialisten hineindrängt. Bei aller seiner Vor th liebe für die Formenreize versunkener Kulturen ist er doch viel zu pr



advertising art—still as fresh and effective as they were when they first appeared, a proof that, in addition to fulfilling the incidental and non-recurring requirements of their strictly limited purpose, they are really creative and genuine works of art. Paul Scheurich has more than amply fulfilled what those beginnings promised and gave hope of. He has successfully attacked constantly fresh spheres of creative activity, such as plastic art and stage settings, and his work has always become richer and fuller without suffering in quality or losing anything of its originality owing to its extended range. As Scheurich never made cheap concessions to the fashion of the day, but always pursued his own course unswervingly, his style is marked by such a peculiarly personal stamp that it is neither possible to mistake it nor to imitate it with impunity. Scheurich possesses the rare secret of always being able to be charming and gay without ever becoming banal or insipid. An innate and secure feeling for charm and grace endows all his work with something of the spirit and untrammelled gaiety of Mozart and Haydn, and it is also certainly no accident that he proved a congenial interpreter for the stage settings of the immortal works of such masters. It was also fortunate that he was recently entrusted with the interior decoration of the reconstructed German Opera House in Berlin. The act-drop which he painted for this purpose and on which the essence of opera is symbolically incorporated is an apotheosis in gorgeous colours, like a valuable tapestry, and the numerous charming bronze plastic works which ornament the fronts of the tiers and boxes give the vast auditorium, which was so far and so bare, a real atmosphere of enjoyment and festivity for the first time. But it is doing Scheurich a bitter wrong arbitrarily to assign to him the rôle of a charming rococo specialist in the casual way adopted by thoughtless city journalists who are so fond of labelling and docketing everything. For all his preference for the charm of the forms of past styles, he is far too vital to have need of their assistance, and even the apparently playful lightness of his drawings and designs is, after all, merely the natural result of a very thorough study of nature which he still pursues unremittingly. Finally, it must also not be forgotten that the same artist who etched the dainty book illustrations reproduced here on the original scale also possessed the astonishing



Study for a costume

Prof. PAUL SCHEURICH

Decorative figures for the German Opera House, Berlin





Prof. PAUL SCHEURICH



Illustration
Steinzeichnung

Lithographic
Illustration

vito
 fer
 sch
 tig
 Ent
 nat
 grü
 er
 na
 au
 gle
 Or
 ne
 tio
 sta
 Th
 Gr
 po
 Sy
 Ge
 rid
 sid
 W



ability to design a brilliantly composed colour symphony on an act-drop measuring nearly 1,450 sq. feet. This composition in particular, as Scheurich's latest work, is the visible incorporation of all the strength and breadth of his art.

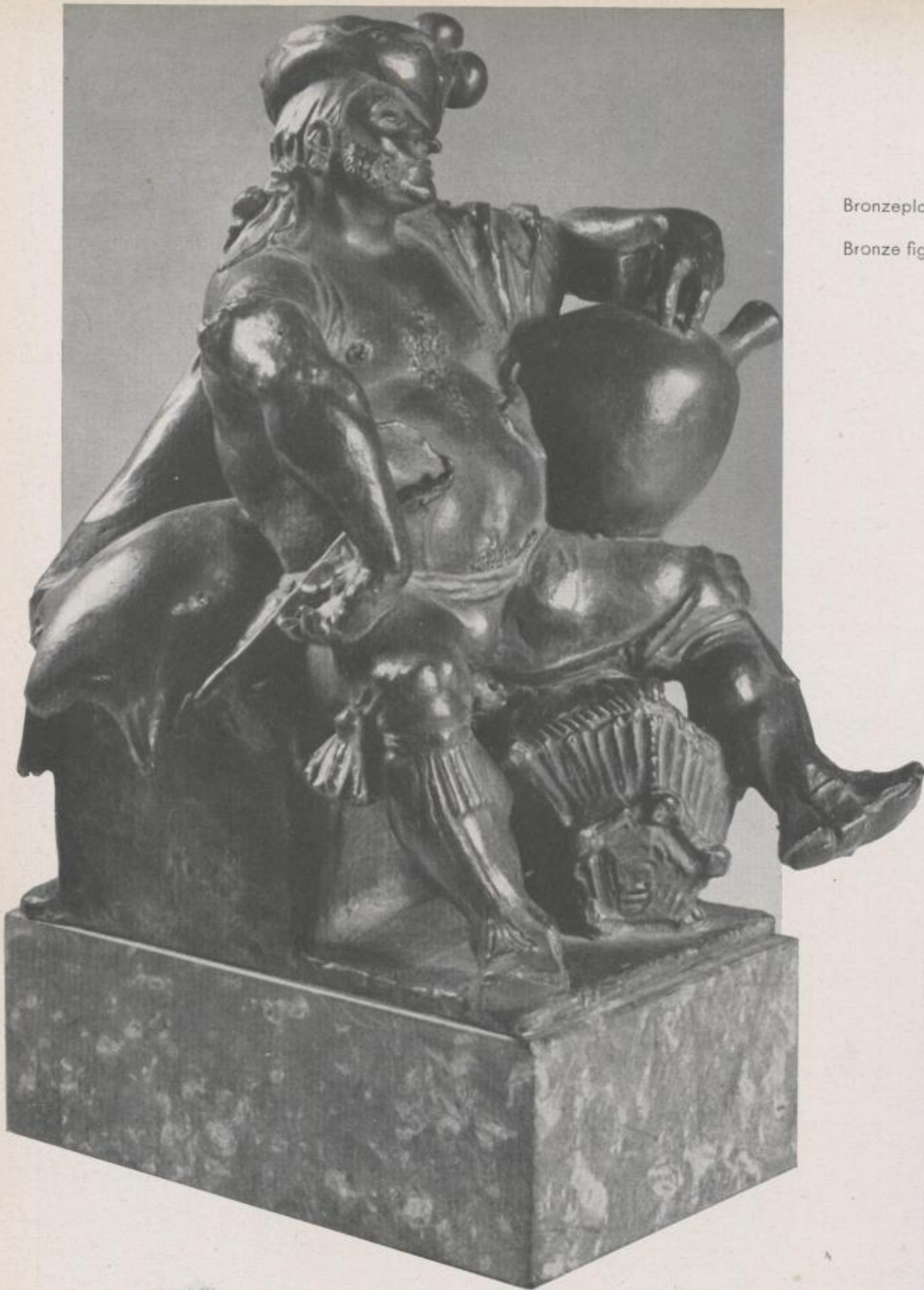
Transl. by W. L. Campbell.

Illustrations
for the weekly "Simplicissimus"

Illustrationen für den "Simplicissimus"

vital, um ihrer als stützende Helfer zu bedürfen, und auch die scheinbar so spielerische Leichtigkeit seiner Zeichnungen und Entwürfe ist zuletzt nur das natürliche Ergebnis eines sehr gründlichen Naturstudiums, dem er auch heute noch unablässig nachgeht. Man sollte schließlich auch nicht vergessen, daß der gleiche Künstler, der die hier im Originalformat wiedergegebenen und zierlichen Buchillustrationen radierte, auch die erstaunliche Kraft besaß, einen Theatervorhang von rund 130 qm Größe zu einer glänzend komponierten und großen farbigen Symphonie zusammenzufassen. Gerade dieses Werk als Scheurichs letzte Arbeit verkörpert sichtbar die ganze Kraft und Weite seiner Kunst.





Bronzeplastik Spanier

Bronze figure of a Spaniard

Prof. P A U C



Porzellanplastik
Tänzerin

Porcelain figure
of a dancer



Illustration, Steinzeichnung
Lithographic illustration

CHEURICH



Porzellanplastiken
Porcelain figures



Federzeichnung
(unvollendet)

Pen and ink sketch
(unfinished)





Radierte Illustrationen
zu Voltaire „Candide“
(Wiedergabe in Originalgröße)

Professor P A U L
S C H E U R I C H

Etched illustrations
for Voltaire's "Candide"
(full size reproductions)



Federzeichnung (unvollendet)
Pen and ink sketch (unfinished)



Prof. PAUL
SCHEURICH

Porzellanplastik Nymphe



Porcelain figure
of a nymph



Modell für eine
Porzellanplastik

Prof. PAUL
SCHEURICH

Model for a
porcelain figure



Illustration für den
„Simplizissimus“

Illustration for the weekly
„Simplizissimus“

BUCHKUNST

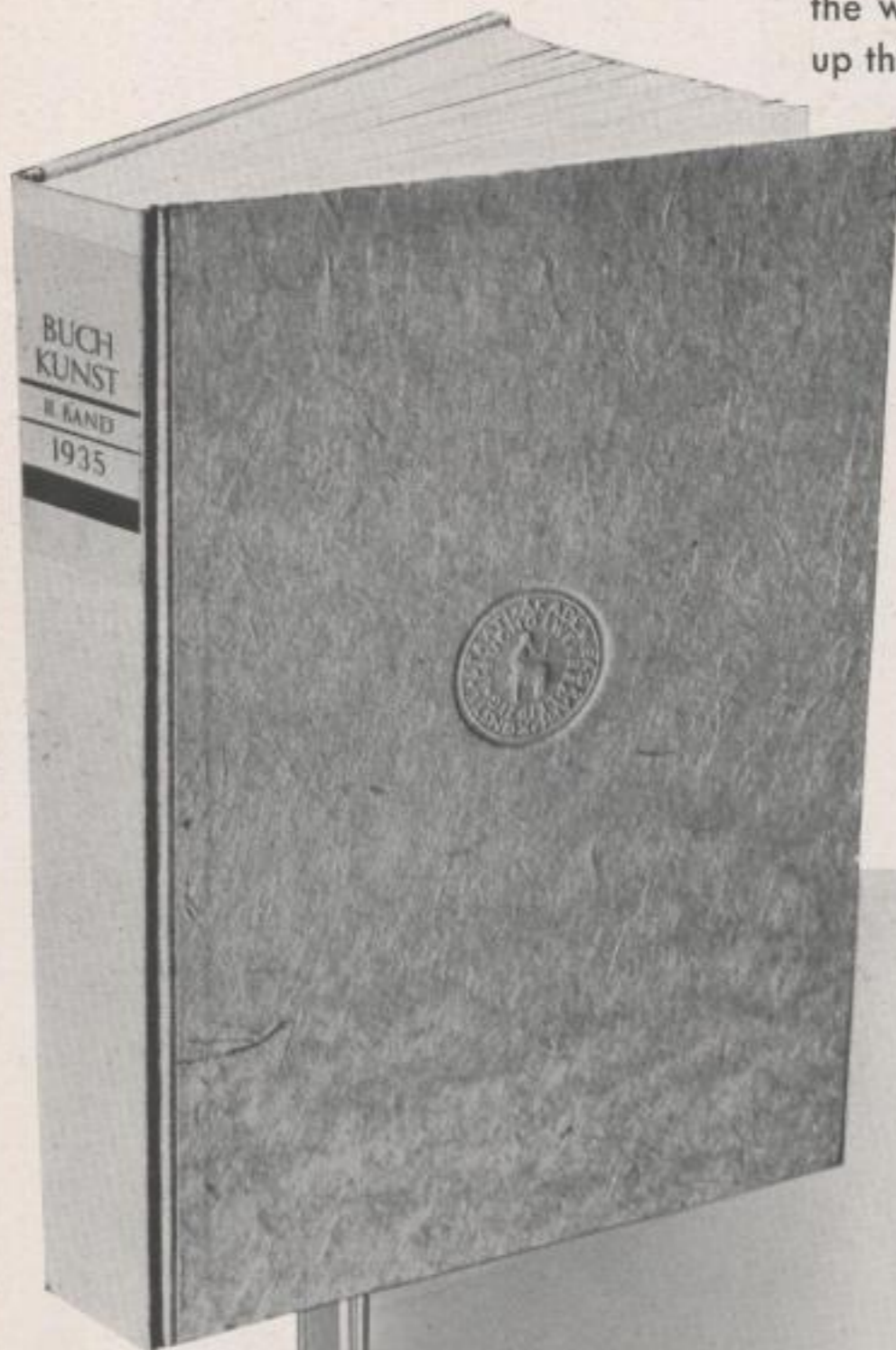
Band II, 2. Jahrgang 1935

Verlag Staatliche Akademie für graphische Künste und Buchgewerbe zu Leipzig

BUCHKUNST

Vol. II, 2nd annual issue, 1935

Published by the State Academy for Graphic Arts and the Book Trade in Leipzig

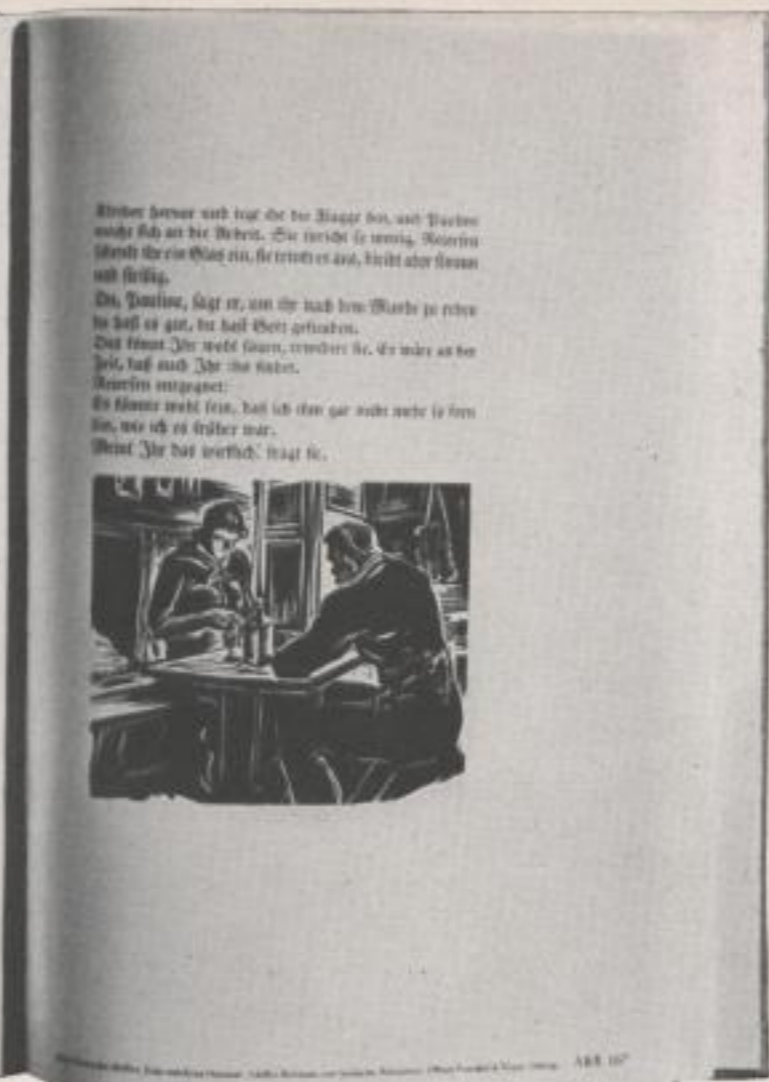


Dieses, unter der Redaktion von Professor Dr. Julius Zeitler entstandene Werk ist sicher eins der schönsten und bestgemachten Bücher des Jahres 1935. Die gesamte Herstellung, Typographie, Druck und Buchbinderarbeit erfolgte in den Werkstätten der Graphischen Akademie. Es ist eine reine Freude, dieses Buch in die Hand zu nehmen und durchzublättern. Professor Walter Tiemann schrieb die Einführung Ake Stavenow: Moderne schwedische Buchkunst, Paul Johnston: Die Entwicklung des schönen Druckes in den USA, Walter Kern: Buch und Buchkunst in der Schweiz, Marcus Behmer: Charles Ricketts, Jean Bruller: Die französische Lithographie der Gegenwart, Dr. Eberhard Hölscher: O. H. W. Hadank, Emmy Zweybrück-Prochaska: Über Bilderbücher, Fritz Kredel: Das Blumenbuch, Otto Erich Deutsch: Schwinds Freischütz Radierungen, Werner Kruse: Adolph Schrödter als Illustrator, Dr. Konrad F. Bauer: Über Carl Ernst Poeschels Werke, Prof. Dr. Julius Zeitler: Hans Alexander Müller als Holzschnittkünstler, außerdem Mitteilungen der Staatlichen Akademie.

H. K. Frenze

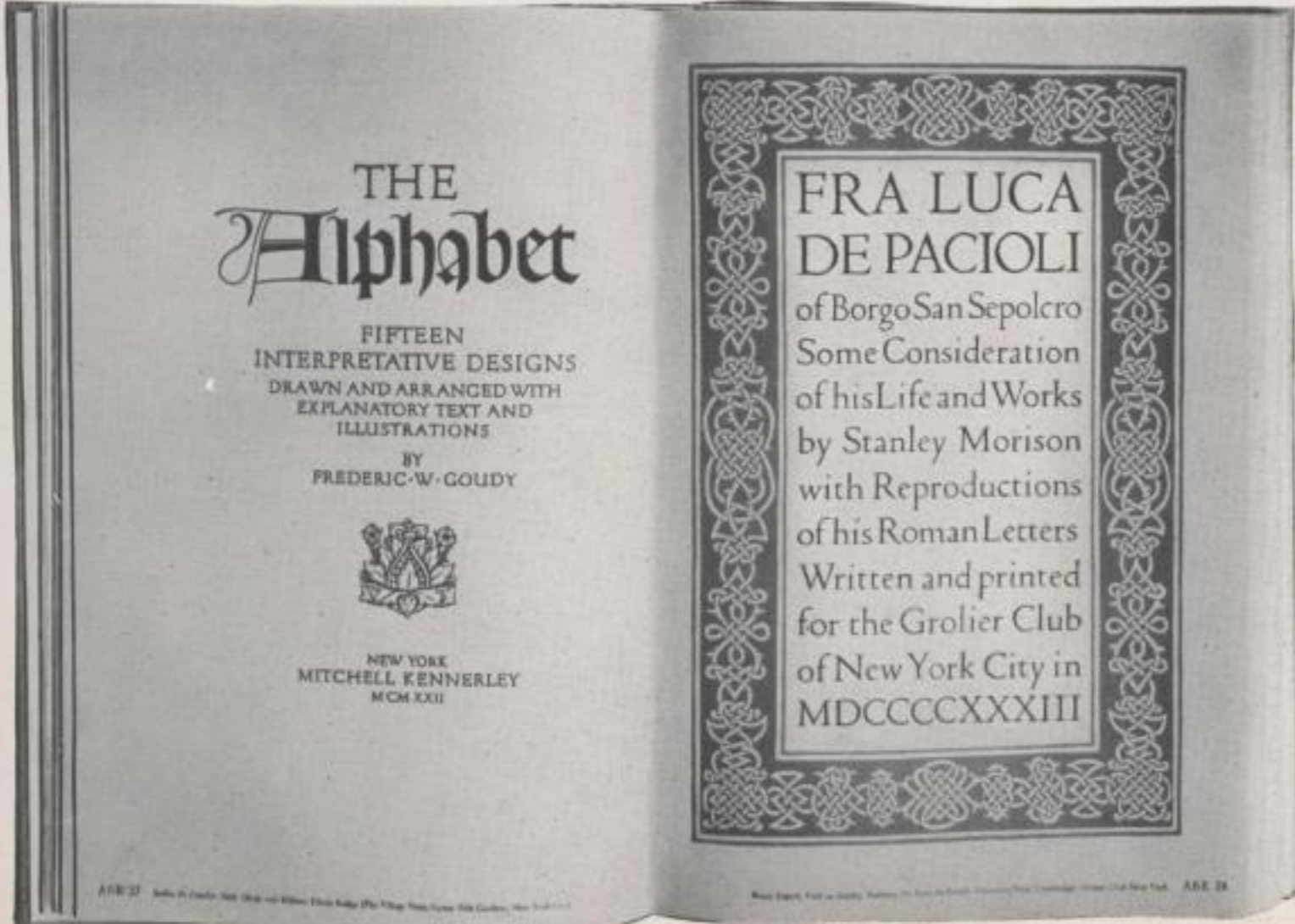
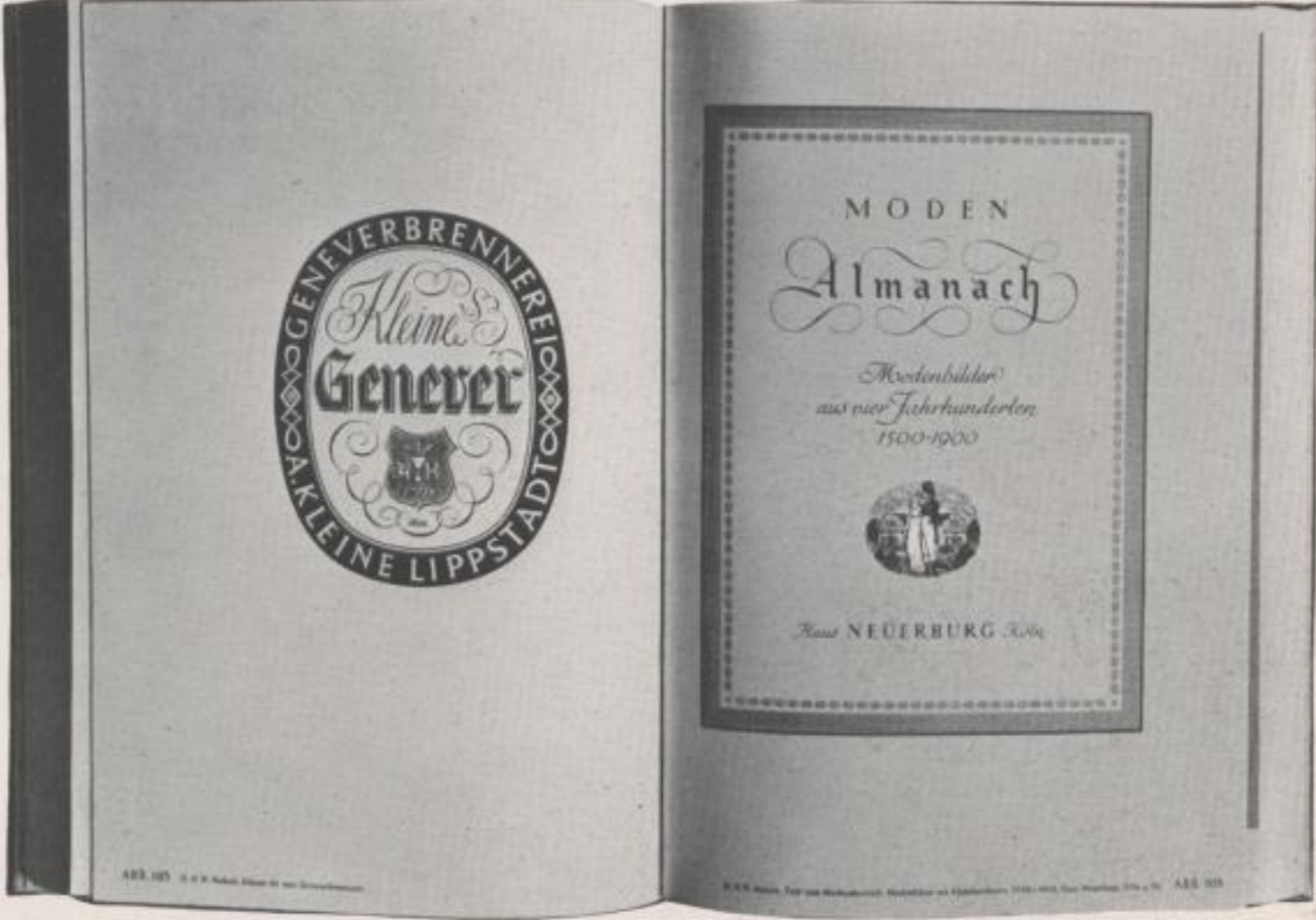
This work, edited by Professor Dr. Julius Zeitler, is certainly one of the most beautiful and best-made books of the year 1935. The entire make-up, typography, printing and bookbinding work was done in the workshops of the Graphic Academy. It is a real pleasure to pick up this book and turn over the pages. Prof. Walter Tiemann wrote the preface; and the contents include Modern Swedish Book Art by Ake Stavenow; The Development of Beautiful Printing in the United States, by Paul Johnston; Books and Book Art in Switzerland, by Walter Kern; Charles Ricketts, by Marcus Behmer; French Lithography of the Present Day, by Jean Bruller; O. H. W. Hadank, by Dr. Eberhard Hölscher; Picture Books, by Emmy Zweybrück-Prochaska; The Flower Book, by Fritz Kredel; Schwind's Engravings of "Der Freischütz", by Otto Erich Deutsch; Adolph Schrödter as an Illustrator, by Werner Kruse; Carl Ernst Poeschel's Works, by Dr. Konrad F. Bauer; Hans Alexander Müller as a woodcut artist, by Professor Dr. Julius Zeitler; and also announcements by the State Academy. Transl. by W. L. Campbell





Probeseiten aus
Buchkunst Band II, 1935

Specimen pages from
Buchkunst, Vol. II, 1935



Photos: Gert Pfankuch

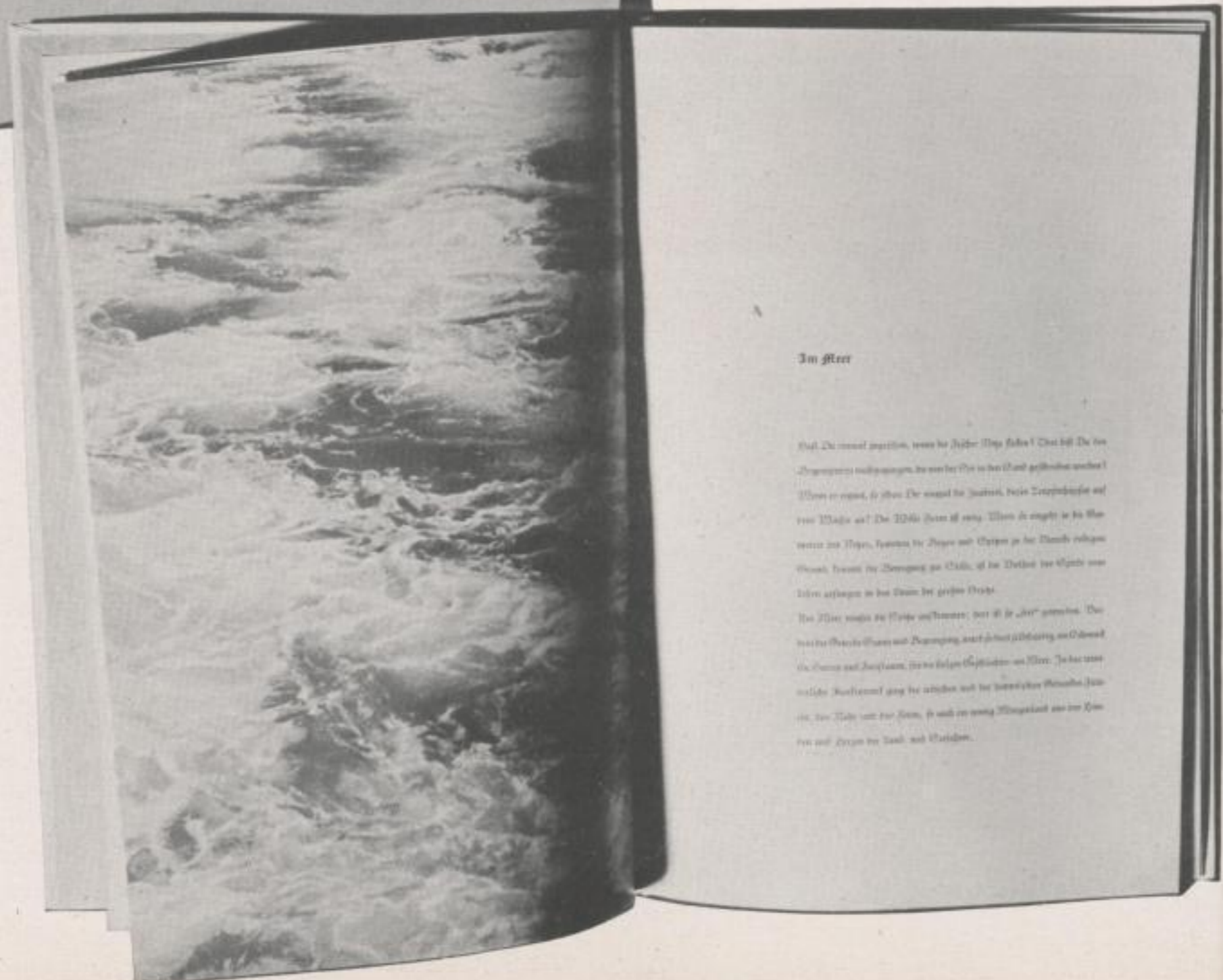
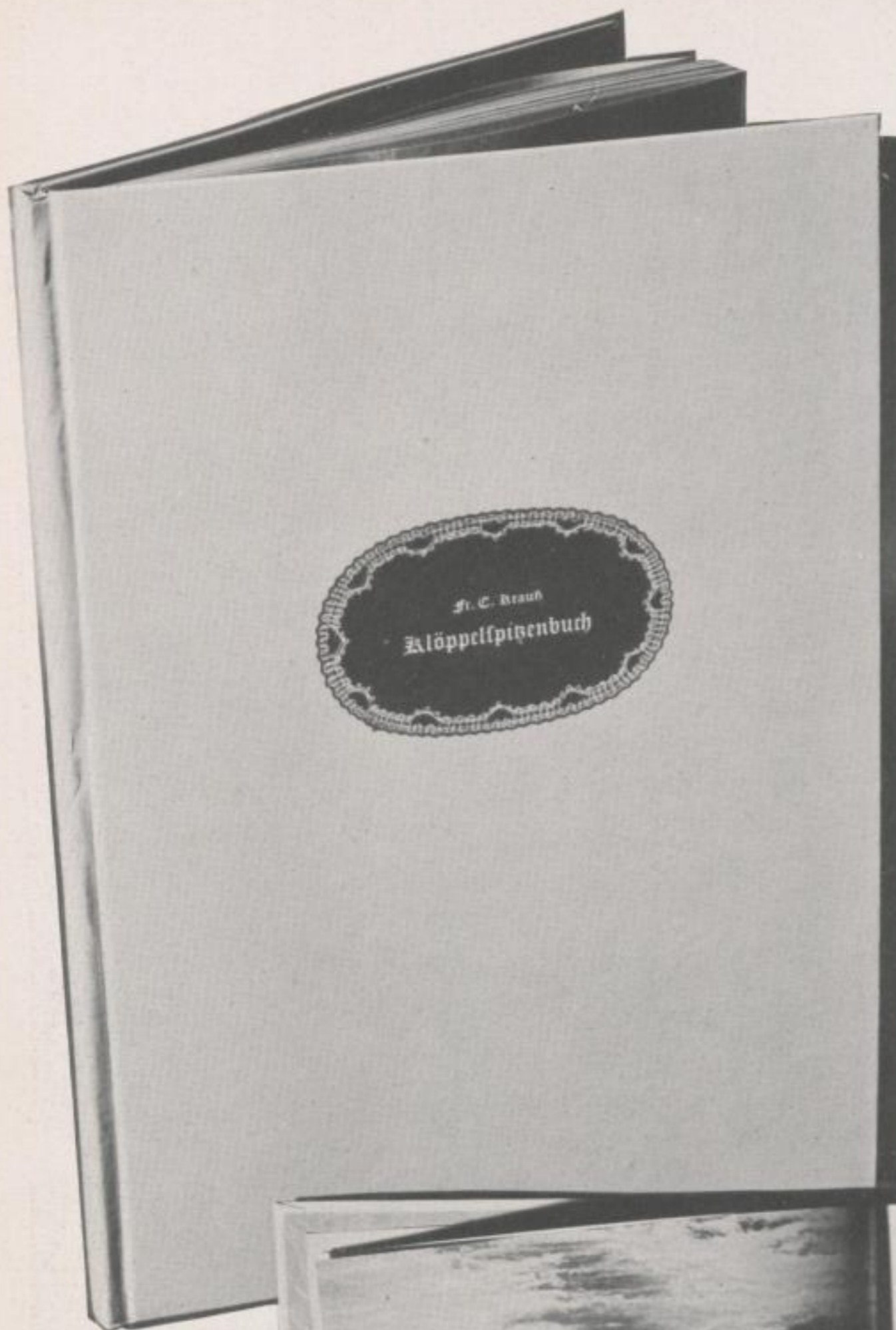
FR. E. KRAUSS: KLÖPPELSPITZENBUCH

Dieses Buch wurde als 19. Privatdruck im Auftrag von Fr. E. Krauß, Schwarzenberg, hergestellt, bei F. Bruckmann A. G., München, gedruckt, die Gestaltung besorgte Josef Käufer, München. Die Privatdrucke des Herrn Krauß in Schwarzenberg waren immer etwas Besonderes. Aber dieses Klöppelspitzenbuch ist etwas ungewöhnlich Schönes. Die Auswahl der Themen und Bilder spricht von einer so großen Liebe zum heimischen Handwerk, daß man dem Herausgeber für diesen glücklichen Gedanken und seine Durchführung aufs herzlichste danken muß. H. K. Frenzel.

FR. E. KRAUSS: PILLOW-LACE BOOK

This book was prepared as the 19th private publication ordered by Fr. E. Krauss, printed by the F. Bruckmann Co. Ltd., Munich, and arranged by Josef Käufer, Munich. The privately issued publications of Herr Krauss in Schwarzenberg were always something special, but this book on pillow-lace is something unusually beautiful. The choice of the themes and illustrations indicates such a great love of local handicraft that cordial thanks are due to the publisher for this fortunate idea and its execution.

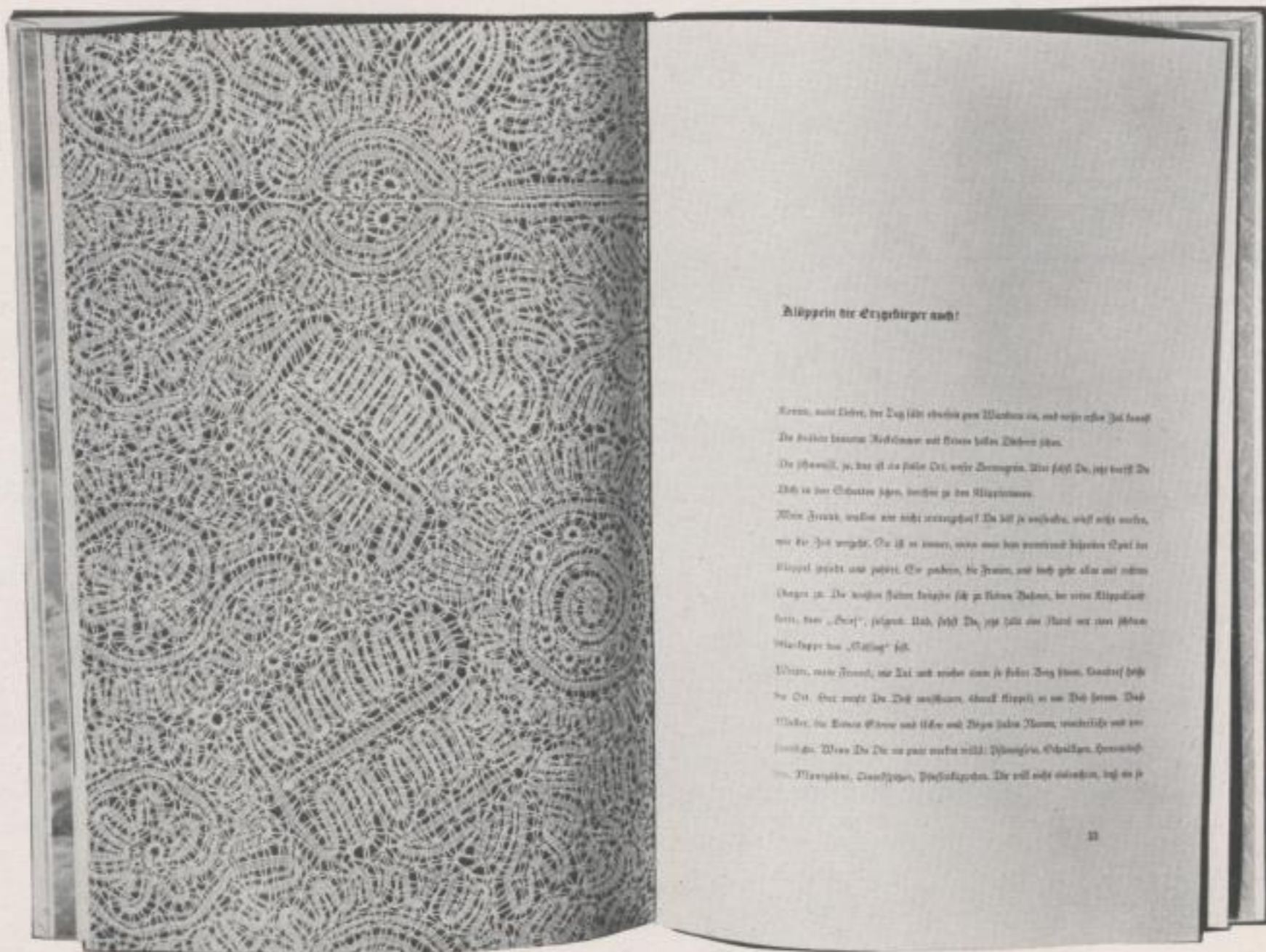
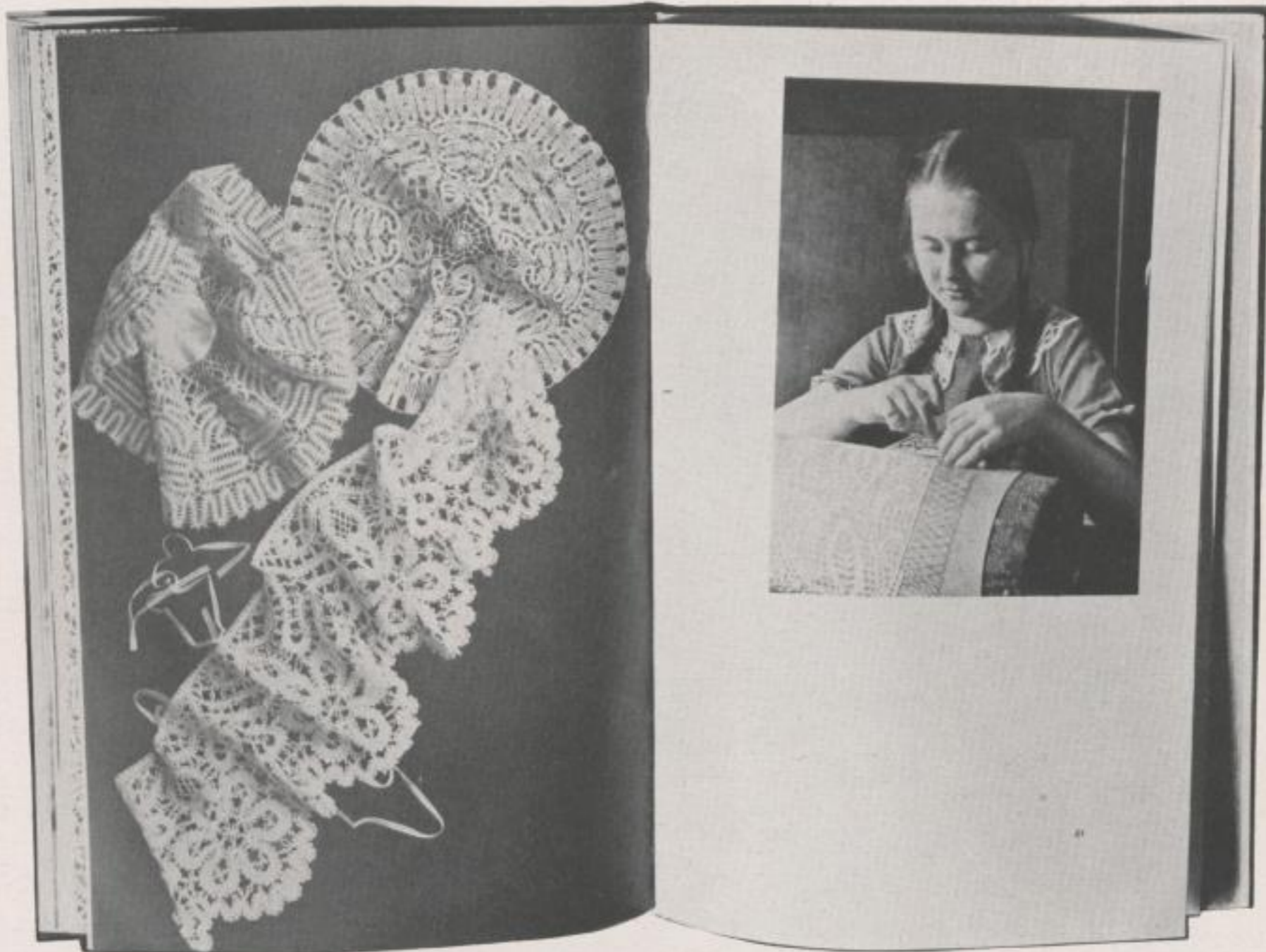
Transl. by W. L. Campbell.



FR. E. KRAUSS:

Probeseiten aus dem Klöppelspitzenbuch

Specimen pages from the Pillow-Lace Book



Hüppin die Zingbiger auch!

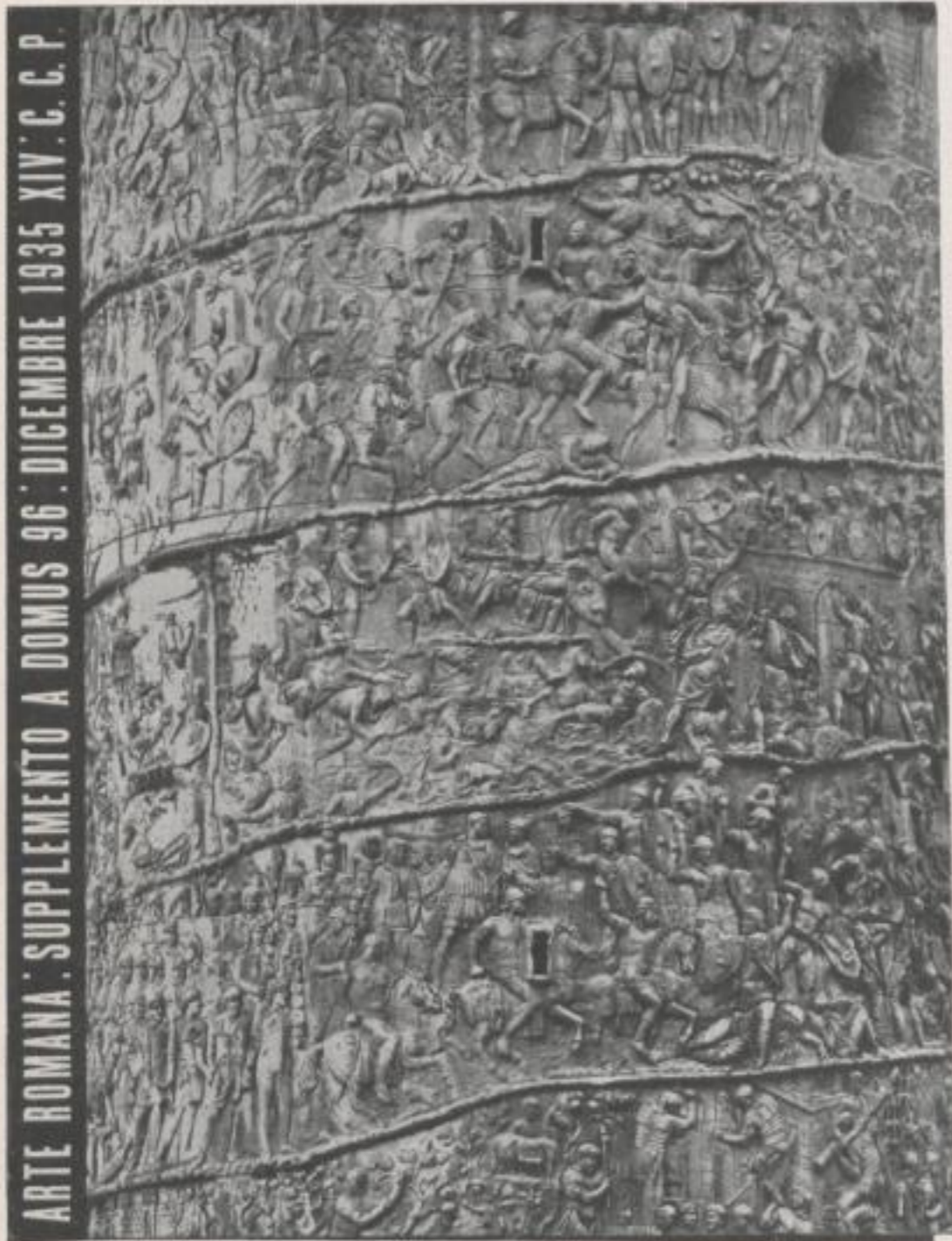
Kreuz, mein Dohr, der Zug dich ebenich gen Wunden an, und weis ich ja noch
Die besten besten Mädchen mit einem hohen Dohr an.
Die Hüppin, ja, das ist ein hohe Ost, viele Zingbiger, die sind die, die sind die
Die ist der Schuster Sohn, meine ja der Hüppin.
Mein Dohr, meine mit nicht zingbiger? Die ist ja weislich, weiß nicht mehr,
was die ist weislich, die ist so weislich, was man hat weislich zingbiger Ost
Hüppin macht eine hüppin. Die hüppin, die hüppin, was ich die ist mit einem
Dohr ja. Die hüppin hüppin hüppin ich ja hüppin Dohr, die ist ein Hüppin
hüppin, das „Hüppin“, hüppin. Hüppin, hüppin die, die ist ein Hüppin mit einem hüppin
Hüppin mit „Hüppin“ hüppin.
Hüppin, mein Dohr, der Zug dich ebenich gen Wunden an, und weis ich ja noch
Die besten besten Mädchen mit einem hohen Dohr an.
Die Hüppin, ja, das ist ein hohe Ost, viele Zingbiger, die sind die, die sind die
Die ist der Schuster Sohn, meine ja der Hüppin.
Mein Dohr, meine mit nicht zingbiger? Die ist ja weislich, weiß nicht mehr,
was die ist weislich, die ist so weislich, was man hat weislich zingbiger Ost
Hüppin macht eine hüppin. Die hüppin, die hüppin, was ich die ist mit einem
Dohr ja. Die hüppin hüppin hüppin ich ja hüppin Dohr, die ist ein Hüppin
hüppin, das „Hüppin“, hüppin. Hüppin, hüppin die, die ist ein Hüppin mit einem hüppin
Hüppin mit „Hüppin“ hüppin.

ARTE ROMANA

Sonderausgabe der Zeitschrift „Domus“ in
Zusammenarbeit mit Anna Maria Mazzucchelli

ARTE ROMANA

Special number of the periodical “Domus“
in collaboration with Anna Maria Mazzucchelli

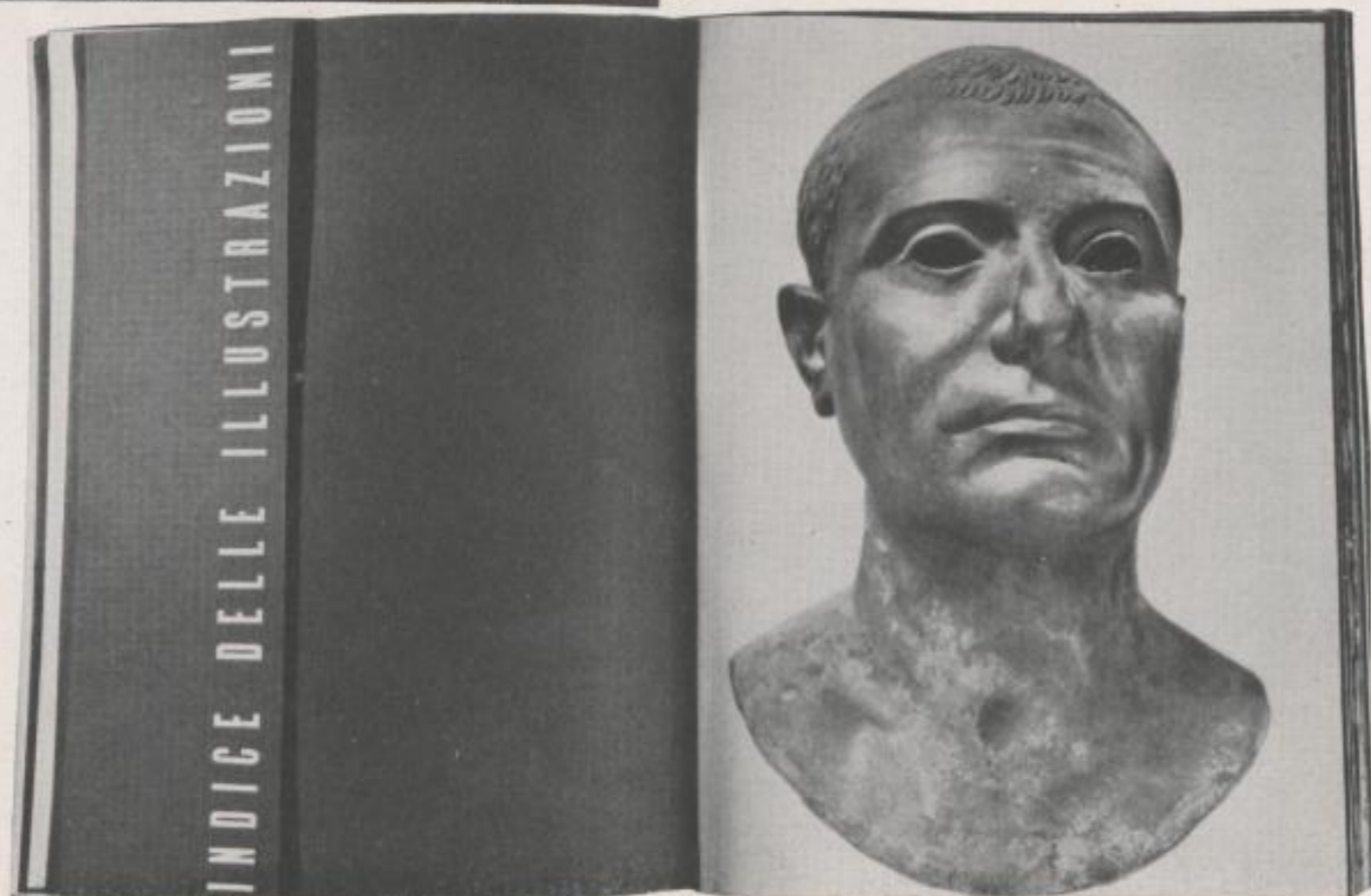


Ein Buch mit wunderbaren Bildern römischer Plastiken
und vier farbigen Beilagen nach altrömischen Fresken.
Die buch- und drucktechnische Ausführung ist hervor-
ragend, sicherlich eine der besten Publikationen über
römische Kunst. Der Text versucht nachzuweisen, daß
die römische Kunst frei von hellenistisch-mykenischen
Einflüssen sei. Es ist also ein Angriff gegen die bis-
herige Anschauung der gesamten Kunstwissenschaft.

H. K. Frenze

A book with wonderful pictures of Roman sculpture
and four coloured reproductions of old Roman fres-
coes. The technical make-up and printing of the book
are excellent, and it is certainly one of the best publi-
cations on Roman art. An attempt is made in the text
to prove that Roman art is free from Hellenistic
Mycenæan influences—an attack on the view so far
held by all writers on art.

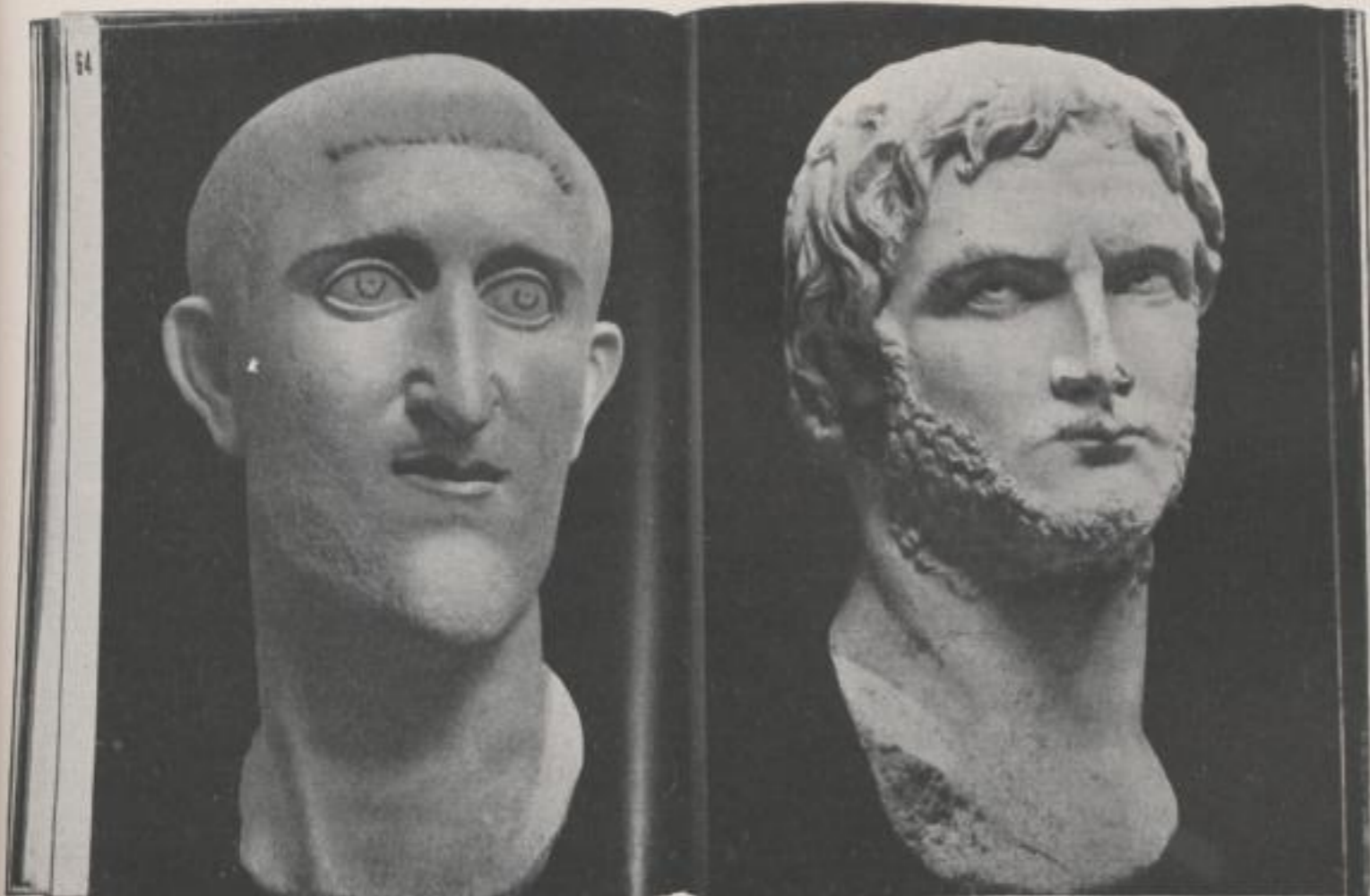
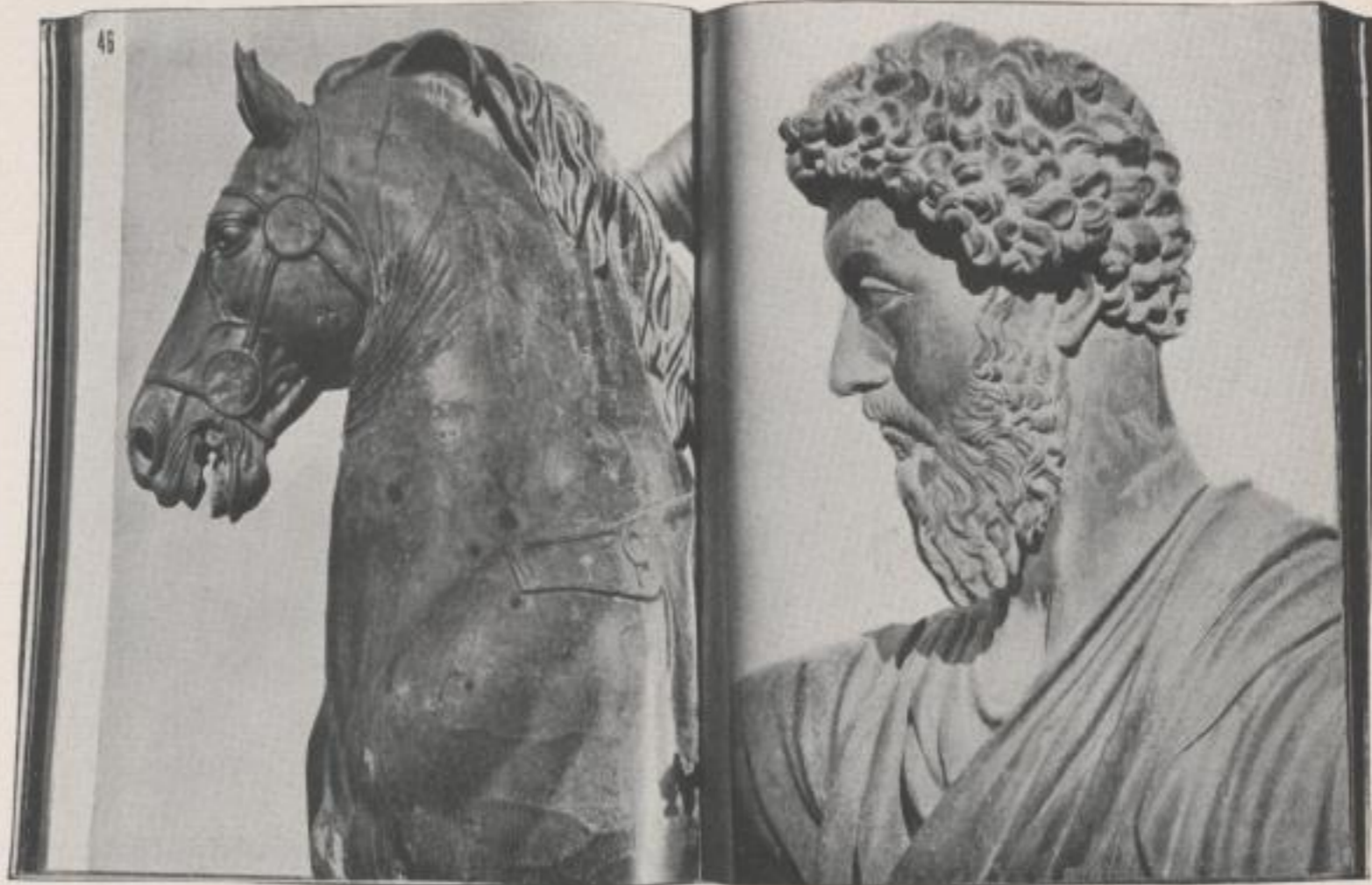
Transl. by W. L. Campbell





Probeseiten aus Arte Romana

Specimen pages from Arte Romana



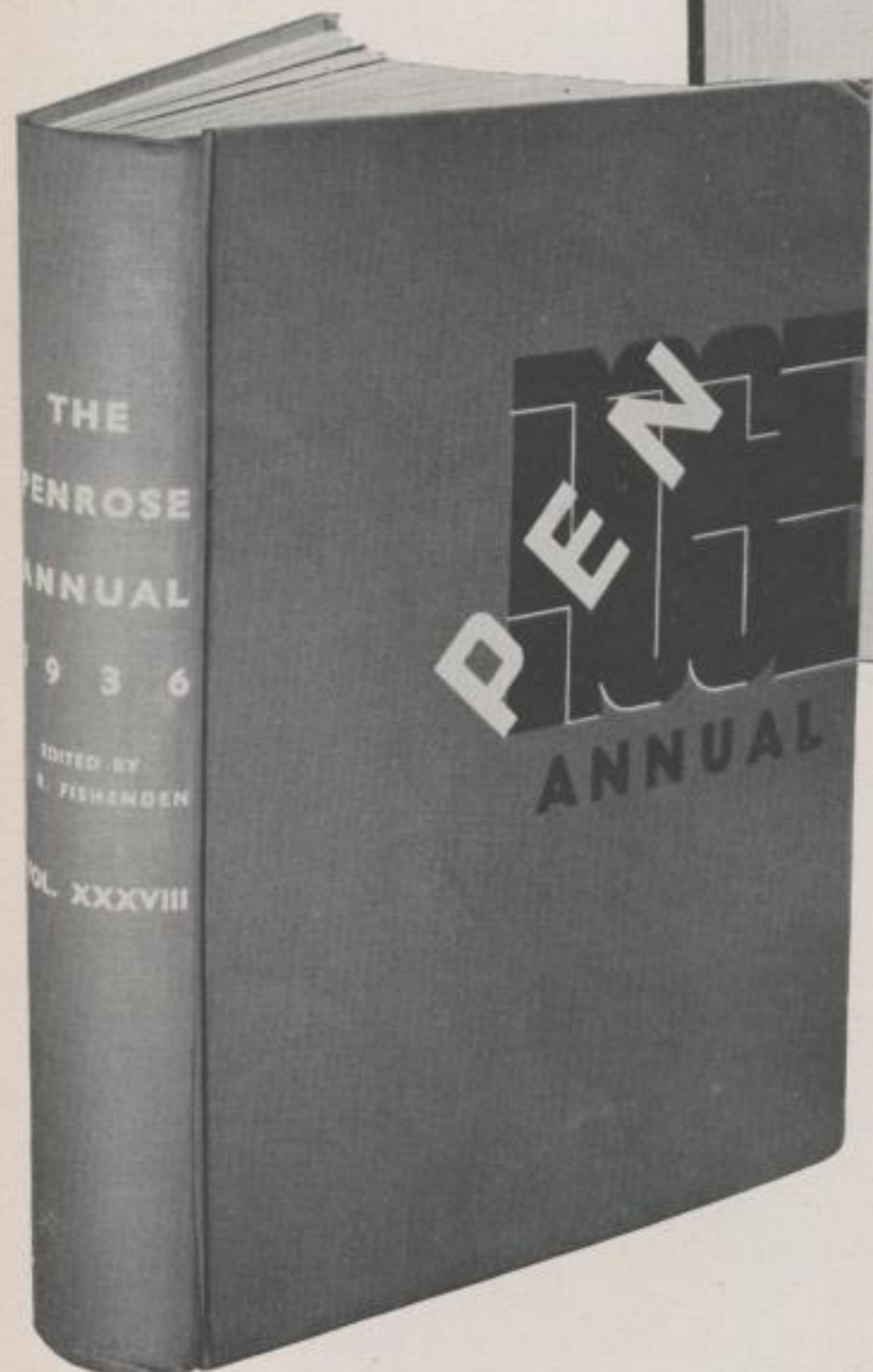
Photos: Gert Pfankuch



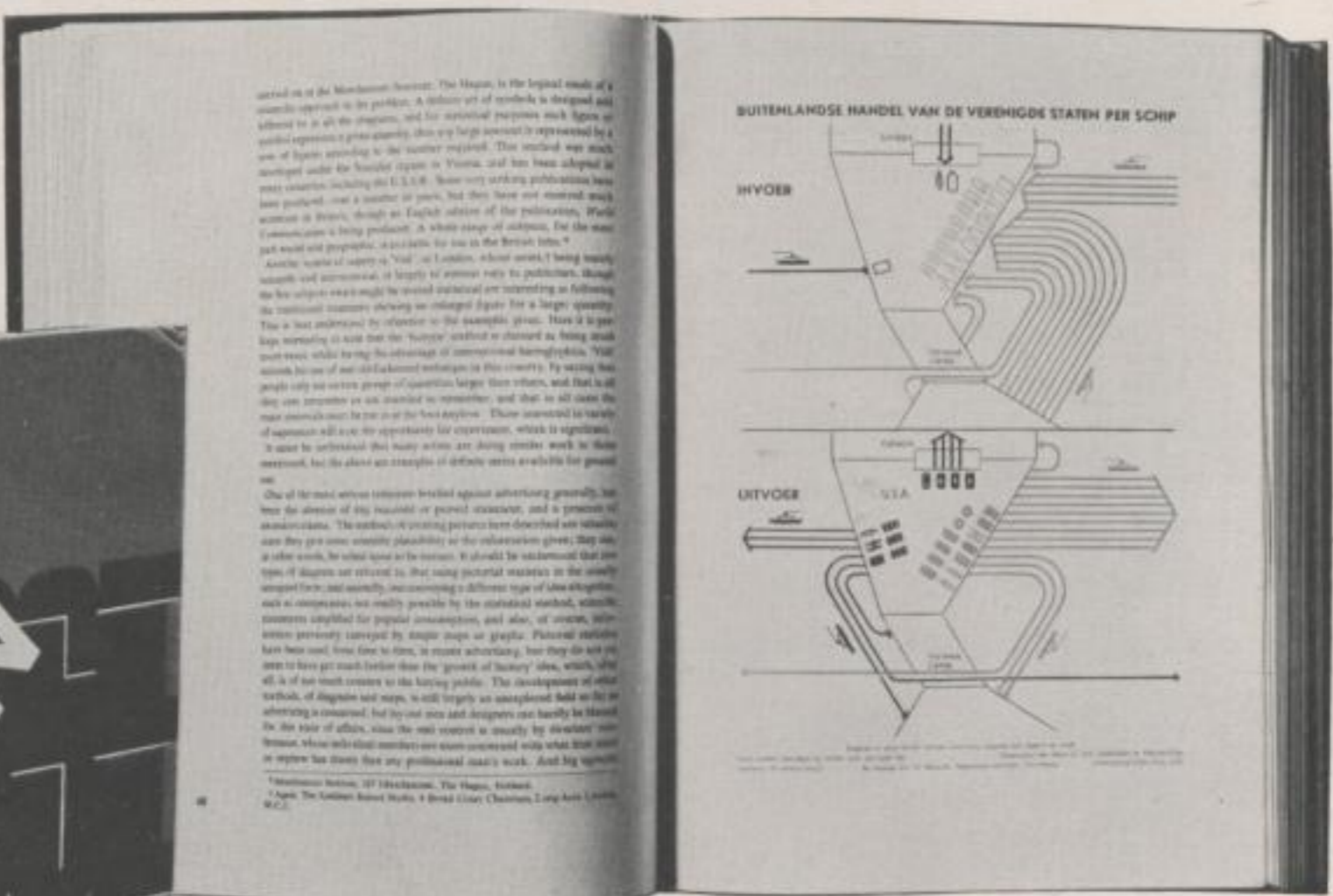
THE PENROSE ANNUAL

38. Jahrgang 1936,
Herausgeber Robert B. Fishenden,
M. Sc. (Tech.) F. R. P. S.
Verlag Lund Humphries & Co. Ltd,
12, Bedford Square, London WC 1

Volume XXXVIII, 1936,
Edited by Robert B. Fishenden,
M. Sc. (Tech.), F. R. P. S.
Published by Lund Humphries & Co.
Ltd., 12, Bedford Square, London WC1



Photos: Gert Pfankuch



Dieses englische Druckerjahrbuch behandelt neben allen technischen Fragen eine ganze Reihe Grenzgebiete, die den Drucker interessieren müssen. Aus der Fülle der Beiträge zählen wir nur auf:
Die Einführung des Herausgebers, „Konjunktur und Reklamemarkt“ von H. K. Frenzel, „Psychologie des englischen und deutschen Plakates“ von Dr. Nikolaus Pevsner, „Was ist modern in der Typographie“ von B. L. Warde, „Nach dem Funktionalismus — Surrealismus?“ von Frederick A. Horn, „Goudy 70 Jahre alt“ von Paul Standard, „Frühe Lithographie in England“ von A. F. Johnson, „Angewandte und Farbenfotografie im heutigen England“ von Edward Carrick, „Die Klein-Dreifarbenkamera“ von T. P. K. Moloney, außerdem noch viele andere interessante Beiträge.
H. K. Frenzel.

This English printers' yearbook deals, in addition to all technical questions, with a large number of allied subjects which must be of interest to the printer. Among the large number of articles we may mention the following:
Editor's Review; The Influence of Market Fluctuations on the Demand for Advertising, by Professor H. K. Frenzel; The Psychology of English and German Posters, by Dr. Nikolaus Pevsner; What Does 'Modern' Mean in Typography? by B. L. Warde; After Functionalism — Surrealism?, by Frederick A. Horn; Goudy at Seventy, by Paul Standard; Early Lithography in England, by A. F. Johnson; Commercial Monochrome and Colour Photography in England To-day, by Edward Carrick; The Klein-Tri-colour Camera, by T. P. K. Moloney, and many other very interesting articles.
Transl. by W. L. Campbell.



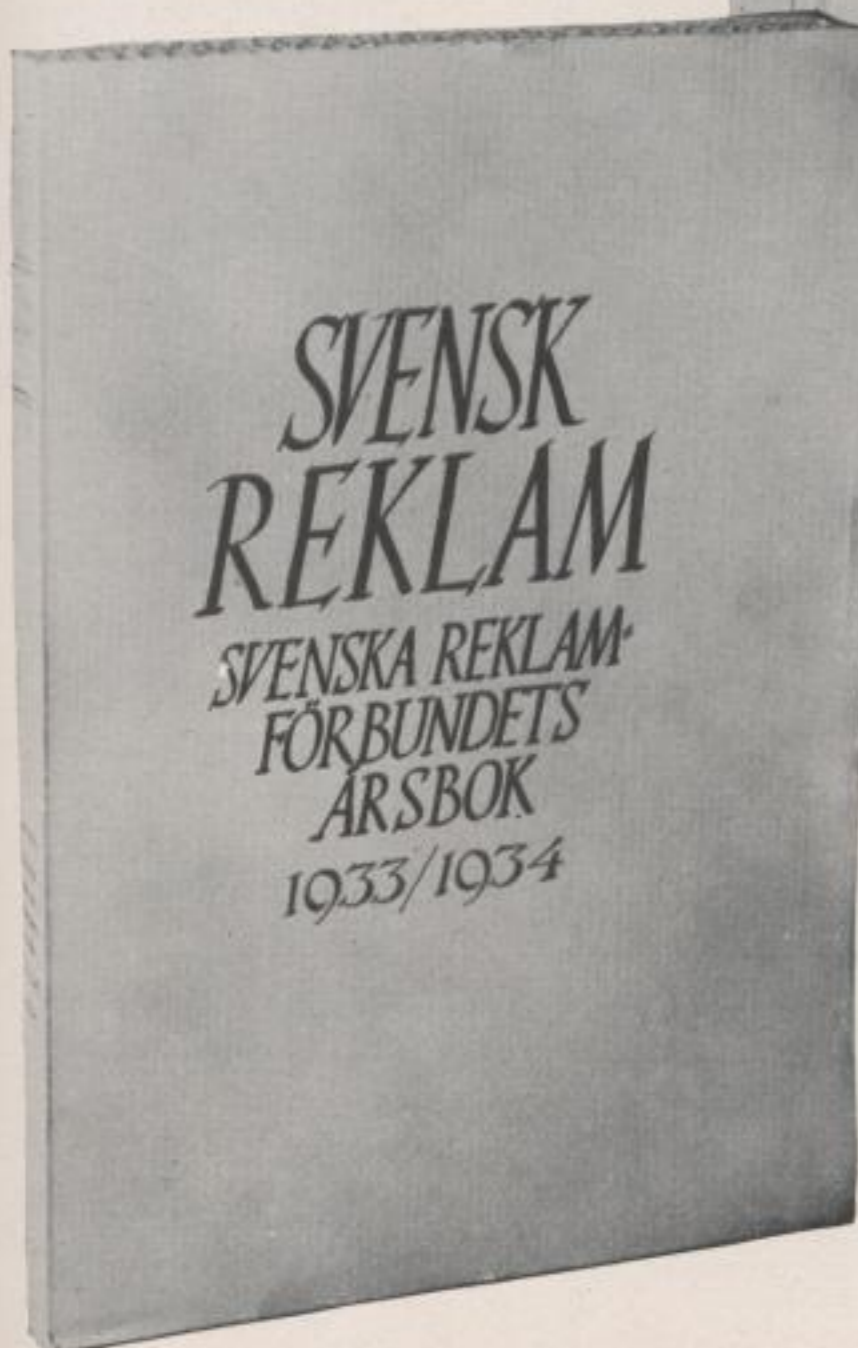
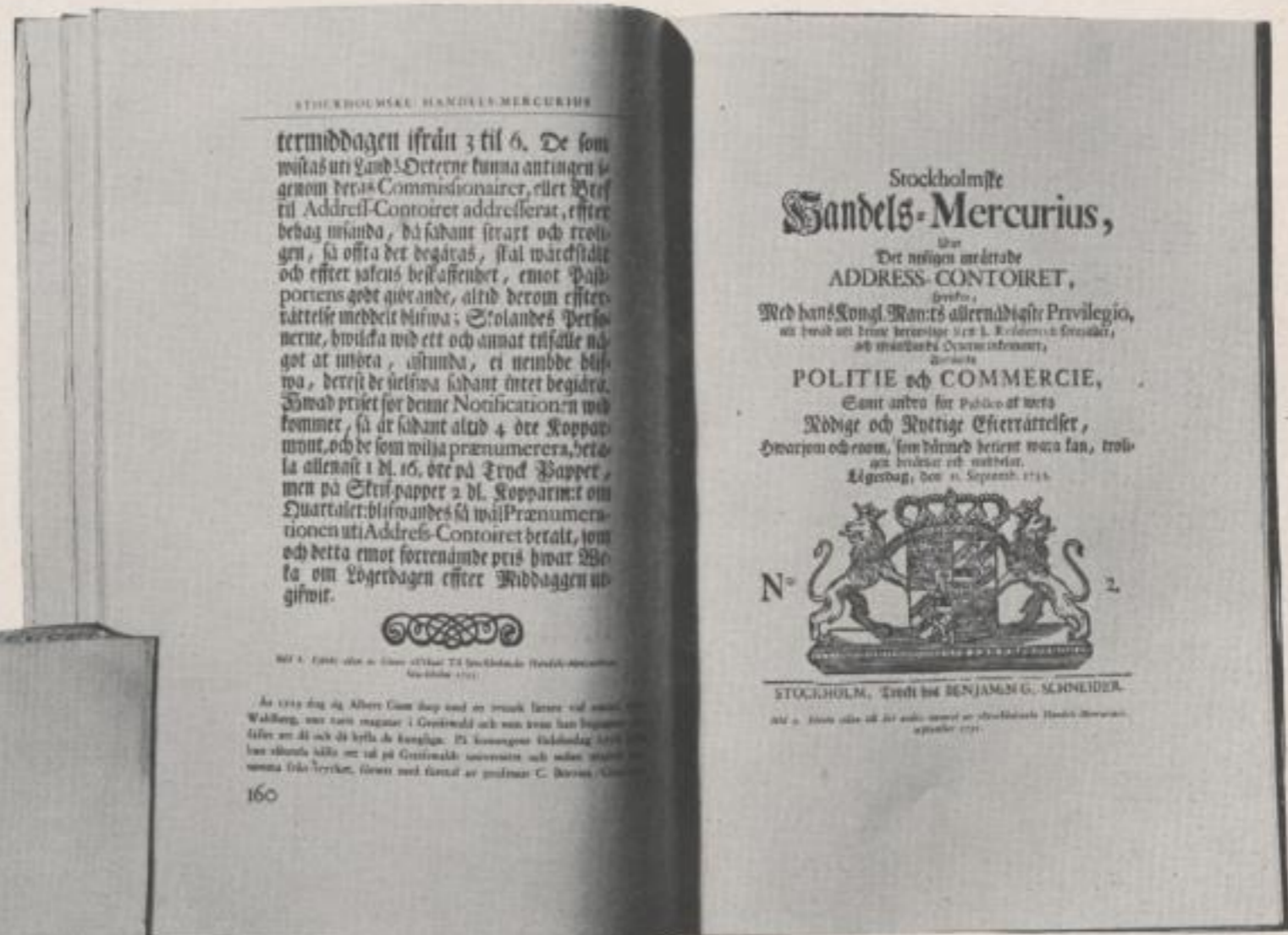
Die verschiedenen Jahrbücher der schwedischen Werbung, von denen der 5. Jahrgang erschienen ist, sind von Anfang an so angelegt, daß sie zusammen einen Überblick über die gesamte schwedische Werbung und ihre Hilfsmittel geben. Im Unterschied zu den üblichen Jahrbüchern werden in einer Reihe von übersichtlichen, interessanten Aufsätzen die spezifisch schwedischen Verhältnisse dargestellt, in einem angeschlossenen Anzeigenteil ein Querschnitt durch schwedisches Anzeigen-Wesen, seine guten und weniger guten

Fortsetzung auf Seite 61

SVENSK-REKLAM 1933-34

Herausgegeben vom Schwedischen Reklameverband im Verlag P. A. Norstedt & Söner, Stockholm. (Preis Skr 11,— geb., Skr 7,50 brosch.)

Issued by the Swedish Advertising Association and published by P. A. Norstedt & Söner, Stockholm. (Price, bound, 11 S.Kr.; stitched, 7.50 S.Kr.)



The various yearbooks on Swedish advertising, of which the fifth issue has appeared, have been so arranged from the start that, taken together, they provide a survey of the whole of Swedish advertising and the means employed. In contrast to the usual yearbooks, specific Swedish conditions are described in a series of clear and interesting articles, while an appended advertisement section provides a survey of the good and less satisfactory sides of Swedish advertisements. The text section of the latest number, which is 190 pages long and richly illustrated, contains articles on the development of the last five years by Y. Hedvall who gives a clear sketch of the influence of various "styles" of advertising; a fundamental historical study

Continued on page 61

Photos: Gert Pfankuch

Statistische Vergleichsbilder

Verwendung von Gas,
Kohle und Elektrizität
für Kochzwecke

Entwurf

ALBERT HEIM



Photo: Gert Pfankuch



DR. ANITRA KARSTEN:

WERBENDE STATISTIK

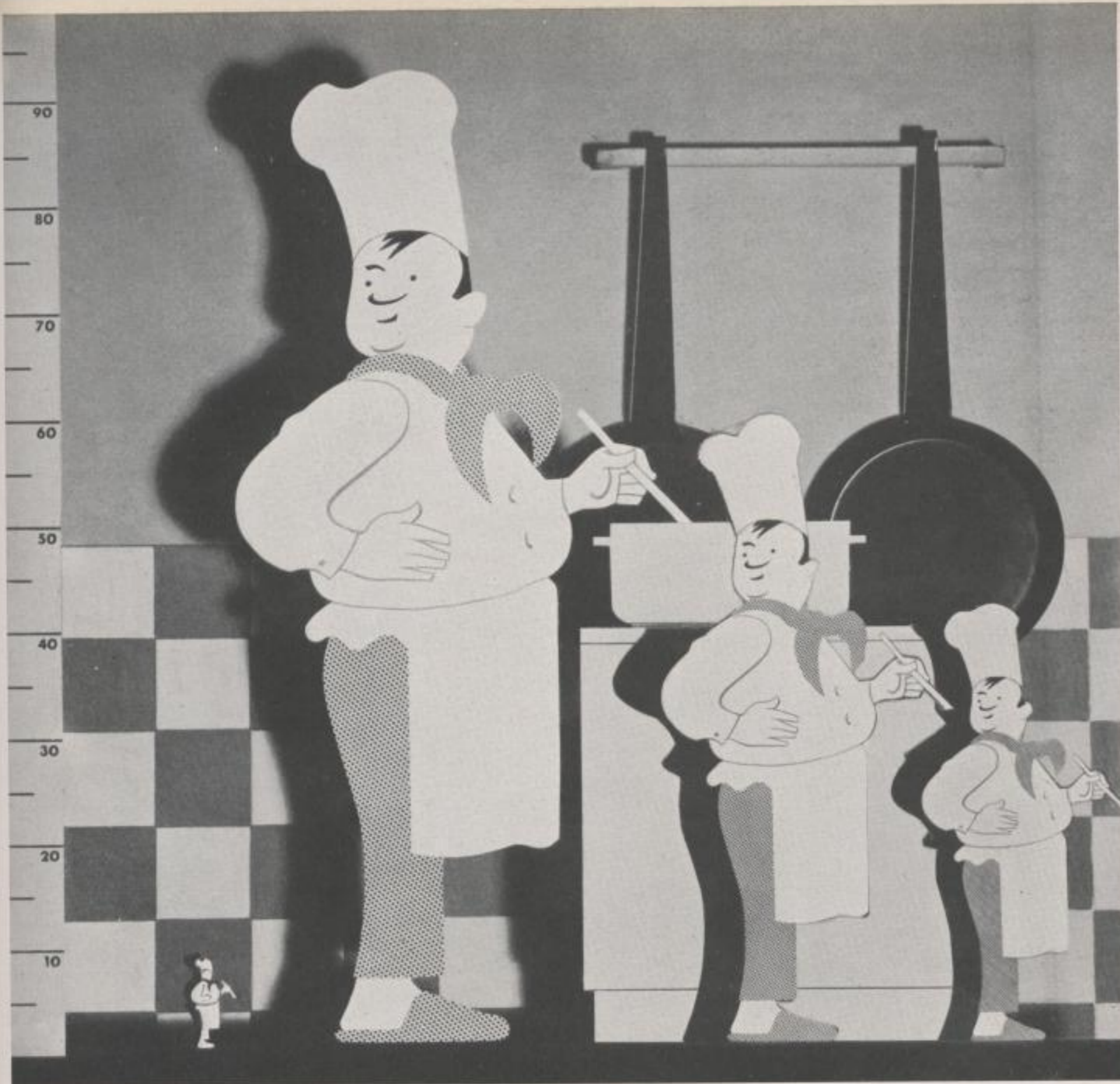
Einer der wichtigsten Grundsätze der Werbung ist nach Claude Hopkins:

„Man mache nie zuviel Aufhebens von sich. Man soll das Erzeugnis verkaufen, nicht sich selbst. Man verschleierte nie eine Sache und verwende die kürzesten Worte! Jeder Satz muß aufrichtig klingen. Man biete nur Dienste an, denn das ist das, was die Menschen allein wünschen. Man bewerte jeden Satz nach dieser Grundlage. Man verschwende weder Anzeigenraum noch Geld zu irgendeinem anderen Zwecke.“

Ein Grundbegriff der Statistik ist die statistische Masse, ihre einfachste Ausdrucksform die Summe. Diese wird weitaus am häufigsten in der Werbung verwendet. Auf der „Visitenkarte“ heißt sie dann: Die Firma A hat X Mark Aktienkapital, oder Arbeiter, oder Maschinen, oder Y Filialen in „allen Gegenden Deutschlands“ oder in „60 Staaten“! Über den Wert einer derartigen Werbung ist nicht viel zu sagen. Gerade in der Werbung muß man sich darüber klar sein, welche Bedeutung die richtige Einbettung eines Argumentes hat. In den seltensten Fällen setzt sich die reine Tatsache durch. Schon für die äußere Form ergeben sich Fragen wie etwa: was ist eine „große Zahl“ in diesem Zusammenhange; was ist „mehr“: „96 Filialen“ oder „rund (beinahe) 100 Filialen“ oder „Filialen in allen, „jedem“, 15 Stadtteilen“? Es fragt sich weiter, ob ein neues, wichtiges Moment hinzugekommen ist, wenn eine Zunahme an Kunden, wenn Anerkennungsschreiben angeführt werden usw. Im letzteren Falle hat die Zahl eine beinahe magische Wirkung! Wie soll ich dies richtig ausnutzen, zur Wirkung bringen?

Als Ausdrucksform der statistischen Masse kann ferner nach der Definition von E. Wagemann im „Narrenspiegel der Statistik“ (Hanseatische Verlagsanstalt Hamburg 1935) „eine in dieser oder jener Weise geordnete Reihe oder ein anderer zu-

sammengesetzter Ausdruck dienen. Derartige zusammengesetzte Ausdrücke der Masse bedeuten freilich schon ihre statistische Analyse . . . Wir können sie daher auch als statistische Erläuterung einer statistischen Masse bezeichnen.“ Diese entwickelteren Ausdrucksformen spielen eine immer größere Rolle in der Werbung. Sie treten zutage bei der Darstellung der Entwicklung eines Unternehmens, der Bx-Verbreitung seines Wirkungskreises, bei Vergleichen aller Art usw. Die Voraussetzungen für die Aufstellung einer Statistik, die Methoden der Erhebung und Auswertung, die verschiedenen Fehlerquellen können wir hier nicht behandeln. Der Werbefachmann muß sich jedoch hiermit ganz vertraut machen, damit er entscheiden kann, wann und wie er die Statistik für seine Zwecke ausnutzen kann, wann ein typisches Beispiel genügt, wann eine „geballte“ Masse wirkungsvoller ist. Die Verwertbarkeit von Zahlen in der Werbung hängt von der Geschicklichkeit des Werbenden ab, sie in einem größeren Zusammenhange zur Geltung zu bringen. Was Rolf Wagenführ in „Statistik leicht gemacht“ (Hanseatische Verlagsanstalt, Hamburg, 1934) von der Marktanalyse fordert, gilt für die Statistik überhaupt: „Grundsatz für die richtige Durchführung einer Analyse muß es sein, ein Urteil nur aus der Gesamtschau aller zur Verfügung stehenden Daten zu fällen; Fehlerurteile sind sonst unvermeidlich.“ Erst die Überschau ermöglicht die richtige Einschätzung des Einzelfalles. Jede Einzel Tatsache bekommt erst Bedeutung in einem größeren Zusammenhange, den es herauszufinden, herauszustellen gilt. Die Statistik hat vor anderen Werbeargumenten den Vorteil, daß sie eine bestimmte, fest umrissene Tatsache hinstellt. Eine bestimmte Feststellung ist in der Werbung immer wirkungsvoller als eine allgemeine Andeutung, die Aufdeckung eines größeren Zusammenhanges wiederum interessiert mehr als eine Auskunft über den augenblicklichen Stand der Firma X.



Statistical comparative illustrations

The use of gas, coal and electricity for cooking

Design
ALBERT HEIM

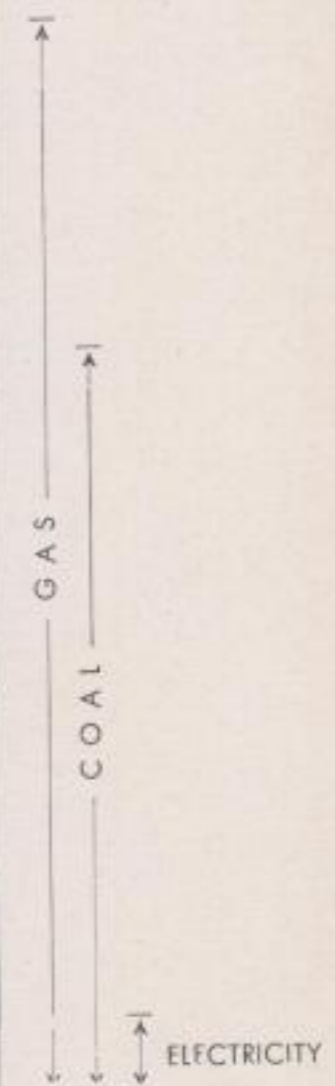


Photo: Gert Pfankuch

ADVERTISING STATISTICS BY DR. ANITRA KARSTEN

One of the most important principles of advertising, according to Claude Hopkins, is:

"Never make too much fuss about yourself. You ought to sell the product and not yourself. Never disguise a fact, and use the shortest words. Every sentence must sound honest. Only offer services, for that is the only thing that people want. Estimate the value of every sentence in accordance with this principle. Don't waste advertising space or money on any other purpose."

One fundamental conception of statistics is the statistical mass, and its simplest form of expression is the total. This is by far the most frequent form used in advertising. The 'visiting card' then states: The firm A has X marks of share capital, or workmen, or machines, or Y branches in "all parts of Germany" or in "60 countries"!

There is not much to be said about the value of such a form of advertising; especially in advertising one must have a clear idea of what the importance of the correct inclusion of an argument is. It is only in the rarest cases that the actual fact is apparent. Even as regards the external form questions arise, such as: What is a "large number" in this connection; what is "more" — "96 branches" or "about (nearly) 100 branches" or "branches in all, "every", 15 parts of the town"? It is also a question of whether a fresh and important factor has been introduced when an increase in the number of customers or testimonials, etc. is mentioned. In the latter case a number has an almost magical effect. How is this to be properly used in order to make it effective? As E. Wagemann says in "Narrenspiegel der Statistik" (Hanseatische Verlagsanstalt, Hamburg, 1935) "a series arranged in one way or other, or an expression composed otherwise can serve (i. e. as a form of expression of a statistical mass)". Such composite expressions of the mass

of course mean their statistical analysis ... hence we can also describe them as a statistical explanation of a statistical mass."

These more developed forms of expression are playing a constantly increasing part in advertising. They make their appearance in the representation of the development of an undertaking, of the extension of its sphere of activity, in comparisons of all kinds, etc.

The prerequisites for recording statistics, the methods of collecting and utilizing them, and the different sources of error cannot be dealt with here. But the advertising expert must make himself thoroughly familiar with them in order that he can decide when and how he can use statistics for his purposes, when a typical example is sufficient and when a "conglomeration" is more effective. The estimation of the value of statistics in advertising depends on the advertiser's skill in making them effective in a larger connection. What Rolf Wagenführ demands of market analysis in "Statistik leicht gemacht" (Hanseatische Verlagsanstalt, Hamburg, 1934) also applies to statistics in general: "The principle for the correct execution of an analysis must be to base a judgement solely on the general effect of all available data; errors of judgement are otherwise unavoidable." It is only a general survey that makes it possible to arrive at a correct estimation of each individual case. Each individual fact first assumes importance in a general connection which has to be discovered and elucidated.

As compared with other advertising arguments, statistics have the advantage that they represent a definite and clearly defined fact. A definite statement is always more effective in advertising than a general indication, while the elucidation of a larger connection is more interesting than information regarding the present state of the firm X. But what a lot of

Statistische Vergleichsbilder

für

Bier
Wein
Branntwein

Entwurf

ALBERT HEIM



Photo: Gert Pfankuch

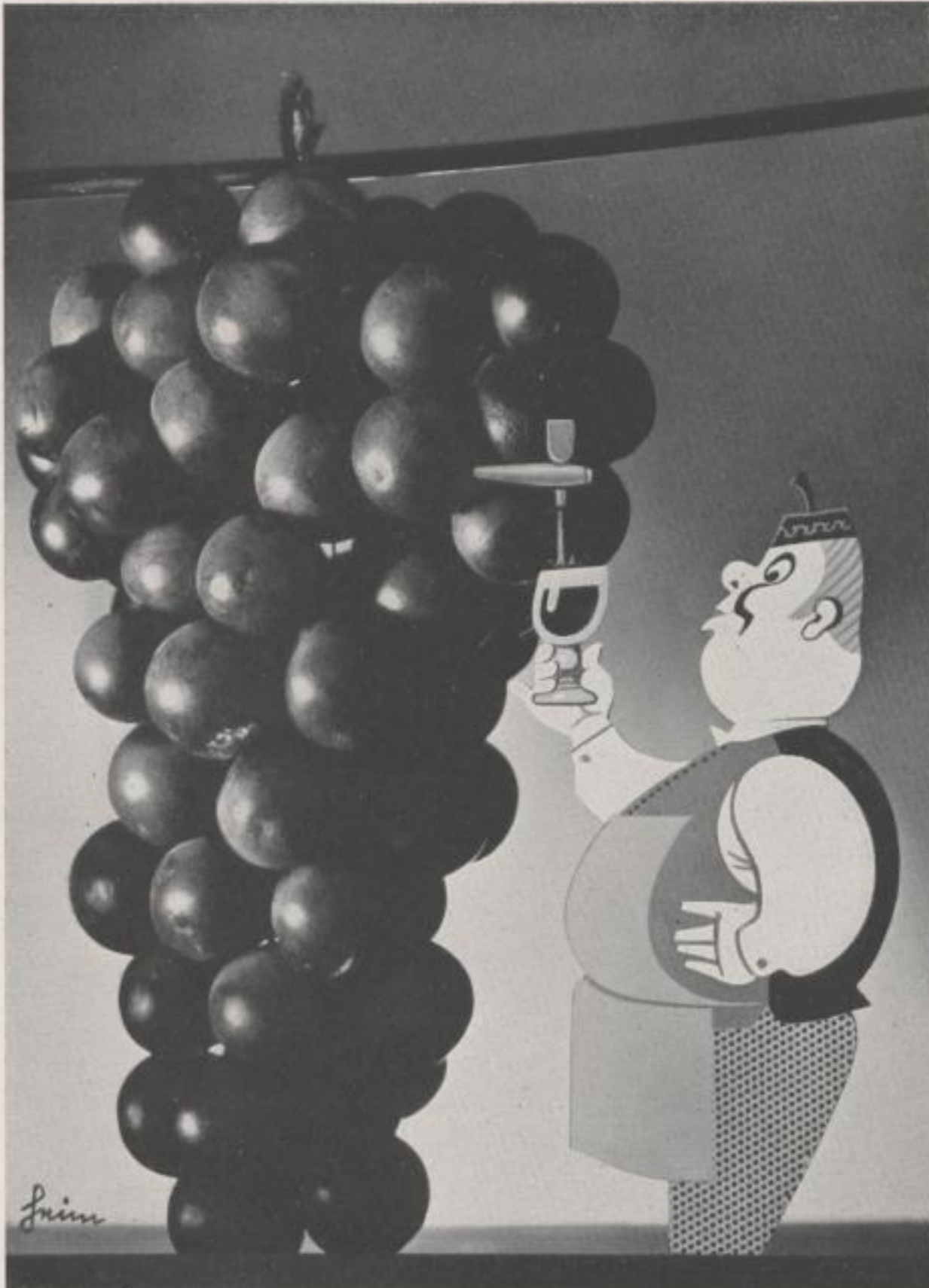
Wie wird aber mit den Zahlen umgegangen! Ein Beispiel für viele: eine bekannte Schreibmaschinenfirma behauptet in ihrer Werbung: „Der Umsatz ist um nahezu 175 % gegenüber dem Vorjahre gestiegen.“ Eine Konkurrenzfirma schreibt vielleicht, ihr Umsatz sei um 300 % gestiegen. In Wirklichkeit mag diese Firma weniger Maschinen als jene, alle beide aber im ganzen nur eine kleine Anzahl Maschinen verkauft haben. Diese Art Jonglieren mit Zahlen besagt natürlich gar nichts und dürfte überhaupt nicht vorkommen. Der Rückschluß ist unvermeidlich: wie viele Fehler mögen erst in den Statistiken enthalten sein, deren Unterlagen ich gar nicht kontrollieren kann. Die Statistik des Einzelbetriebes sollte nicht weniger gewissenhaft gehandhabt werden, als es in den großen statistischen Aemtern der Fall ist, die mit viel größeren Fehlerquellen und Mißverständnissen zu kämpfen haben. Gerade der Werbefachmann hat das größte Interesse daran, Vertrauen zur Statistik zu erhalten, das die Voraussetzung für die Wirkung seiner Zahlen ist. Er hat dabei die beste Gelegenheit, die Statistik populär zu machen, das Verständnis für statistische Zusammenhänge zu wecken und zu vertiefen, das ihm wiederum bei der Anschaffung seiner eigenen statistischen Unterlagen, etwa bei Marktuntersuchungen, zugute kommt. Ein Gebiet, das noch viel zu wenig propagiert wurde und in Zukunft ein interessantes Feld ergeben wird.

statistics are used! It will be sufficient to give one example. A well-known firm of typewriter makers assert in their advertisement that the "turnover has increased by nearly 175 % as compared with last year". A competing firm would perhaps write that their turnover has increased by 300 %. In reality this firm may have sold fewer machines than the other, and both of them only sold quite a small number of machines altogether. It is unavoidable that one should ask oneself how many mistakes may have been contained in statistics which are based on data that one cannot verify. The statistics of individual businesses ought to be dealt with no less conscientiously than is done in large statistical offices which have to struggle with much larger sources of error and misunderstandings. The advertising expert, in particular, has the greatest interest in maintaining confidence in his statistics, for that is the prerequisite for their effectiveness. In doing so he has the best opportunity of making statistics popular and awakening and increasing understanding for statistical comparisons, which again is of benefit to him in obtaining his own statistical material, as, for instance, in market investigations. This is a sphere which has so far been the subject of much too little propaganda and which will, in future, provide an interesting field. Hence statistics in advertising are only of value when they

Statistik in der Werbung hat nur dann einen Wert, wenn sie wirklich etwas aussagt, wenn möglich etwas Neues auf diesem speziellen Gebiet oder für einen größeren Zusammenhang überhaupt. In der Darstellung begnügt man sich heute nicht mehr mit Zahlen, sondern sucht immer mehr nach neuen Ausdrucksformen für Funktionszusammenhänge, nach neuen Bildformeln. Die Sinnfälligkeit der gefundenen Formel ist der Prüfstein für den Werber, inwieweit er die Materie so erfaßt hat, daß er sie durchsichtig klar vor sich sieht und ihr die „einzig mögliche Form“ zu geben vermag.

really give evidence of something, if possible something new in this special sphere, or for a larger connection in general. In representing the matter, we are now no longer satisfied with figures, but constantly seek fresh forms of expression for functional connections, and new pictorial forms. The appeal made by the formula discovered is the touchstone for the advertiser by which he judges in how far he has dealt with the material so that he sees it absolutely clearly in front of him and is able to give it the "only possible form".

Transl. by W. L. Campbell.



Statistical comparative illustrations

for

Beer
Wine
Spirits

Design

ALBERT HEIM

Photos: Gert Pfankuch

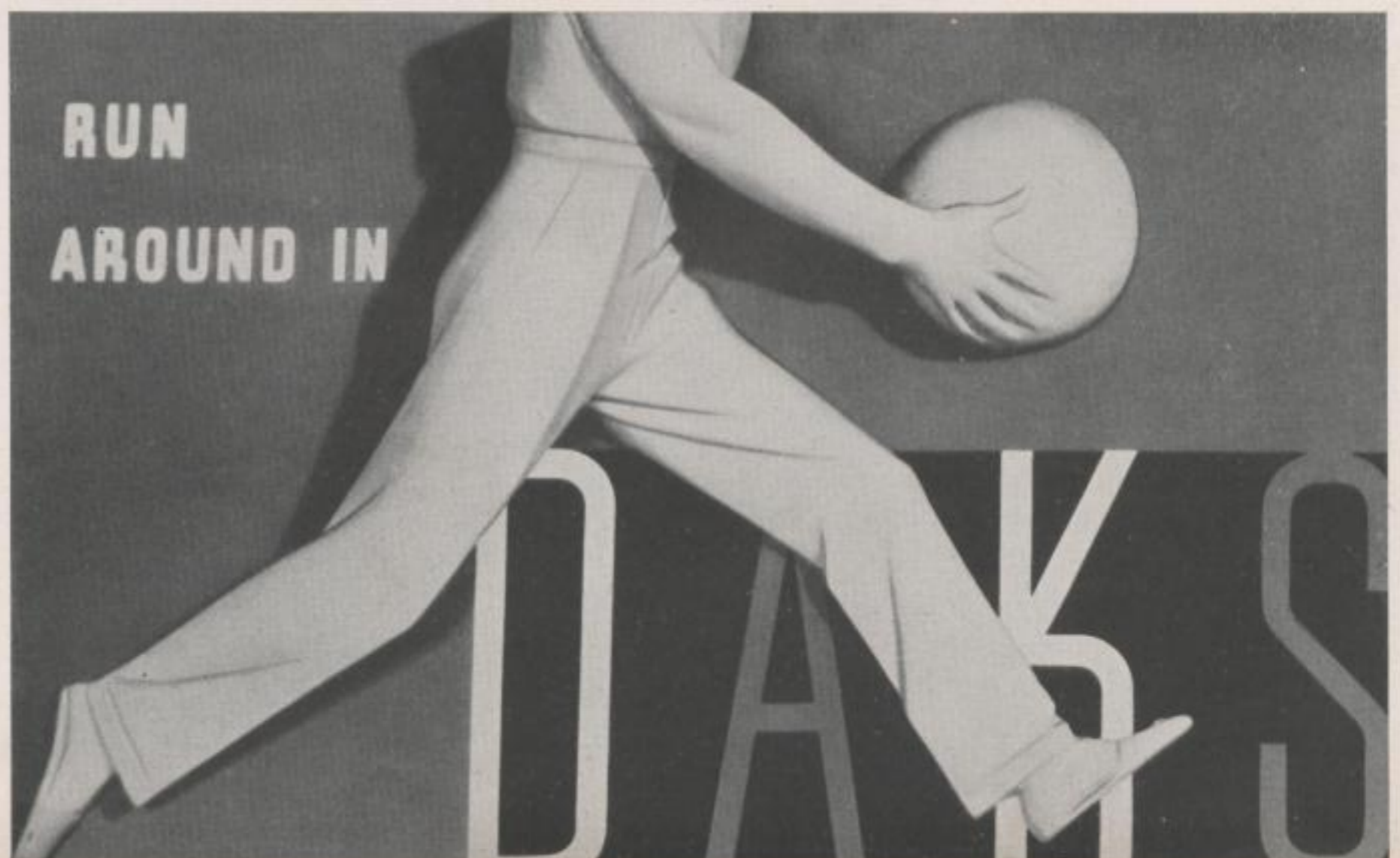




A. ASHLEY
L O N D O N

Inserate und
Schaufensterplakate
für eine Sporthose

Entwurf
A. ASHLEY
London

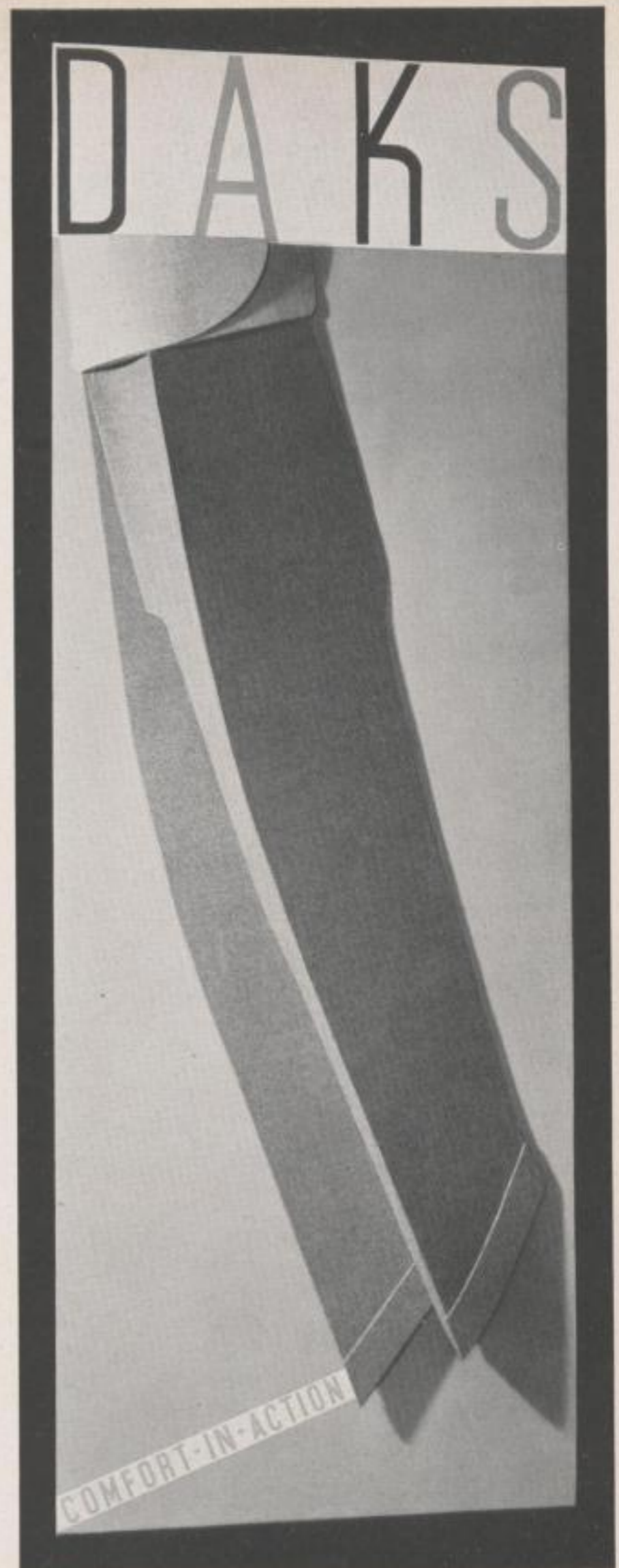


A. ASHLEY, der künstlerische Leiter von Crawfords Reklameagenturen in London ist den Lesern unserer Zeitschrift kein Unbekannter. Wir erinnern uns an die temperamentvollen Zeichnungen für den Chrysler-Wagen, die damals eine ganz neue Entwicklung der Autoreklame auslösten.

Die Hauptmerkmale seiner Werbegraphiken sind sinnfällig aufgebaute Werbeargumente, klare Ordnung des Blickfeldes und gute Schrift. Oft kann auch der überragende Wert eines dieser Teile die Schönheit des Ganzen bestimmen. Das Bild bleibt aber immer der Hauptträger des Verkaufsgedankens. H. K. Frenzel.

A. ASHLEY, the art manager of Crawford's Advertising Agencies in London, is by no means unknown to our readers. We recall his temperamental sketches for the Chrysler car which gave rise to an entirely new development in automobile advertising at the time.


The principal features of his advertising graphic work are appealingly worded advertising arguments, a clear arrangement of the field of vision, and good script. The superior value of one of these features frequently determined the beauty of the whole. But the illustration is always the main support of the idea of selling the goods. Transl. by W. L. Campbell.



Advertisements and window display cards for trousers

Design
A. ASHLEY
London

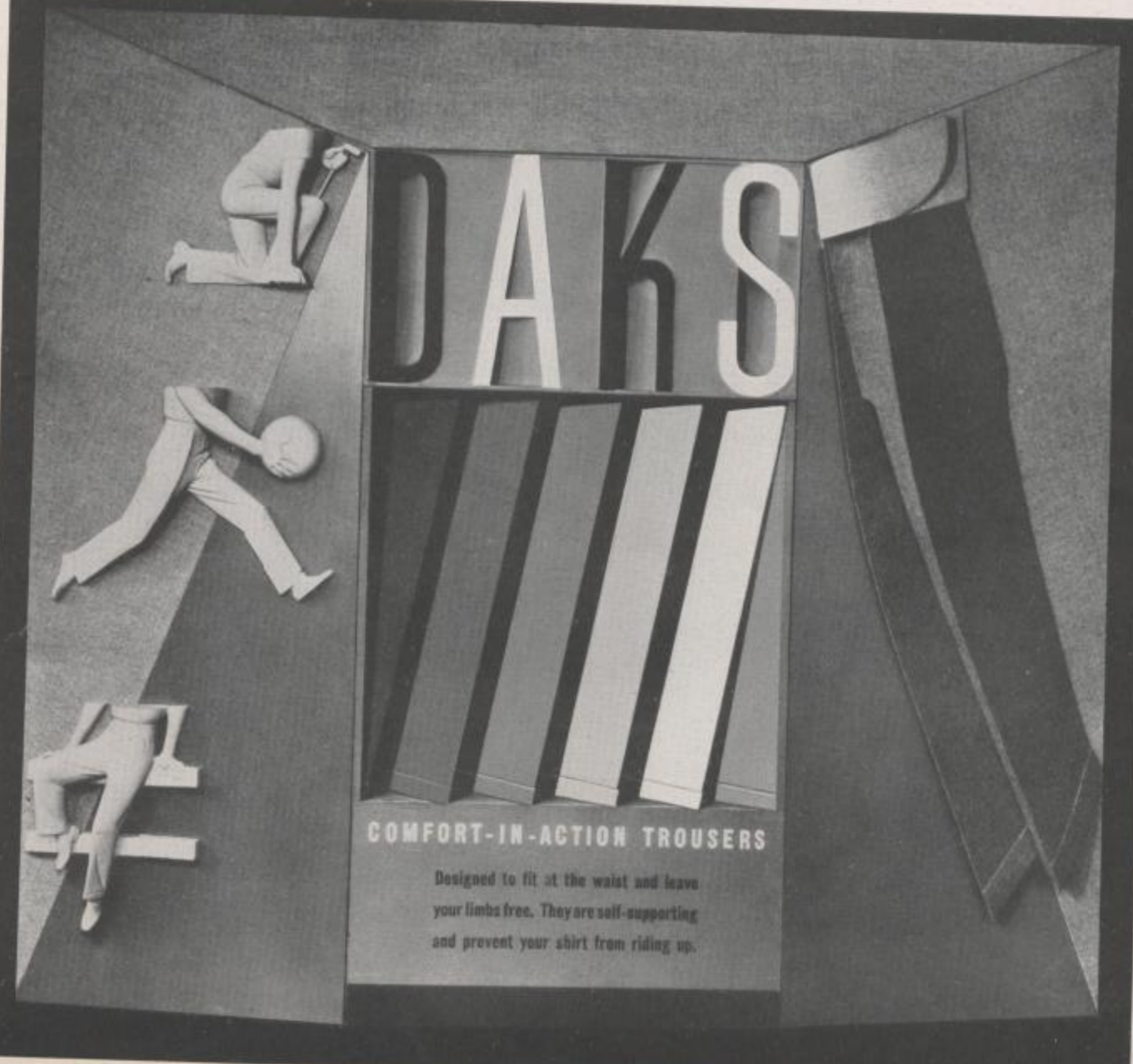
Entwurf A. ASHLEY, London
 Inserate und Schaufensterplakate
 für eine Sporthose



comfort-in-action

Daks the comfort-in-action trousers. Absolutely magnificent for doing everything and nothing in. Cut to fit your hips and give perfect support—without any belt. Add to that a quite perfect hang—a simple device for shirt control—a superb material woven specially for Daks—and it's easy to see why so many famous tennis players are Daks men. In clear, crisp shades of grey, stone and white, price 30/- a pair... Stocked by all the leading stores, tailors, and outfitters throughout the United Kingdom and Northern Ireland. If you have any difficulty in obtaining Daks, write to S. Simpson Ltd., Stoke Newington Road, London, N.16.

DAKS



DAKS

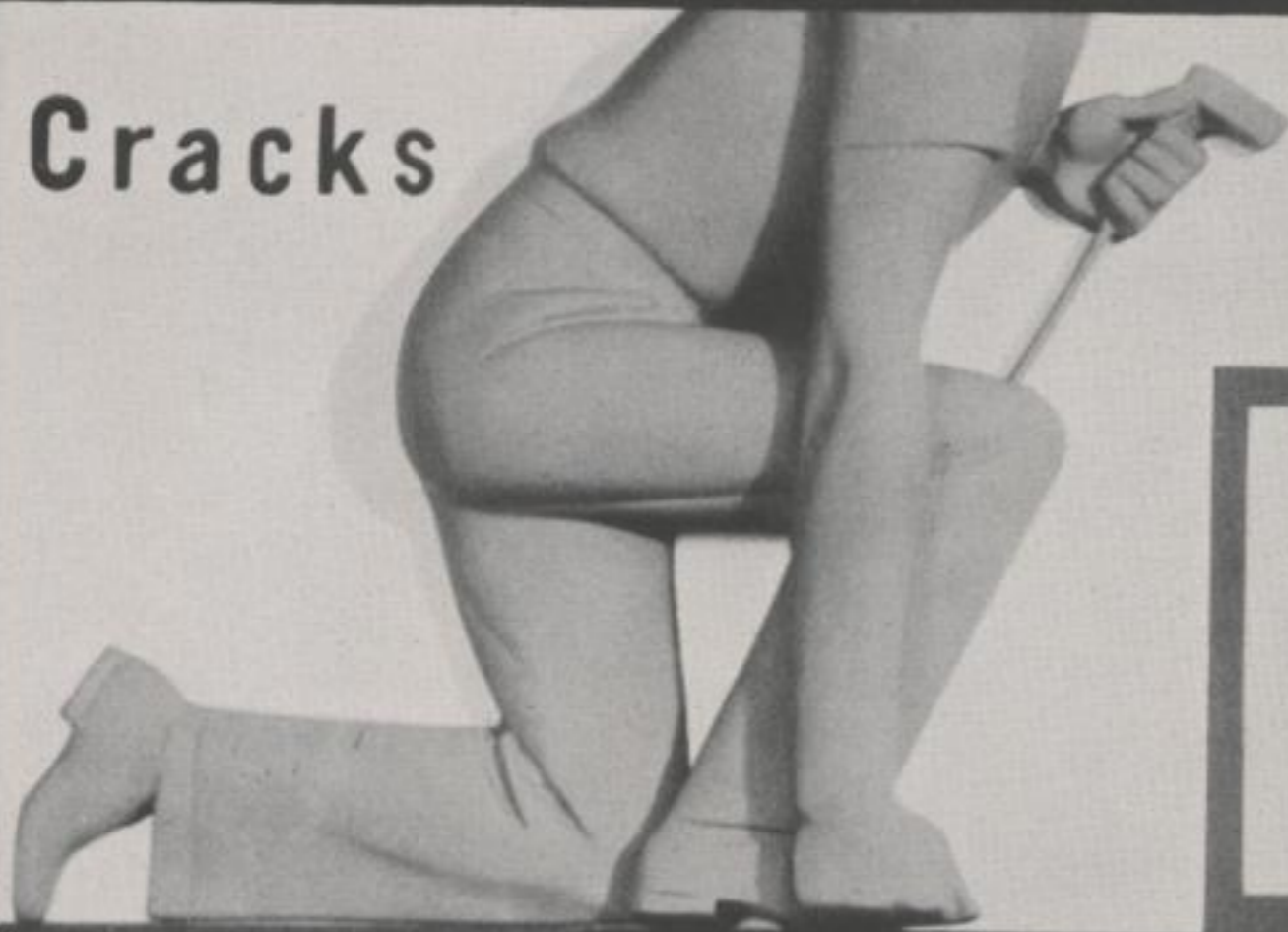
COMFORT-IN-ACTION TROUSERS

Designed to fit at the waist and leave your limbs free. They are self-supporting and prevent your shirt from riding up.

Cracks

wear —

DAKS



Design A. A S H L E Y, London

Advertisements and window display cards for trousers

DAKS



The most magnificent trousers!
Cut to fit the hips, and free you from the bondage of braces and belts. Add to that a simple device for shirt control, and a superb material woven specially for Daks, and it is easy to see why more and more crack golfers are taking to Daks. In clear, crisp shades of grey, stone and white, price 30/- a pair... Stocked by all leading stores, tailors and outfitters throughout the United Kingdom and Northern Ireland. If you have any difficulty in obtaining Daks, write direct to S: Simpson Limited, Stoke Newington Road, London, N.16.

for comfort
in action

DAKS

comfort-in-action



Magnificent trousers for doing everything and nothing in. Cut to fit your hips and free you from the bondage of braces and belts. Add—a quite perfect hang—a simple device for shirt control—a superb material woven specially for Daks—and it's easy to see why Daks outclass all other leisure trousers. In clear, crisp shades of grey, stone and white, price 30/- a pair... Stocked by all leading stores, tailors, and outfitters throughout the United Kingdom and Northern Ireland. If you have any difficulty in obtaining Daks, write to S. Simpson Ltd., Stoke Newington Road, London, N.16.



... AND ONE GOOD THING LEADS TO ANOTHER

So many men liked Daks trousers that they urged us to produce Daks suits on the same comfort lines. We have done it. Every Daks agent can now show you a range of exclusive materials for Daks lounge or plus four suits, which you can have either ready tailored or made to your measure from 5 to 8 guineas. You can even get a Daks 'Week-end' suit for as little as four guineas.

Inserate für eine Sporthose



DAKS

AND
ONE
THING
LEADS
TO
ANOTHER



The most magnificent trousers. Cut to fit the hips, and free you from the bondage of braces and belts. Add to that a simple device for shirt control, and a new material woven specially for Daks, and it is easy to see why more and more crack golfers are taking to Daks. In clear, crisp

shades of grey, stone and white, price 30/- a pair... Stocked by all leading stores, tailors and outfitters throughout the United Kingdom and Northern Ireland. If you have any difficulty in obtaining Daks, write direct to S. Simpson Limited, Stoke Newington Road, London, N.16.

So many men liked Daks trousers that they urged us to produce Daks suits on the same comfort lines. We have done it. Every Daks agent can now show you a range of exclusive materials for Daks lounge or plus four suits, which you can have either ready tailored or made to your measure from 5 to 8 guineas... You can even get a Daks 'Week-end' suit for as little as four guineas.

L O N D O N

relax in



DAKS

The only comfort-in-action trousers. Magnificent trousers for doing everything and nothing in. Cut to fit your hips and free you from the bondage of braces and belts. Add—a quite perfect hang—a simple device for shirt control—a superb material woven specially for Daks—and it's easy to see why Daks outclass all other leisure trousers. In clear, crisp shades of grey, stone and white, price 30/- a pair . . . Stocked by all the leading stores, tailors, and outfitters throughout the United Kingdom and Northern Ireland. If you have any difficulty in obtaining Daks, write to S. Simpson Ltd., Stoke Newington Road, London, N.16.

AND
ONE
THING
LEADS
TO
ANOTHER



So many men liked Daks trousers that they urged us to produce Daks suits on the same comfort lines. We have done it. Every Daks agent can now show you a range of exclusive materials for Daks lounge or plus four suits, which you can have either ready tailored or made to your measure from 5 to 8 guineas . . . You can even get a Daks 'Week-end' suit for as little as four guineas.

For comfort-in-action



Daks are magnificent trousers for doing everything and nothing in. Cut to fit your hips and free you from the bondage of braces and belts. Add to that—a quite superb hang—a simple device for shirt control—a fabric woven specially for the purpose—and it's easy to see why Daks outclass all other leisure trousers. In clear, crisp shades of grey, stone and white, price 30/- a pair . . . Stocked by all the leading stores, tailors, and outfitters throughout the United Kingdom and Northern Ireland. If you have any difficulty in obtaining Daks, write to S. Simpson Ltd., Stoke Newington Road, London, N.16.

DAKS

Advertisements for trousers

MARTIN ULLMANN

NEW YORK

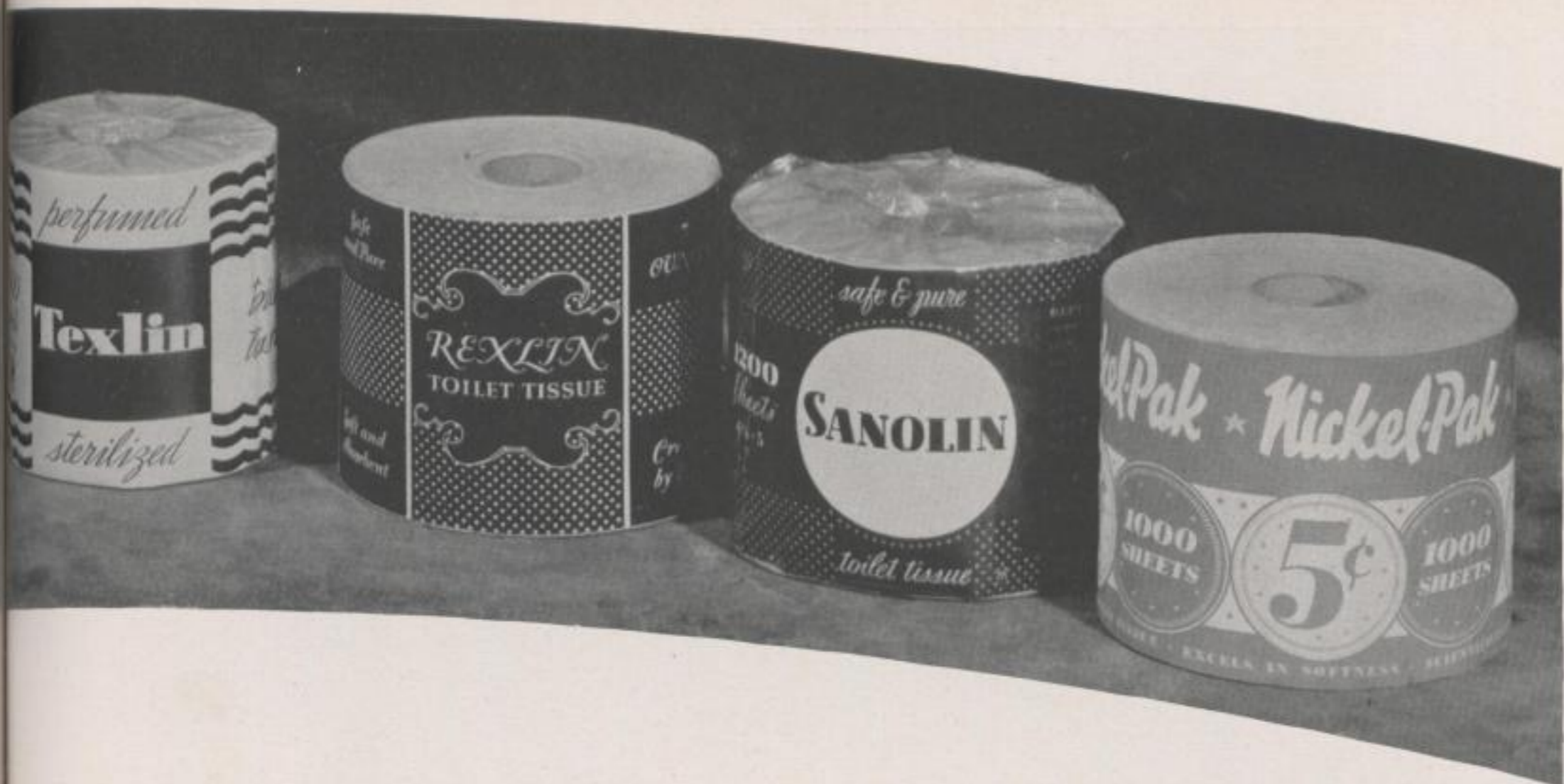


Die Schönheit einer Packung kann sich aus der Zweckmäßigkeit der Form, dem Dekor oder dem Material ergeben. Erst wenn alle diese Teile sich zu einem Ganzen ordnen, entsteht ein Eindruck, den wir als schön empfinden. Martin Ullmann gehört zu den besten Packungsspezialisten Amerikas, und in seinen Arbeiten sehen wir alle diese Voraussetzungen einer guten Packung erfüllt.

H. K. Frenzel.

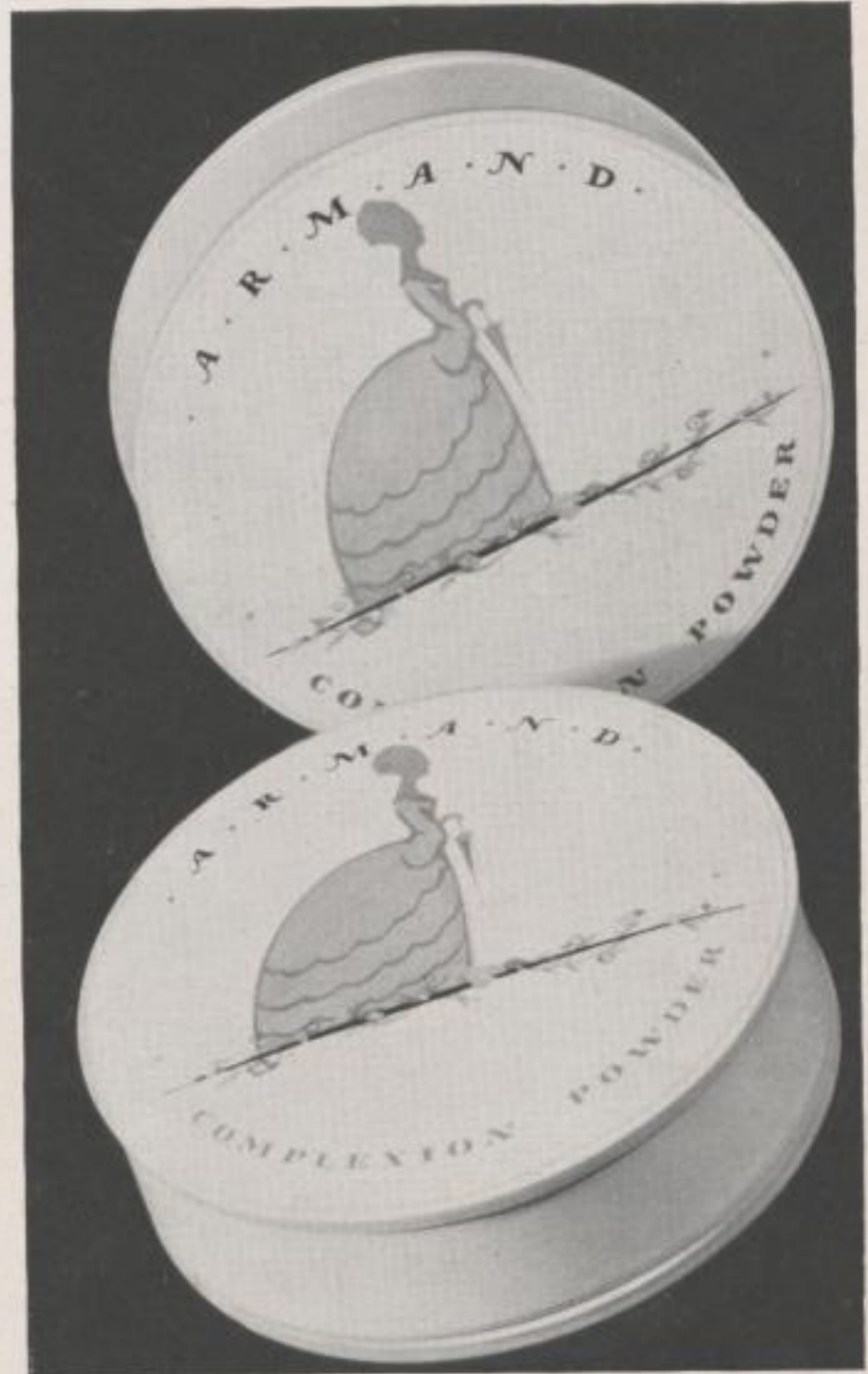
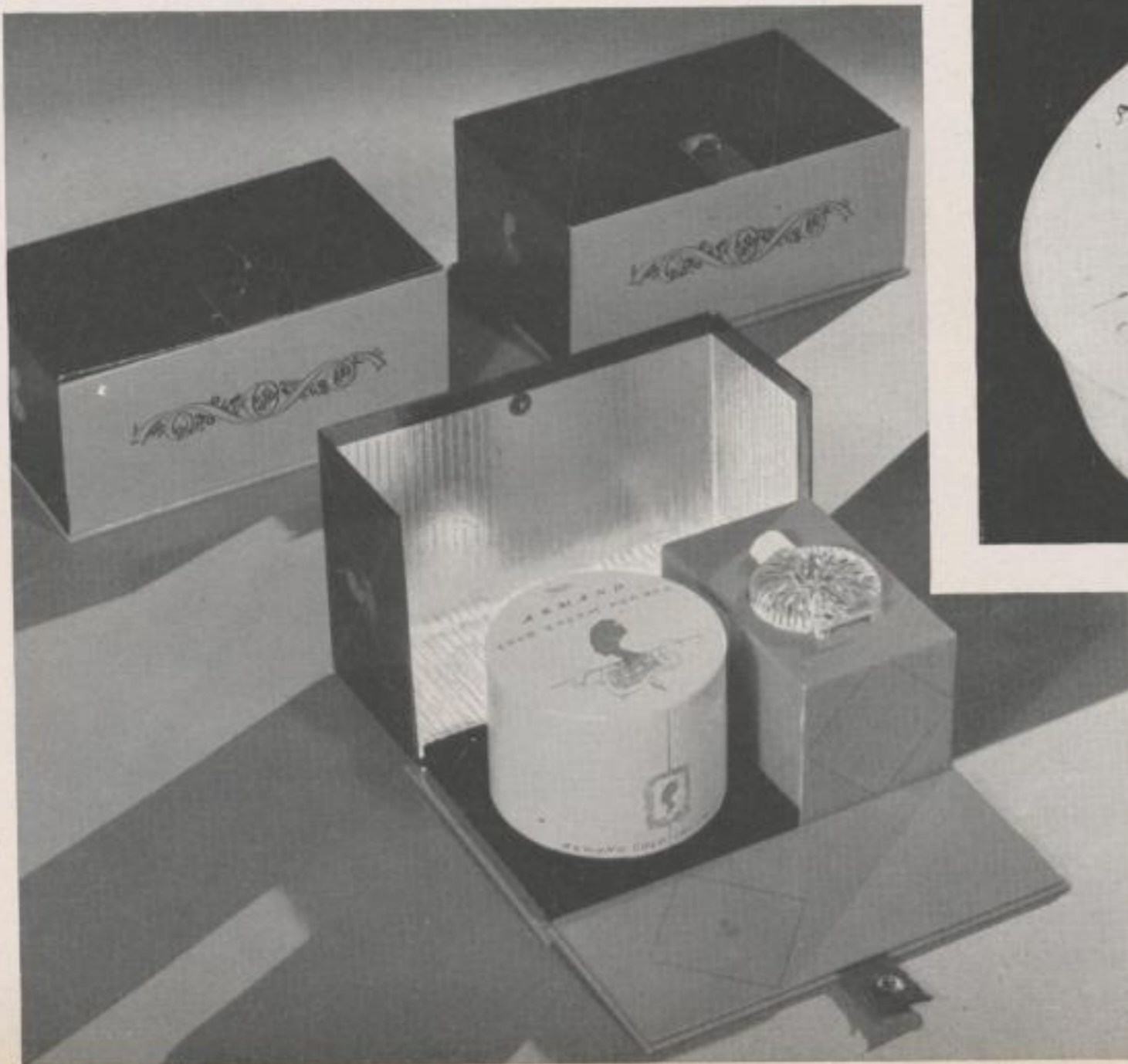
Packungen





The beauty of a packing can be the result of the suitability of the shape, of the decoration and of the material. It is only when all these parts are arranged as a whole that an impression is created which we feel to be beautiful. Martin Ullmann is one of the best American specialists in packings, and in his work we find all these conditions for a good packing fulfilled.

Transl. by W. L. Campbell.



Packings





MARTIN
ULLMANN
NEW YORK



Packings

Erfahrene Meister prüfen das
Druckerzeugnis

Experienced master-printers
examining the results



Geschickte Hände arbeiten an
modernsten Maschinen

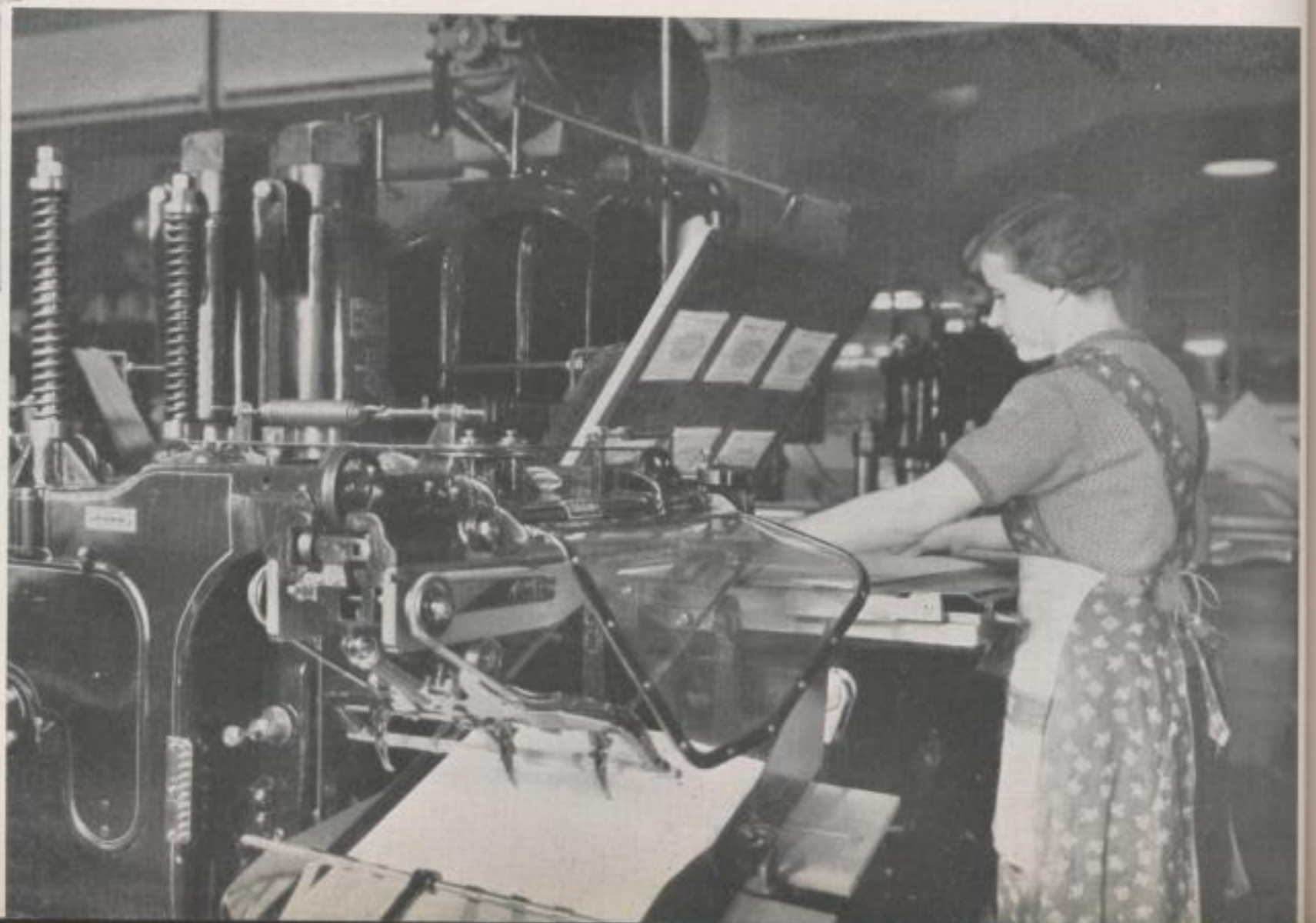
Clever hands working at the
most up-to-date machines

54



EIN LOB DER LEISTUNG IM ALLTAG
BESUCH IN EINER MITTELDEUTSCHEN
GROSSDRUCKEREI

IN PRAISE OF ACHIEVEMENT IN EVERYDAY WORK
VISIT TO A LARGE PRINTING WORKS
IN CENTRAL GERMANY

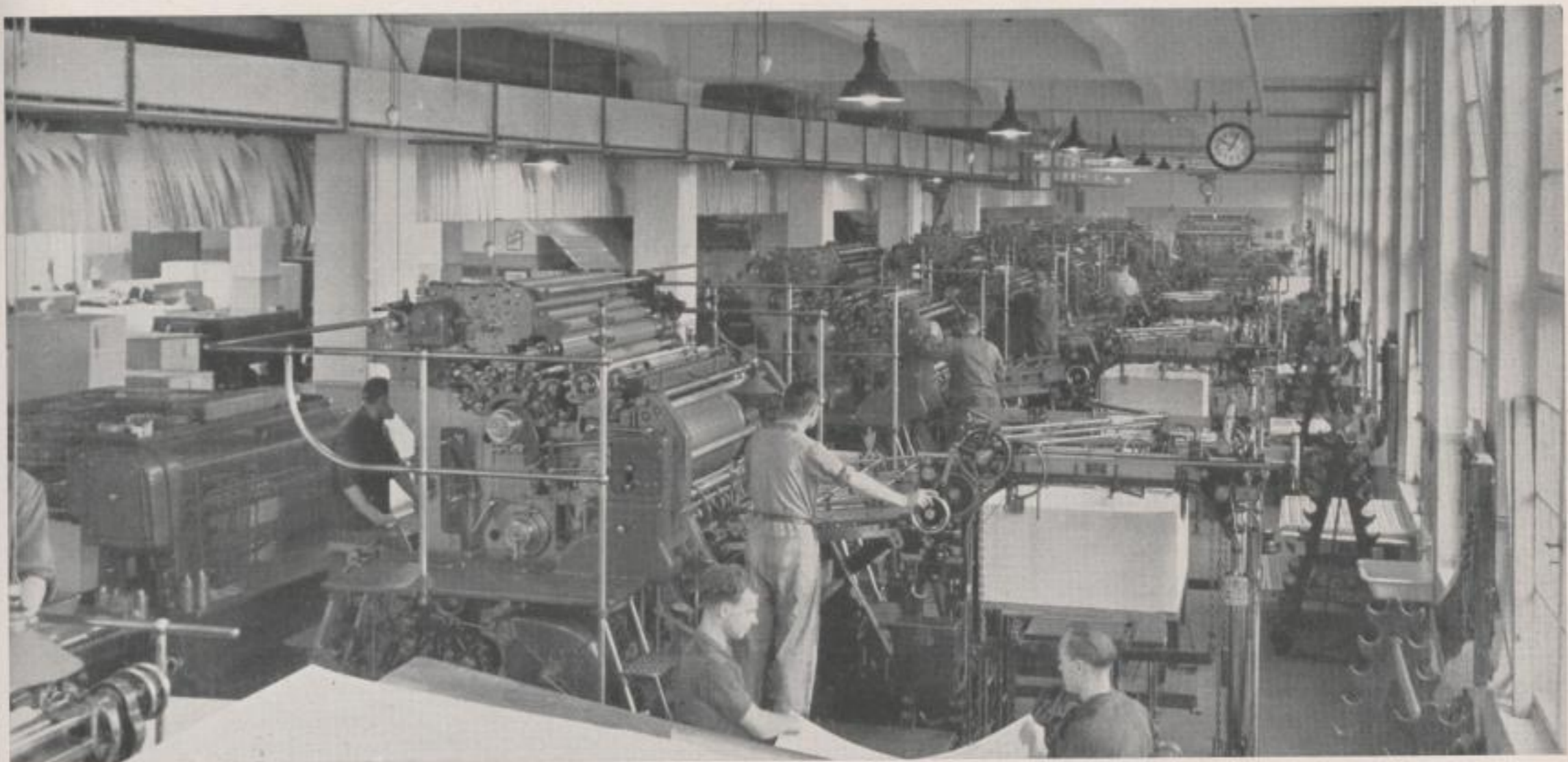


ES wird gut sein, die Gründe, die zu diesem Bericht Veranlassung gaben, vorwegzustellen. Wer Freude an guten Drucksachen hat, der empfindet immer ein ganz unmittelbares Wohlbehagen, wenn er erkennt, daß die kleinen Dinge des täglichen Bedarfs — Packungen, Prospektblätter usw. — mit der gleichen handwerklichen Liebe betreut wurden wie die größten repräsentativen Druckaufgaben. In der ganzen Trübsal unserer Druckerschwärze sind gerade diese guten, kleinen Dinge Ursache großer fachlicher Freude.

Sprechen wir in diesem Zusammenhange einmal gar nicht von den Künstlern, die die Entwürfe lieferten. Vieles, was uns aus einem technischen Grunde auffällt, war für den Entwerfer und Reklametreibenden eine reine Erwerbsangelegenheit und hat mit Kunst oft weiter nichts gemein als die Herstellungsmittel. Außerdem liegt ja überall auf der ganzen malenden und zeichnenden Welt das Heute mit dem Gestern im heftigsten Streite, und da bricht so manche Entwicklungsreihe jäh entzwei.

Aus der Menge der Drucksachen, die ich täglich sehe, fielen mir sehr oft Packungen auf, die einen besonders reinen und klaren Farbauftrag oder eine besondere plastische Prägung hatten, Plakate, auf denen das Schwarz auch im Offset eine reine Tiefe aufwies, große Flächen ohne jedes Staub-

Teilansicht des
Maschinensaals;
links oben im Bild:
Klimaanlage und
Papieraufhänge-
bahn



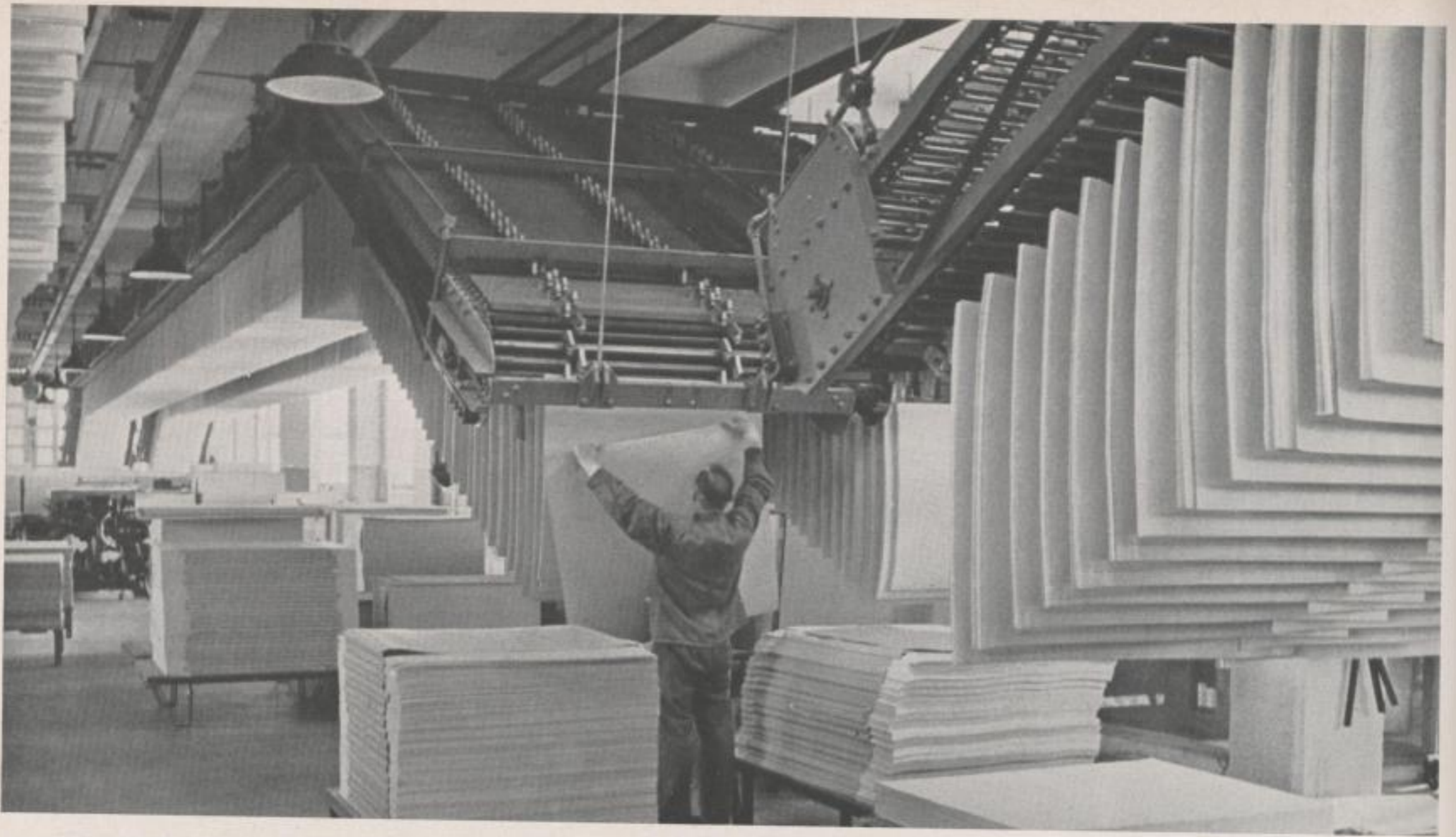
Part view of the
machine room.
Above, to the left:
air conditioning
plant and moving
band for hang-
ing up paper

IT will be as well to begin by stating the reasons which gave rise to this report.

Anyone who delights in good printed matter always feels a direct sensation of comfort when he finds that the little things of daily use, such as packings, pamphlets and leaflets, etc., have been the subject of the same love of good craftsmanship as the largest representative printing tasks. In all the tribulations of our printer's ink these good little things in particular are the cause of great pleasure to the expert.

For the moment let us leave out of consideration the artists who supplied the designs. Much of what attracts our attention for technical reasons was merely a matter of making money for the designer and the advertiser, and has frequently nothing in common with art except the means used in its preparation. Furthermore, in the entire domain of painting and drawing there is a violent struggle between the present and the past, and thus many a line of development is abruptly severed.

Among the quantity of printed matter that I see every day I was frequently struck by packings to which the colour applied was particularly clean and clear or with a particularly plastic stamp, and posters in which the black, even in offset printing, was of a pure deepness, printed



An diesen Aufhängebahnen wandert das Papier zu den Maschinen und wird für den Druck temperiert und gestreckt

The paper is conveyed on this moving band to the machines and is tempered and stretched for printing

korn ausgedruckt. Selbst da, wo der Entwurf bedenklich stimmte, versöhnte die Sorgfalt des Handwerklichen. Erkundigte man sich nach dem Drucker, so wurde ungewöhnlich oft Carl Werner, Reichenbach genannt. Gerade weil das Gute heute die Ausnahme bildet, hat die Allgemeinheit ein begründetes Interesse, auf die über das rein Wirtschaftliche hinaus auch kulturell wichtigen Betriebe hingewiesen zu werden. Und das ist der Grund, weshalb ich über meinen Besuch in dieser Druckerei einen Bericht gebe.

Reichenbach liegt im Vogtland und ist eine Stadt von ungefähr 30 000 Einwohnern ohne besondere graphische Tradition. Im Jahre 1919 wurde die Druckerei gegründet. Vielfältig sind die technischen Mittel, alle Errungenschaften unserer Maschinenkonstruktoren sind hier zu einer geschlossenen Komposition vereinigt. Die Entwicklungskämpfe (das Werk beschäftigt heute 1500 gut geschulte Facharbeiter) sind mit einem Optimismus überwunden worden, der in einer Zeit, die uns beruflich so bescheiden gemacht hat, etwas verblüffend wirkt. Es wäre viel Technisches zu beschreiben von der Lagerung des Papiers bis zur fertigen Ware; von der Klimaanlage, die die Temperatur und den Feuchtigkeitsgehalt der Luft in allen Arbeitsräumen auf das genaueste regelt, von dem

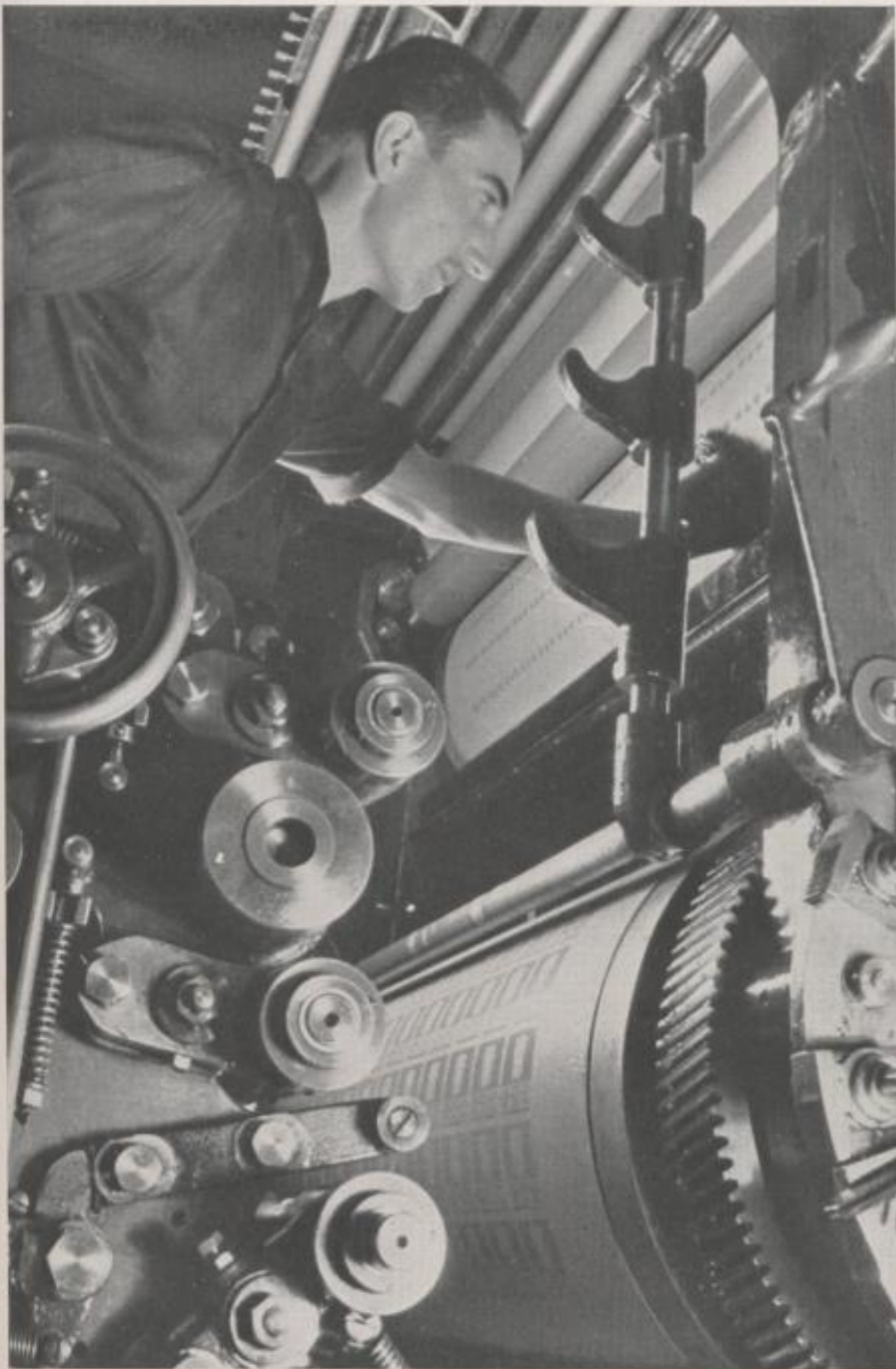
on large surfaces without a single speck of dust. Even in cases where the design was open to objection, this was made up for by the careful craftsmanship. When one inquired who had printed them, the name of Carl Werner, Reichenbach, was mentioned unusually frequently. It is just because good work is now the exception that the public have a rightful interest in having their attention invited to businesses which are of cultural, in addition to their purely economic, importance. That is why I am making a report on my visit to these printing works.

Reichenbach lies in the Vogtland, and is a town with about 30,000 inhabitants, but without special graphic traditions. The printing works were founded in 1919. The technical means employed are multifarious, and all the achievements of our machine constructors are united here to form a purposeful whole. 1,500 well-trained technical workers are now employed in the works, and the difficulties of the earlier stages of development have been overcome with an optimism that is almost dumbfounding at a time that has made us so unassuming in business. Many technical details could be described, from the storage of the paper to the finished product; the air-conditioning plant by which the temperature and humidity of the air in all

Photos: Dr. PAUL WOLFF

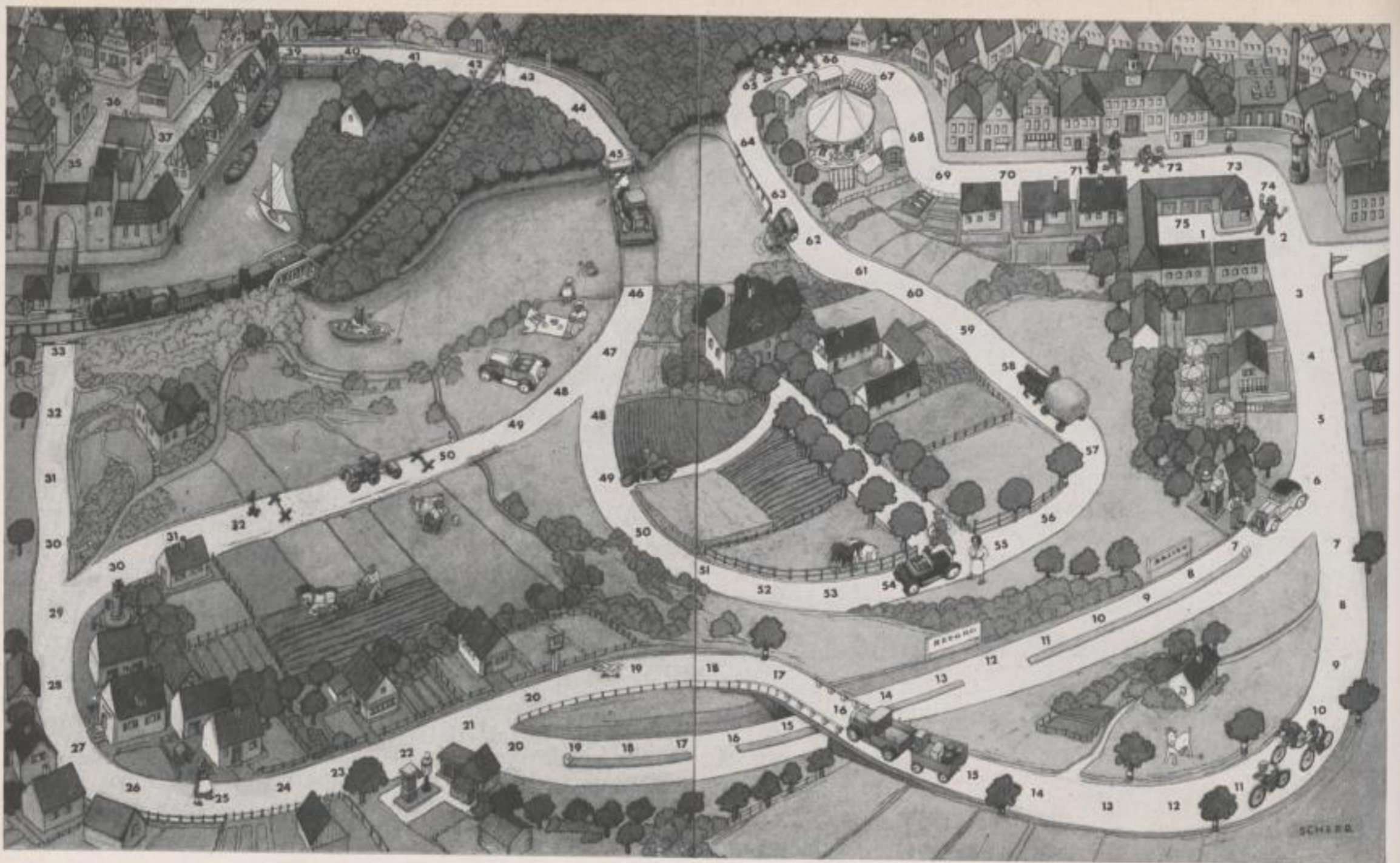
Farblaboratorium, in dem die Mischverhältnisse aller verdruckten Farben genauestens registriert werden, und was es sonst noch an technischen Feinessen in diesem Hause gibt. Aber all das ist es ja nicht, was den Grundcharakter bestimmt. Es ist der Wille zu kunsthandwerklicher Höchstleistung. Und alle Maschinen und die vielen emsig schaffenden Hände haben keine andere Aufgabe als diesen Willen wirksam werden zu lassen. Geschäftsleiter und Belegschaft bilden somit nicht nur eine wirtschaftliche, sondern auch eine kulturell wichtige Arbeitsgemeinschaft.

H. K. Frenzel.

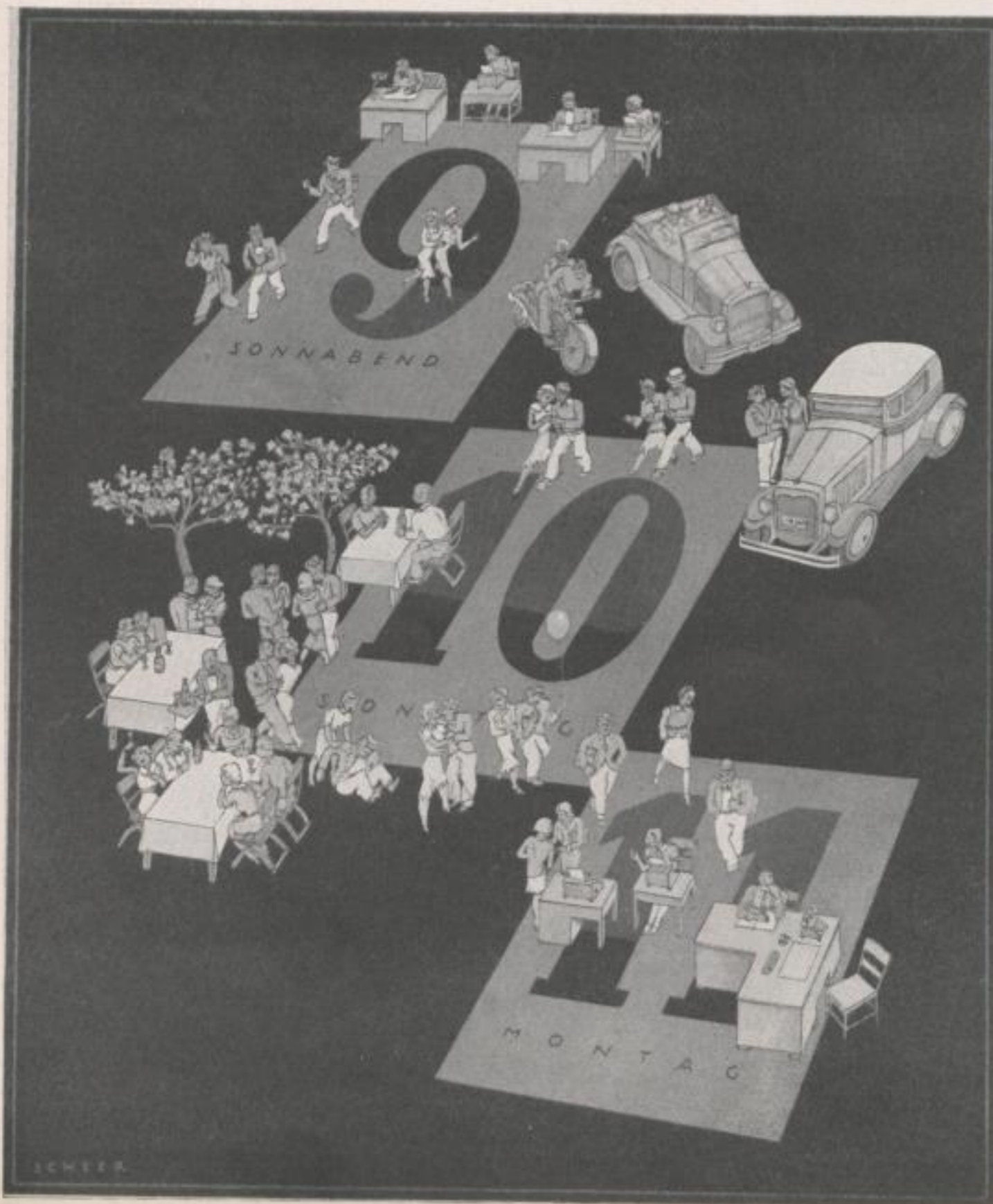


the work-rooms are exactly regulated, the colour laboratory in which the proportions of the mixtures of all colours printed are exactly recorded, and all the other technical refinements in this building. But all that is not what determines its fundamental character. What does so is the will to produce the maximum achievement of artistic craftsmanship. All the machines and the many busy hands have no other task but to give effect to this will. The business manager and the staff thus form not only a economic, but also a culturally important, working community.

Transl. by W. L. Campbell.



KARL SCHEER



Karl Scheer, ein junger
Illustrator mit reicher
Phantasie und gutem
Können

Karl Scheer, a young
illustrator with a bril-
liant imagination and
good ability

Prospekt
Pamphlet

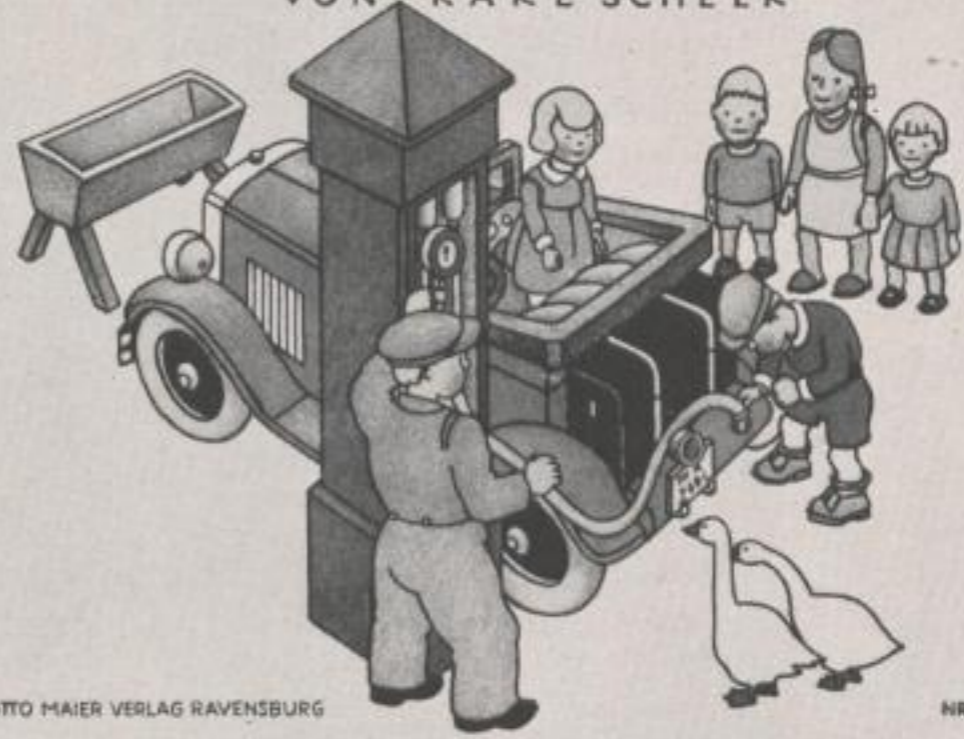
KARL SCHEER

Entwürfe für Kindermalbücher

Designs for children's painting books

Das Automalbuch

VON KARL SCHEER



OTTO MAIER VERLAG RAVENSBURG

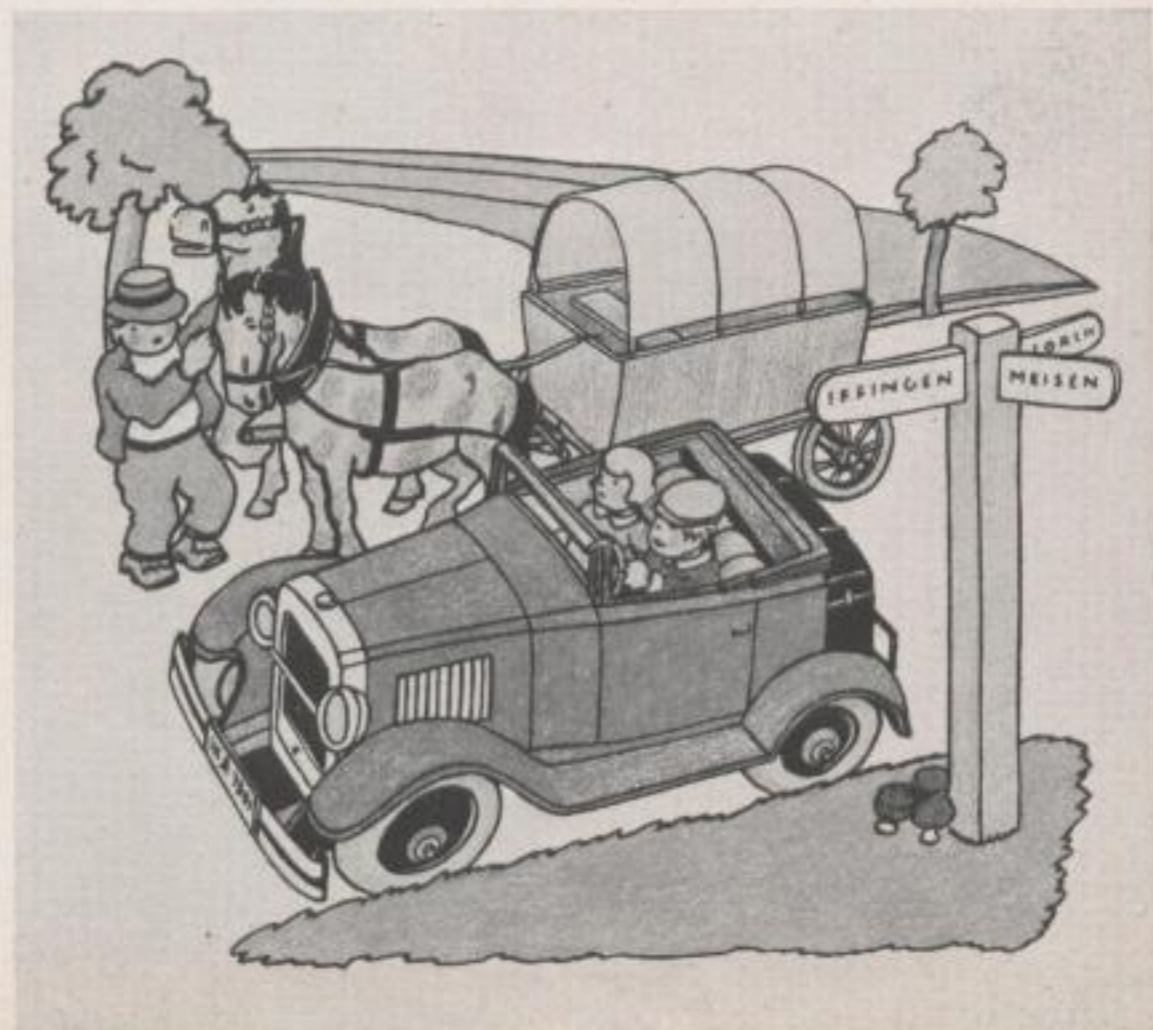
NR 751

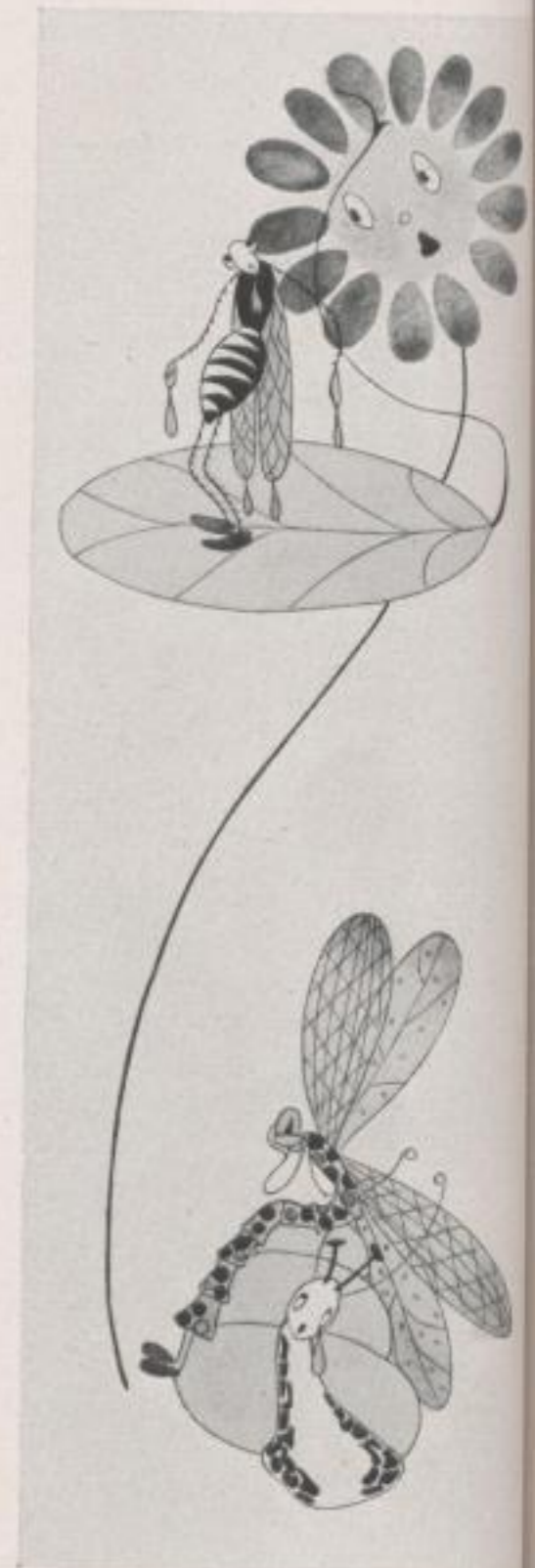
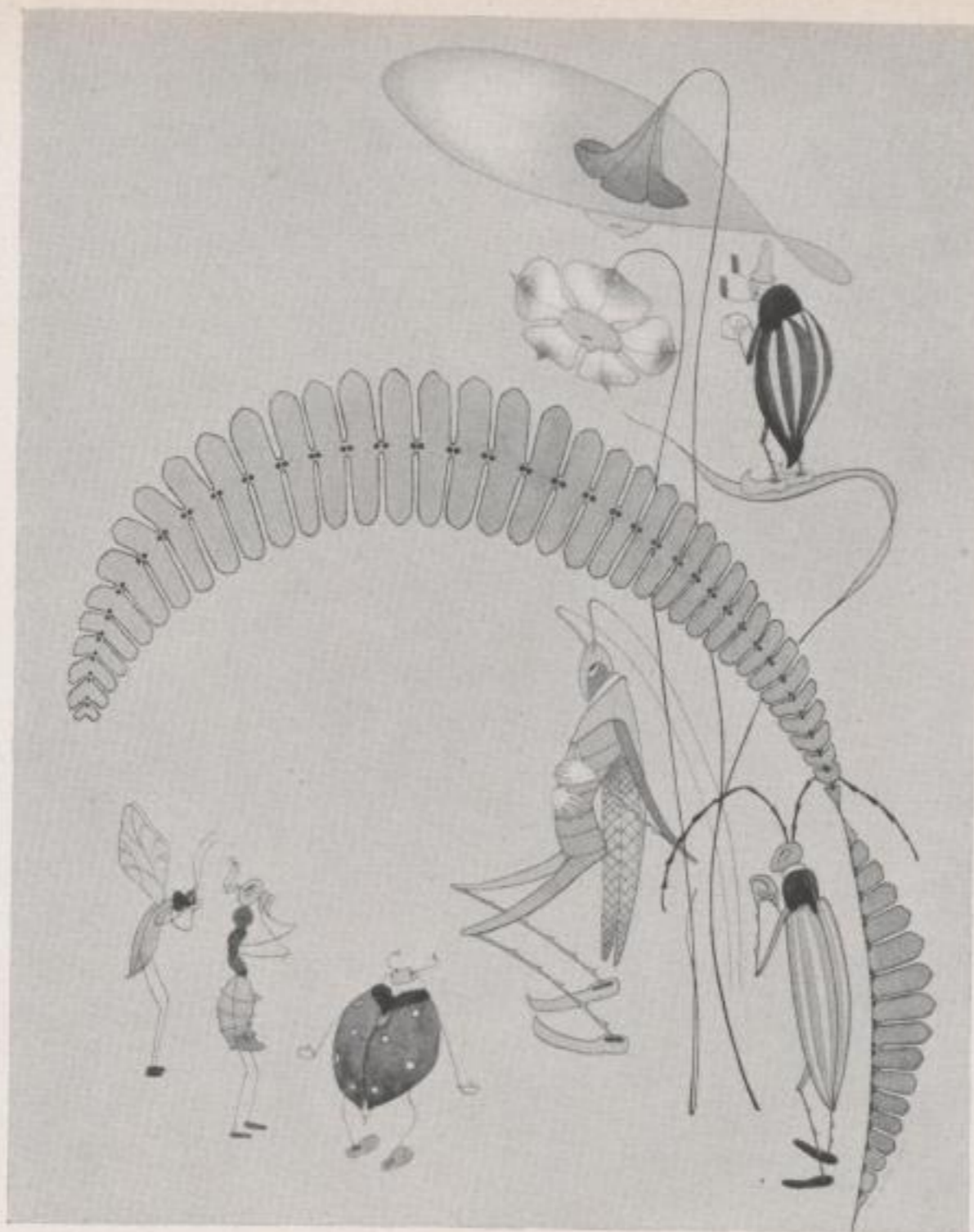
Else Hinzelmann



Die
Hauptperson ist
Klecks

SCHEER





TEA HÜTER

eine junge Zeichnerin mit
besonderer Begabung für
Märchen-Illustrationen

a young draughtswoman
with a special talent for
illustrating fairy-tales

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.

diegene 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.

WIRTSCHAFT UND WERBUNG

POLEN

I. ZAHLEN ZUR MARKT- UND WIRTSCHAFTSSTRUKTUR

Bearbeitet von DR. WALTER PUTTKAMMER

Der am 4. November 1935 nach viele Monate währenden Verhandlungen abgeschlossene deutsch-polnische Wirtschaftsvertrag stellt die Handelsbeziehungen zwischen den beiden Nachbarstaaten auf eine neue Grundlage und eröffnet die Aussicht auf günstigere Absatzmöglichkeiten jenseits der deutschen Ostgrenze. Dieser Anlaß ist wichtig genug, sich an Hand einiger Zahlenangaben die bevölkerungsmäßige und wirtschaftliche Struktur des polnischen Absatzmarktes zu vergegenwärtigen. In einem späteren Aufsatz soll dann auf die wirtschaftliche Entwicklung und die heutige Lage in Polen sowie auf die Gestaltung und die Möglichkeiten des deutsch-polnischen Warenverkehrs eingegangen werden.

Die Bevölkerung Polens

Die letzte polnische Volkszählung vom 9. 12. 31 weist auf einer Fläche von 388 600 qkm eine Volkszahl von 32 132 936 Einwohnern auf, so daß sich eine Bevölkerungsdichte von 82,68 Einwohnern auf den qkm ergibt (gegen 140,32 im Deutschen Reich). Bis zum 1. 1. 35 war die Gesamtbevölkerungszahl auf 33 418 000 angewachsen. Auf die einzelnen Verwaltungsbezirke des polnischen Staates verteilte sich die Bevölkerung in folgender Weise:

Verwaltungsbezirk	Fläche in 1000 qkm	Zahl der Städte	Zahl der Landgemeinden u. Gutsbezirke	Bevölkerung in 1000
Polen insgesamt	388,6	637	14 609	32 133
Zentrale Woiwodschaften	137,8	228	1 302	13 390
davon: Hauptstadt Warschau	0,1	1	—	1 179
Woiwodschaft Warschau	29,5	59	303	2 531
Woiwodschaft Lodz	19,0	46	232	2 633
Woiwodschaft Kielce	25,6	40	313	2 937
Woiwodschaft Lublin	31,2	33	276	2 467
Woiwodschaft Bialystok	32,4	49	178	1 643
Östliche Woiwodschaften	124,4	61	365	5 548
davon: Woiwodschaft Wilna	29,0	15	96	1 275
Woiwodschaft Nowogrodek	23,0	10	87	1 057
Woiwodschaft Polesien	36,7	14	79	1 131
Woiwodschaft Wolhynien	35,7	22	103	2 085
Westliche Woiwodschaften	47,2	170	6 926	4 499
davon: Woiwodschaft Posen	26,6	118	4 556	2 115
Woiwodschaft Pommerellen	16,4	34	1 981	1 086
Woiwodschaft Schlesien	4,2	18	389	1 298
Südliche Woiwodschaften	79,2	178	6 061	8 505
davon: Woiwodschaft Krakau	17,4	54	1 860	2 297
Woiwodschaft Lemberg	28,4	61	2 246	3 128
Woiwodschaft Stanislawow	16,9	28	825	1 477
Woiwodschaft Tarnopol	16,5	35	1 085	1 603

Die nachstehende Zusammenfassung zeigt die sehr verschiedene bevölkerungsmäßige Struktur und Entwicklung der einzelnen Landesteile:

Woiwodschaftsgruppen	Gesamtbevölkerung in Millionen			Auf 1 qkm entfallen Einwohner			Stadtbevölkerung in %	
	1921	1931	1934	1921	1931	1934	1921	1931
Zentrale Woiwod.	11,3	13,5	13,8	83	98	100	31	33
Östl. Woiwodsch.	4,2	5,6	5,8	34	45	47	13	14
Westl. Woiwodsch.	4,1	4,5	4,6	87	96	98	28	34
Südl. Woiwodsch.	7,6	8,5	8,8	96	108	111	20	23
Polen insgesamt ..	27,2	32,1	33,0	70	83	85	25	27

Nicht geringer als in der Bevölkerungsdichte sind die Unterschiede zwischen den Gebieten in der Bevölkerungsbewegung (auf 1000 Einwohner):

Woiwodschaftsgruppen	Eheschließungen	Lebendgeborene	Gestorbene	Geburtenüberschuß
Zentrale Woiwodsch.	8,8	29,1	14,9	14,4
Östliche Woiwodsch.	9,0	33,2	15,0	18,2
Westliche Woiwodsch.	8,5	27,5	14,0	13,5
Südliche Woiwodsch.	9,2	30,2	17,1	13,1
Polen insgesamt	8,9	29,9	15,4	14,5

Im einzelnen war die Bevölkerungsbewegung im polnischen Staate in den letzten sieben Jahren die folgende (auf 1000 Einwohner):

Jahr	Eheschließungen	Lebendgeborene	Gestorbene	Geburtenüberschuß
1928	9,6	32,3	16,4	15,9
1929	9,6	32,0	16,7	15,3
1930	9,5	32,3	15,6	16,7
1931	8,6	30,2	15,5	14,7
1932	8,3	28,7	15,0	13,7
1933	8,3	26,5	14,2	12,3
1934	8,3	26,5	14,4	12,1

Gliedert man die Bevölkerung nach ihrer Verteilung auf die Größenklassen der Wohngemeinden, so erkennt man sehr deutlich das erhebliche Uebergewicht der Land- und Kleinstadtbevölkerung gegenüber den Einwohnern der Mittel- und Großstädte. Mittelstädte und Großstädte nehmen nur je etwa 10 % der Gesamtbevölkerungszahl auf; es lebten in Orten mit

	in 1000	in %
Weniger als 10 000 Einwohnern	25 355	79,4
10 000 bis unter 20 000 Einwohnern	1 101	3,4
20 000 bis unter 50 000 Einwohnern	1 433	4,5
50 000 bis unter 100 000 Einwohnern	688	2,2
100 000 und mehr Einwohnern	3 351	10,5

Großstädte gibt es in Polen jetzt insgesamt 11 (in Deutschland 52) gegen 5 im Jahre 1900:

Städte	Einwohnerzahl in 1000		
	1900	1921	1934
Warschau	594	937	1 200
Lodz	310	452	591
Lemberg	160	219	316
Posen	117	169	251
Krakau	91	184	229
Wilna	139	129	207
Kattowitz	32	50	129
Czenstochau	41	80	125
Bromberg	52	88	122
Lublin	46	94	115
Sosnowice		86	114

An anderen aufschlußreichen Marktfaktoren sind noch die Alterszusammensetzung der Bevölkerung sowie die Berufsgliederung und, für Polen besonders wichtig, die Muttersprache der Bewohner zu nennen.

Ungünstiger ist das Bild, wenn man die Hektarerträge betrachtet, die erheblich tiefer liegen als z. B. die deutschen; sie schwanken auch stark zwischen den einzelnen Landesteilen Polens.

Auch der Viehbestand liegt, auf die landwirtschaftliche Fläche berechnet, weit niedriger als in Deutschland, eine Ausnahme bildet lediglich die Pferdehaltung.

Von größtem Interesse für die Marktkunde dürfte schließlich noch eine Statistik der Einkommen der landwirtschaftlichen Kleinbetriebe (bis 50 ha Gesamtfläche) sein, die die katastrophale Einkommensminderung während der Krise zeigt:

Wirtschaftsjahr	Zahl der erfaßten Betriebe	Einkommen in Zloty pro ha	
		brutto	netto
1927/28	804	610	210
1928/29	855	585	149
1929/30	793	499	104
1930/31	793	379	27
1931/32	437	297	11

Die Industrie Polens

Gegenüber der Landwirtschaft tritt naturgemäß die Industrie in den Hintergrund, namentlich die Herstellung von Fertigwaren. Dagegen ist die Gewinnung industrieller Rohstoffe dank der ergiebigen Lagerstätten vor allem in Ostoberschlesien nächst der Landwirtschaft der bedeutendste Faktor des polnischen Wirtschaftslebens. Die gesamten bergbaulich zu gewinnenden Vorräte werden (in Millionen t) geschätzt auf:

Steinkohle	61 781
Braunkohle	5 000
Erdöl	160
Stein- und Kochsalz	5 900
Kalialze	450
Eisenerz	165
Zink- und Bleierz	33

Eine wichtige Grundlage der Industrie sind ferner die reichlichen Wasserkräfte, die auf insgesamt 3,7 Mill. PS, davon 2,2 Mill. der besten Kategorie, geschätzt werden. Ausgebeutet wurden davon 1930 allerdings nur 0,1 Mill. Die Krafterzeugung, die vor der Krise (1929) insgesamt 2,355 Mrd. kWh betragen hatte, war 1933 auf die Zahl von 1,888 Mrd. herabgesunken, die von 70 Kraftwerken mit einer Gesamtleistungsfähigkeit von 1,131 Mill. kW erzeugt wurden. Die Verteilung im einzelnen war die folgende:

(1933)	Zahl der Kraftanlagen	Leistungsfähigkeit in 1000 kW
Insgesamt	70	1 131
davon:		
bei industriellen Betrieben	48	590
Städtische Anlagen	9	209
Bezirksanlagen	13	332
in den zentralen Woiwodschaften	26	372
in den östlichen Woiwodschaften	1	5
in den westlichen Woiwodschaften	31	592
darunter Schlesien	27	531
in den südlichen Woiwodschaften	12	162

Die Wichtigkeit der Bergbau- und Hüttenproduktion, zugleich allerdings auch ihr Rückgang in der Zeit von 1929 bis 1933, zeigt sich in den folgenden Zahlen:

Produktion in 1000 t	1929	1933
Steinkohle	46 236	27 339
Erdöl	675	551
Stein- und Kochsalz	569	450
Kalialze	359	299
Eisenerz	660	161
Zinkerz	413	125
Bleierz	17	8
Roheisen	704	306
Stahl	1 377	833
Zink-Metall	169	83
Blei-Metall	37	12
Walzerzeugnisse	962	505
Rohre	124	46

Die Steinkohle wird zu fast drei Vierteln in Oberschlesien, das Erdöl ebenfalls zu etwa drei Vierteln in Drohobycz gefunden:

Erdölproduktion	1000 t		Steinkohlenproduktion	Mill. t		
	1929	1933		1929	1933	%
Insgesamt	675	551	Insgesamt	46,2	27,3	100
Drohobycz	556	422	Schlesien	34,4	19,9	73
Jaslo	74	96	Dombrowa	9,0	5,6	20
Stanislawow	43	33	Krakau	2,8	1,8	7

Ueber die Arbeiterzahl der Gesamtindustrie und über ihre einzelnen Gruppen unterrichtet die nachstehende Tabelle, die die führende Rolle des Bergbau- und Hüttenwesens sowie daneben der Textilindustrie verdeutlicht:

Gewerbeat	Arbeiterzahl in 1000 am Jahresbeginn		
	1929	1933	1934
Gesamtindustrie	862,8	478,6	517,7
Bergbau	147,4	109,5	98,4
Hüttenwesen	66,6	31,5	33,5
Verarbeitende Industrie	577,0	278,0	324,9
Andere Industriezweige	71,8	59,6	60,9
Öffentliche Arbeiten	17,3	17,5	34,6
Gruppen der verarbeitenden Industrie:			
Mineralindustrie	49,2	16,4	21,4
Metallindustrie	97,1	43,8	47,5
Chemische Industrie	37,1	27,6	29,4
Textilindustrie	179,2	93,2	117,4
Papierindustrie	13,5	10,7	11,3
Lederindustrie	5,1	4,1	4,3
Holzindustrie	51,0	25,2	33,3
Nahrungsmittelindustrie	56,0	36,7	38,1
Bekleidungsgewerbe	13,8	4,5	9,9
Baugewerbe	22,3	4,0	4,0
Vervielfältigungsgewerbe	10,4	7,8	8,3

Die Zahl der Betriebe der verarbeitenden Industrie war am 31. 12. 1932:

Industriezweig	Zahl der Betriebe	Geleistete Arbeitstage in 1000
Insgesamt	18 797	106 200
Mineralindustrie	1 655	10 759
Metallindustrie	1 710	22 040
Chemische Industrie	829	11 400
Textilindustrie	2 268	28 480
Papierindustrie	279	3 451
Lederindustrie	450	1 933
Holzindustrie	2 511	10 859
Nahrungsmittelgewerbe	7 010	8 846
Bekleidungsgewerbe	1 001	2 684
Spielwarenindustrie	25	58
Vervielfältigungsindustrie	742	3 590

Einkommen und Verbrauch

Für die Erfassung der Arbeitereinkommen liegt eine Reihe polnischer Statistiken vor, die sowohl über die Unterschiede zwischen den Verdiensten in den einzelnen Industriezweigen wie zwischen denen in den verschiedenen Bezirken informieren. So verdiente der Arbeiter im Bergbau und in den Hüttenbetrieben 1933 pro Tag im Durchschnitt:

	Zloty
Steinkohlengruben	8,56
Revier Oberschlesien	9,26
„ Dombrowa	7,49
„ Krakau	6,77
Eisenhütten	9,44
Woiwodschaft Kielce	6,80
„ Schlesien	11,04
Zinkhütten	9,09

Für die Angestellten liegen folgende Zahlen des durchschnittlichen Monatsverdienstes für 1932 vor:

Zahl der versicherten Angestellten in 1000	239,5
Davon % mit einem Monatseinkommen von:	
bis 120 Zloty	14,3
120 bis 180 Zloty	18,3
180 bis 260 Zloty	22,3
260 bis 360 Zloty	16,1
360 bis 480 Zloty	10,7
480 bis 640 Zloty	8,2
640 und mehr Zloty	10,1

Länge der Straßen in 1000 km	Polen insgesamt	Woiwodschaften			
		zentrale	östliche	westliche	südliche
Straßen insgesamt	47,3	15,6	3,6	12,6	15,5
davon:					
Staatsstraßen	13,9	5,5	2,6	2,1	3,7
Woiwodschaftsstraßen	10,3	4,4	0,5	2,2	3,2
Kreisstraßen	23,1	5,7	0,5	8,3	8,6

Schließlich seien noch Zahlenangaben gemacht, die sowohl für die Lebenshaltung von Erkenntniswert sind als auch für die Werbestreuung bedeutsam sein können, nämlich über das Druck- und Zeitschriftenwesen, über die Lichtspieltheater und den Sport.

Zahl der Veröffentlichungen in Polen 1932

Bezeichnung	Sprache						
	polnisch	ukrainisch	weißrussisch	deutsch	jiddisch und hebräisch	russisch	andere
Nichtperiodische Druckschriften	8 114	288	32	153	697	78	333
Zeitschriften	1 544	64	6	94	93	8	22
davon:							
wissenschaftliche	228	7	—	3	6	1	9
publizistisch-literarische, künstlerische	575	33	2	52	73	3	7
davon für die Jugend	141	2	1	2	1	1	1
religiöse	149	11	3	22	4	4	2
wirtschaftl., technische	224	9	1	8	7	—	3
davon landwirtschaftl.	56	3	—	5	—	—	—
Sport-, Pfadfinderzeitschriften	47	—	—	1	2	—	—
offizielle	128	—	—	—	—	—	—
Organeder Berufsvereine	104	1	—	8	1	—	—
humoristisch-satirische, Unterhaltungszeitschrift, andere	38	3	—	—	—	—	—
andere	51	—	—	—	—	—	1

Zahl der Lichtspieltheater in Polen 1932

Bezirk	Gesamtzahl	darunter für Tonfilm	Zahl der Plätze in 1000	Zahl der Spieltage in 1000
Polen insgesamt ..	752	353	256,9	168,7
Hauptstadt Warschau	54	51	35,0	18,5
Zentr. Woiwodschaft	268	116	84,3	57,8
Östl. Woiwodschaft	70	23	20,3	15,3
Westl. Woiwodschaft	183	103	63,6	43,6
Südl. Woiwodschaft	177	60	53,7	33,5

Besuch der Lichtspieltheater in den Großstädten Polens 1932

Großstädte	Zahl der verkauften Eintrittskarten in 1000
Großstädte insgesamt	27 503
darunter:	
Warschau	9 733
Lodz	5 610
Lemberg	2 900
Posen	1 850
Krakau	1 411
Wilna	1 716

Sport und Körpererziehung in Polen 1933

Mitgliederzahl der Sportvereine in 1000	550,0
Zahl der Kurse für Körpererziehung für Männer	470
Teilnehmer an den Kursen in 1000	15,0
Sommerlager für Männer	87
Teilnehmer an den Lagern in 1000	15,6

Erwähnt sei auch noch, daß Polens Rundfunk am 1. Januar 1935 374 047 Teilnehmer zählte, d. h. auf je 1000 Einwohner kamen 11,6 Rundfunkteilnehmer.

BESP RECHUNGEN

Deutsche Rundschau. September 1935. Herausgegeben von Rudolf Pechel. Bibliographisches Institut A. G. Leipzig. Der Präsident des Werberats der deutschen Wirtschaft, Ministerialdirektor Reichard, leitet die Aufsatzreihe des umfangreichen Heftes ein mit „Idee und Möglichkeiten der weltwirtschaftlichen Werbung“, wobei er zusammenfassend zum Schluß dafür eintritt, der Werbung als Hochschulfach nach ihrer vollen Breite und Tiefe und in den Wechselbeziehungen mit allen angrenzenden Forschungsgebieten noch mehr Pflege angedeihen zu lassen. Der kurze Beitrag wirkt wie ein Auftakt zu den beiden nachfolgenden Aufsätzen „Das Deutsche Reich und die Weltwirtschaft der Gegenwart“ von Prof. Dr. Kurt Wiedenfeld, Leipzig, und „Der Vorhang vor unserer Zukunft“ von Eugen Diesel. Franz Mariaux schildert Genf als „Die Residenz eines Friedens“ (mit 7 Abbildungen). Durch die Erzählung von Willi Steinborn lernen wir in Jeschke einen Illustrator von starker Eigenart und beträchtlichem Können — einen echten Graphiker — kennen. Der Würdigung von Carl Hiltys von Friedrich Seebaß schließen sich Auszüge aus einem Werke des einstmalig sehr berühmten Schweizer an. Eine aufschlußreiche Studie ist „Das Kunstwerk als Rohstoff“ von Dietrich Seckel. Man ist nicht immer einig in Lob und Ablehnung mit den verschiedenen Stimmen, behält aber doch den Eindruck lauterer Gesinnung und sauberer Arbeit.

Satz und Druck. Sondernummer: Die Böttcherstraße. Kurszeitschrift der Arbeitsgemeinschaft Bremer erwerbsloser Setzer und Drucker. Bremen. Die Nummer macht einen gediegenen Eindruck. Satz und Druck und Layout halten sich vorzüglich im Rahmen tüchtiger Handwerkskunst. Joh. Stürken weist sich sogar als respektabler Linolschneider aus. Von den schriftlichen Beiträgen ist die Gedächtnisrede auf Rudolf Koch von R. A. Schröder gehaltvoller Mittelpunkt.

Tr. Sch.

Die Bedeutung der Krankenbehandlung in Bädern und Kurorten für die ärztliche Praxis. Im Auftrag des Bundes Deutscher Verkehrsverbände und Bäder herausgegeben und redigiert von Prof. Dr. H. Vogt. Bad Pyrmont. Das Buch ist ein Nachschlagewerk über den Reichtum an Heilschätzen, die der deutsche Boden und die deutsche Landschaft in sich schließen, und es soll der Aerzteschaft ein Führer sein in den Fällen, in denen sich Gelegenheit bietet, Patienten in einen Bade- oder Kurort zu verschicken. An Beiträgen ärztlicher Autoritäten enthält das Buch unter anderem: Kurze Systematik der Trinkquellen, der Bäder und Moore (S. Fresenius); — Die CO₂-Bäder und ihre Bedeutung für die Behandlung des Kreislaufs (W. Weber); — Thermal-Wildbäder, Kochsalz- und Schwefelbäder gegen Krankheiten von Gelenken, Muskeln, Nerven und Diathesen (W. Gruner); — Solbäder, Seebäder und Kuren an der Meeresküste. Die Umstimmungskuren bei Kinderkrankheiten, Alter, Rekonvaleszenz und Erholung (F. Krone); — Moor-, Schlamm- und Schlickbehandlung von Rheuma, Neuralgien und Frauenkrankheiten (L. Sorgenfrei); — Trinkkuren (H. Vogt); — Radium als Heilmittel bei Badekuren und Trinkkuren (P. Happel); — Inhalationen (A. Evers); — Die Kurortbehandlung des Astmas und der Übererregbarkeitszustände (J. Diener); — Klimatherapie (E. v. Philipsborn); — Heilfaktoren für nervöse und seelische Krankheiten im Kurort (H. Vogt). — Das Buch ist der Aerzteschaft des In- und Auslandes gewidmet. (78 Seiten.)

Mitteldeutschland. Herausgegeben von der Reichsbahnzentrale für den Deutschen Reiseverkehr. Berlin W 35. Den Begriff Mitteldeutschland kennt jeder Deutsche, aber ihn nach allen Seiten abzugrenzen, vermöchten sicherlich nur ganz wenige. Im Süden schließt Mitteldeutschland die berühmte (oder berühmte) Mainlinie ab, der nördlichste Punkt ist nach diesem Heft die Stadt Stendal, im Osten bildet die Oder die Grenze, die westliche Grenze bestimmen die Flüsse Werra und Weser. Zuerst werden wir durch die Gebirge Mitteldeutschlands geführt, durch den Harz, den Thüringer Wald, das Erzgebirge, Plauen und Vogtland, das Sächsische Burgenland, die Sächsische Schweiz. Reizvolle Landschaftsbilder mit romantischen Burgen und Schlössern illustrieren diesen Teil. Die schönen alten Städte, die den berechtigten Stolz Mitteldeutschlands bilden, werden besonders gewürdigt. Dann folgen die Großstädte: Leipzig, Dresden, Chemnitz, Halle, Magdeburg, Hannover, Braunschweig. Eine Deutschlandkarte und ein Ortsverzeichnis vervollständigen die reichhaltige Broschüre. Den Text schrieb Ludwig Kapeller, die Bilder des farbigen Umschlags stammen von Franz Huth, Weimar, den Druck besorgten Förster & Borries, Zwickau.

Der Mittelpunkt im Leben der Nation. Verlag: Der Deutsche Rundfunk Funk Post. Berlin. Eine geschmackvolle und einleuchtende, überzeugende Werbung. Ebenfalls sehr geschickt abgefaßt ist die Beilage „Was Sie über den Deutschen Rundfunk Funk Post gern ganz genau wissen möchten . . .“ Eindrucksvoller, sinnvoller und graphisch ansprechender Umschlag von Gröblehner.

für
Kunstschreift
**Heintze &
Blanckertz**
Berlin

AKA
VERMEER
MULL
AKA GUMMIWAREN-FABRIK HANNOVER

Aber
Keinen
Anderen,
denn wenn er gut
radiert, ist es ein
AKA

Leuchtkräftig, gut deckend, samtartig matt auf trocknend und sehr geschmeidig sind die Pelikan-Plakafarben. Muster auf Wunsch.

Pelikan
GÜNTHER WAGNER HANNOVER

Strahlen
aus dem Unsichtbaren
durch
Auer-Leuchtfarben
der ideale Blickfang
Auergesellschaft - Berlin O.17

„Kaufmann mitten im Volk“. Herausgegeben auf Anregung der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel. Darstellung von Franz Effer. Bildauswahl: Otto Gröndall. 1936, Berlin, Verlag Hoppenstedt & Co., 88 Seiten. Mit diesem gediegen ausgestatteten und gedruckten Buch will die Wirtschaftsgruppe Einzelhandel für den Kaufmann und seine Arbeit werben. Sie soll, wie der Leiter der Wirtschaftsgruppe Dr. Hayler in seinem Vorwort sagt, „eine anschauliche Schilderung des wirtschaftlichen, sozial- und kulturpolitischen Wirkens der im Einzelhandel tätigen Menschen geben, die den strengen Stil der wissenschaftlichen Arbeit meidet“. Das ist durchaus geglückt. Historisches und Aktuelles aus dem beruflichen Leben des Einzelhandels wird lebendig und ausdrucksvoll geschildert, wozu namentlich die geschickte Auswahl der Bilder (darunter eine Reihe ausgezeichneter Fotos von Dr. Peter Weller) beiträgt. Besonders eindrucksvoll kommt die Mitarbeit des Kaufmanns an der kulturellen Entwicklung zur Geltung, die ihren Ausdruck einerseits in den Geschäftshausbauten des Einzelhandels, andererseits in der Beratung der Kunden findet.

Dr. P.

Ernst Kamprath: „Neun Lehrbriefe zur Buch- und Bilanzsicherheit. Die Buchführung von A bis Z in leichtfaßlicher Darstellung.“ 1936, Berlin, Industrieverlag Spaeth und Linde, Preis broschiert RM 2,40, 88 Seiten. Ein Versuch, die keineswegs einfache Materie der Buchführung und Bilanzierung in eine angeblich so leicht faßliche Methode zu bringen, daß „selbst der Schwachbegabte seine Freude am Lernen haben muß“.

W. P.

Sie haben schon die festen Stiefel an. 2. Gute Reise. Münchner Neueste Nachrichten. München. Ja, sie haben feste Stiefel an, es wird uns auf dem lustigen Umschlagbild recht deutlich zu Gemüte geführt. Das Satzbild im Innern ist leider etwas zerfahren. In dieser Hinsicht ist die zweite Drucksache „Gute Reise“ bedeutend besser.

Lloyd Zeitung. Nr. 10. Monatsschrift des Norddeutschen Lloyd Bremen. Mit der Lloyd Zeitung macht man immer weite und schöne Reisen. Ihr Lieblingsreisegebiet ist das unerschöpfliche Ostasien. Da ist alles, was die photographische Platte oder der Stift des Künstlers erhaschen kann, seltsam und pittoresk. Doch auch das heute so aktuelle Abessinien, Bali und Neusüdwales mit Sidney werden in Bild und Wort erfaßt. Eine launige Paraphrase zu den Beiträgen über Ostasien bildet der Aufsatz über Sanssouci mit entzückenden Bildern des chinesischen Tempelchens aus dem Garten dieses Schlosses. Die schriftlichen Beiträge sind in deutscher, französischer und englischer Sprache.

Atlantis. Heft 10 und 11. Herausgeber: Martin Hürliemann. Bibliogr. Institut A.-G. Leipzig. Atlantis-Verlag, Zürich. Heft 11 ist eine Amerika-Nummer. Neben dem Üblichen, das man bei solchen Gelegenheiten immer wieder sieht: Abraham Lincoln, P. Morgan, Theodore Roosevelt, neben kostümierten Indianern und häßlichen Wolkenkratzern erschaut und erfährt man aber auch Dinge, die Amerika nicht von der schematischen Seite zeigen. Da berichtet z. B. ein deutscher Student (W. Heckscher) über New York. Sapperment, ist das anschaulich und glänzend geschrieben — vielleicht nur deshalb, weil Heckscher das, was er schildert, wirklich erlebt hat und es eben auch — wirklich erleben kann. Neobald Taylor Dunn gibt eine launige völkerpsychologische Charakterisierung der typischen Berufe europäischer Auswanderer: „Der Engländer wird Politiker, Bankier und Geschäftsmann, der Deutsche lediglich Geschäftsmann, der Italiener wird Gärtner (meist ein guter), der Irländer wird Schupo (meist nicht so gut). Der Portugiese fischt, der Skandinavier „matros“, der Franzose spart, der Spanier kommt nicht, der Russe hat's mit der Kunst . . . der Grieche betrügt, der Japaner dient, und der Chinese wäscht fremde Wäsche.“ Heft 10 ist vorwiegend der Arktis und dem Fürsten Hermann Pückler-Muskau gewidmet. Prachtvolle und interessante Bilder schmücken auch dieses Heft. Unter den schriftlichen Beiträgen spannt die lebendige Schilderung „Der Gletscherpriester und seine Hunde — 1600 Meilen auf Hundeschlitten durch Alaska“ des Jesuitenpaters R. Hubert. — Doch das sind willkürliche Hervorhebungen. Die Zeitschrift „Atlantis“ ist von Anfang bis zu Ende schön, anregend und belehrend.

Ate Illustrierte Zeitung. Selbstverlag Firma Alfred Teves, Maschinen- und Armaturenfabrik GmbH., Frankfurt a. M. Die „Ate Illustrierte“ sieht aus, wie die „Illustrierten“ so aussehen, nur daß im Inhalt hauptsächlich die Fabrikate der Firma behandelt werden. Doch sind darin auch andere aktuelle Beiträge enthalten, eine Kurzgeschichte und eine Humor- und Rätselcke.



DR. HÖLSCHER SPRICHT ÜBER DEN

Stahlstich

IN DER ANGEWANDTEN GRAPHIK
UND ZEIGT ARBEITSPROBEN
AUS *alter* UND *neuer* ZEIT.

Böttcher

GRAPHISCHE WERKSTÄTTEN GERHARDT & TELTOW, ETIKETTEN, STAHLSTICHDRUCK

LEIPZIG S 3, FICHTESTRASSE 38 · BERLIN-WILMERSDORF, RÜDESHEIMER STRASSE 10, RUF H 3, 6059

Alexander Lernet-Holenia. Der Herr von Paris. Erzählung. Herbert Reichner, Verlag, Wien. Eine meisterhafte Erzählung, vorzüglich aufgebaut und daher spannend bis zur letzten Zeile. Die Ausstattung des Büchleins (60 Seiten) ist einfach, fast schmucklos, aber untadelig.

Wie wird die neue Wäschemode? Juvena. Entwurf: Wündrich-Meißner. Druck: B. G. Teubner, Dresden. Eine graphisch mit feinstem Geschmack gestaltete Drucksache. Der Text ist ein wenig zu süß und etwas zu betont naiv. Aber das liegt wohl an der Art des Angebots: Damenwäsche.

Scherls Informationen. Nr. 123. Verlag Scherl, Berlin. Werner Suhr entscheidet die anscheinend sehr brennende Frage, ob die Reklame-Textschreiber als Dichter anzusehen seien oder nicht. Suhr bestimmt: sie sind keine Dichter. Ob sie (die Textschreiber) nun endlich Ruhe geben? Es scheint jedenfalls den Angehörigen dieses neuen Berufs sehr gut zu gehen — sonst hätten sie andere Sorgen. Mit interessanten Abbildungen ausgestattet ist der Aufsatz von Viktor Borel: „Wozu Photomontage?“ Georg Wagner setzt seine Serie „Druckschriften und ihre praktische Anwendung“ fort.

Dagobert I.

Der Anschluß. Zeitschrift für Elektrohandel. Verlag: Siemens-Schuckertwerke A. G. Berlin. Frau Mecker hat das Wort, und sie hat nicht einmal unrecht, was die Schaufenster - Dekoration vieler Installationsgeschäfte anbetrifft. Lassen wir sie meckern. Wir sehen uns derweil die Bilder an. Dem Weihnachtsmarkt von 1796 ist der von 1934 gegenübergestellt. Alte und neue Zeit, Zeichnung gegen Photo — ich kann mir nicht helfen, ich finde die Zeichnung gemüthlicher. Die auf den Seiten 400—403 abgebildeten Schaufenster-Dekorationen mit Siemens-Geräten sind sehr ansprechend. Es ist sicherlich nicht ganz leicht, solche Dinge auffallend und geschmackvoll anzuordnen.

Die verschiedenen Anreden. J. Fink. Buchdruckerei, Stuttgart. Eine äußerst eindrucksvolle Drucksache. Innen und Außen sind überraschend gut aufeinander abgestimmt.

Vierhundertfünfzig Jahre einer deutschen Druckerei. Sonderbeilage der Magdeburgischen Zeitung und des Magdeburger General-Anzeigers. Magdeburgische Druckerei- und Verlagsgesellschaft mbH. (Faber - Verlag), Magdeburg. Mit vielen Zeitdokumenten und Bildern geschmückt, führt die historisch bedeutsame Jubiläumsschrift den Leser durch die Zeitläufte und ihre Begebenheiten. Luthers Thesenanschlag wurde in der Faberschen Offizin gedruckt und auch die meisten andern Kampfschriften des Reformators. Von der Magdeburgischen Zeitung sehen wir ein Exemplar vom 10. Juni 1626 reproduziert, also mitten aus der Zeit des Dreißigjährigen Krieges, der bald darauf (1631) der Stadt Magdeburg so übel mitspielte. 1733 wird der „Gazettier“ der Magdeburgischen Zeitung wegen „begangenen Unfugs“ verwirrt. Er hatte in seinem Wochenblättchen die Unvorsichtigkeit begangen, die russische Kaiserin sieben Jahre zu früh sterben zu lassen.



Das unentbehrliche Hilfsmittel für jeden
Gebrauchsgraphiker



Duden
Bildwörterbuch

zeigt 30000 Dinge — sämtliche
bildlich darstellbaren Wörter der
deutschen Sprache — im Bilde

In Ganzleinen geb. 4 RM.

„Vater Comenius müßte vor Neid erblaffen, wenn er dies sähe: Es ist
das gehaltvollste Bilderbuch der Welt. Verschwommene Begriffe erhalten
Gestalt, inhaltlose Wörter füllen sich, der blasse Gedanke gewinnt Leben.“
(Wehrmacht-Fachschule, Berlin)

VERLAG BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT AG. IN LEIPZIG

ABC der planvollen Selbstkostenermittlung und Betriebsabrechnung beim Stein- und Offsetdruck. 1935. Im Selbstverlag des Verbandes Deutscher Offset- und Steindruckereibesitzer E. V. Leipzig. Das ABC verfolgt den Zweck, „den Angehörigen des Stein- und Offsetdruckgewerbes zu zeigen, daß die selbständige und regelmäßige Selbstkostenermittlung und ihre Anwendung auf die Kalkulation auch in kleinen und mittleren Betrieben ohne besonderen Kostenaufwand möglich ist.“ Musterformulare und Tabellen erleichtern das Verständnis. Man darf wohl annehmen, daß kein Interessent diese Arbeit ohne großen Nutzen aus der Hand legen werde.

T. r. Sch.

Stempel - Kundendienst. D. Stempel, Schriftgießerei, Frankfurt/M. Ein Mäppchen mit Gebrauchsdrucksachen des alltäglichen Bedarfs: Einladungskarten, Glückwunschkarten, Preislisten usw. Diese Arbeiten der Praxis sollen dem Fachmann Anregungen vermitteln, und sie sind auch — gerade in ihrer aus dem Leben gegriffenen einfachen Zweckform — sehr dazu angetan. Der Stempel - Kundendienst wird künftig regelmäßig erscheinen.

Edles Glas. Bauersche Gießerei, Frankfurt a. M. Eine apart gegliederte Drucksache mit ihren Bildern von kostbaren Raritäten und den dazu passenden Schriften Corvinus, Gotika usw.

Ein Gang durch unsere Messinglinienfabrik. Schriftgießerei D. Stempel A. G., Frankfurt/M. Man sollte es nicht für möglich halten, daß zur Herstellung von Linien aus Metall so viele und so komplizierte Maschinen notwendig wären. Daß es doch so ist, das zeigen die photographischen Abbildungen dieses Heftes. Der Text enthält nur die notwendigsten Erklärungen. Der Anhang bringt eine Auswahl der Messing - Erzeugnisse der Firma und eine kleine, jedoch sehr sorgfältige Sammlung von Anwendungsbeispielen, worunter die Packung für Reuters Puder eine restlos vollkommene Schöpfung darstellt. Sie besteht nur aus Satz und Messinglinien.

T. r. Sch.

Über die Fraktur. Genzsch & Heyse A. G., Hamburg. Zum Lobe der Fraktur braucht ja heute nichts mehr gesagt zu werden. Aber man ist immer wieder überrascht, wenn man in immer neuen Abwandlungen und Anwendungen die Frakturschriften sich immer neu bewähren sieht. Die vorliegende Mappe enthält wertvolle Proben aus zwei Schriften, der Leibniz-Fraktur und der Alten Schwabacher.

5 Garnituren Haenel-Schrift. Gebr. Klingspor, Offenbach/M. Die klassische Schriftprobe einer klassischen Schrift. Die Haenel-Antiqua ist vor 100 Jahren von dem Altmeister Haenel herausgegeben worden. „Die vorgenommenen technischen Verbesserungen geben dieser Schrift die Gebrauchsfähigkeit, die die Buchstaben bei der heutigen Druckbeanspruchung haben müssen.“ Die Schriftprobe führt die fünf Garnituren in den verschiedensten Größen und in wechselvollen exquisiten Anwendungsbeispielen vor. Auch da, wo nur die Schriftgrade gezeigt werden, ergötzen gleichermaßen das Satzbild und die darin gebotenen Lesefrüchte, die unaufdringlich und völlig im Rahmen einer Schriftprobe die Angabe der Autoren-Quellen enthalten. Entwurf: Walter Cyliax.

Ondina. Probe 111. Schriftguß A. G. vorm. Brüder Butter, Dresden. Das Heft zeigt die Ondina-Versalien in verschiedenartiger Anwendung. Wie die in Verbindung mit den Ondina - Versalien geschaffenen Akzidenzen erweisen, eignet sich diese elegante Auszeichnungsschrift besonders für Drucksachen des internationalen Verkehrs, für vornehme Luxuswerbung, Kosmetik, für Ankündigungen von Modehäusern usw. Sie verleiht dem Satzspiegel mit einer Zeile Haltung und Gewicht und behält dennoch die für solche Aufgaben geforderte Leichtigkeit.

Die drei Thannhäuser-Schriften. Schriftguß A. G. vorm. Brüder Butter, Dresden. Ueber Herbert Thannhäuser brachte vor kurzem die „Gebrauchsgraphik“ eine illustrierte Veröffentlichung (September 1935). Wir können uns also heute kurz fassen. Thannhäuser meint in den sehr selbstbewußten, zwar durchaus gerechtfertigten, nur etwas zu aggressiven Begleitsätzen zu seinem typographischen Selbstbildnis, es gehöre Mut dazu, seine Schriften herauszubringen. Gewiß gehört immer auch Mut dazu, das Schöne vor dem Mittelmäßigen zu bevorzugen und zu fördern. Aber wo kämen wir hin, wenn uns dieser Mut verlorenginge? Ist das nicht der selbstverständliche Mut jedes anständigen Menschen? Wir haben die frohe Zuversicht, daß sich stets in diesem Sinne mutige Auftraggeber finden werden, die das Schaffen dieses ausgezeichneten Graphikers (und auch das Schaffen anderer ausgezeichneten Graphiker) schätzen und beanspruchen. — Es war sicherlich kein Zufall, daß in dem Schriftmusterheft neben dem stolzen Bekenntnis Thannhäusers das demütige, ja reumütige Bekenntnis Michelangelos Platz fand, das folgendermaßen ausklingt:

Dann büß ich für die Sünde,
Daß mit den Gaben, die mir Gott gesendet,
Ich Größeres nicht geschaffen und vollendet.

Graphisch und drucktechnisch ist das umfangreiche Heft mit dem sichern Geschmack ausgestattet, der immer ein Kennzeichen der Arbeiten Thannhäusers ist. Dem Musterheft der Thannhäuser-Schriften lagen noch Prospekte bei für die „Luxor“, die elegante „Divina“ nach Zeichnungen von Wilhelm Berg, für die tatkräftige „Energos“, die „Appell“ und die „Miami“, Auszeichnungsschriften, die ihre Verwendbarkeit in schönen Satzbeispielen unter Beweis stellen.

Arkona. Genzsch & Heyse, Schriftgießerei A. G., Hamburg. Die Arkona ist eine neue Kursivschrift ohne Überhänge, nach Entwürfen von Karl Klaus, Stuttgart, geschnitten. Sie ist, ohne unschön oder unleserlich zu wirken, geschickt handschriftlicher Eigenwilligkeit angeglichen, was sie als Reklame- und Auszeichnungsschrift empfiehlt. Eine markante und dabei anmutige Schrift.

Der Feldherrnhügel. J. C. König & Ehardt, Hannover. Auf dem Feldherrnhügel der Titelzeichnung ist eine gemischte Gesellschaft versammelt. Einer sieht durch ein Scherenfernrohr, ein anderer reitet auf einem nicht viel Vertrauen erweckenden Pegasus, und der, der sich in Ermangelung eines Schwertes auf einen Bleistift stützt, sieht ebenfalls komisch aus. Die Druckprobe in Offset-Tief im Innern des Faltblattes (Photo Dr. P. Wolff) ist eine Prachtleistung.

Tafeln und Blenden für den Wasserfarbendruck. Beit & Co. Hamburg. Der Mappe liegt eine genaue Anweisung bei, wie die zum Wasserfarbendruck notwendigen Gummi-Klischees mit der Hand herzustellen sind, ferner ein Merkblatt für Graphiker, das dem Entwerfer die Eigentümlichkeiten und Vorteile des Wasserfarbendrucks erläutert. Originaltreue der Farben wird dadurch garantiert, daß der Maler seinen Entwurf mit den Farben des Druckers malen kann. Die farbigen Druckproben sind von eminenter Leuchtkraft auch im Übereinanderdruck. Wirkungen des Übereinanderdrucks von 2, 3 und 4 Farben zeigen 7 Farbtafeln, wobei die Grundfarben nach Lichtechtheit und Deckkraft bezeichnet sind.

Feldmühle-Winke. Feldmühle, Papier- und Zellstoffwerke A. G. Stettin. Die Winke gelten dem Weihnachtsmann, oder winkt er selber und trägt uns auf, nur erstklassige Papierausstattungen zu verschenken, nur auf Feldmühle Spezialbank Post zu schreiben und drucken zu lassen? Wir lassen uns gern von ihm überzeugen, wenn wir die schönen Papiersorten ansehen und befühlen, die diese Mappe uns in geschmackvollen Drucksachen vorführt.

Weißer Druckpapiere für alle Druckverfahren. S. L. Cahen, Berlin. Das Musterbuch enthält eine Fülle der verschiedenartigsten Druckpapiere. Die Verzeichnis-Anordnung ist nach Formaten, innerhalb der Formate nach Quadratmeter-Gewichten und Qualitäten gegliedert, die Papiermuster-Anordnung innerhalb der einzelnen Abteilungen nach Quadratmeter-Gewichten, innerhalb dieser nach Qualitäten. Eine Preisliste liegt bei.

PKZ. Burger-Kehl u. Co. A. G. Zürich. Ein Katalog mit gut gedruckten photographischen Abbildungen, origineller Anordnung und gefälligem Text. Druck: Roto-Sadag A. G. Genf.

Mit Druckerschwärze Kunden werben! Hans Schmidbauer, München. Graph. Werkstätte für moderne Druckgestaltung. In einer vierseitigen Werbedrucksache wirbt hier ein Fachmann Kunden durch Beispiel und Gegenbeispiel — ein stets einleuchtendes Überzeugungsmaterial. Auch der Text — satztechnisch schön gegliedert — ist durchaus vertrauenerweckend.

Der Aufbau der Bauart RH. — Warum Vorkammer? — Motoren-Werke Mannheim A. G. vorm. Benz Abt. Stat. Motorenbau. Zwei Offerten-Beilagen, in jener zwar nüchternen, doch vertrauenerweckenden Form, in der maschinentechnische Werbedrucksachen den fachmännischen Empfänger ansprechen. Die Blätter sind zweifarbig, übersichtlich aufgeteilt und auch graphisch geschickt gegliedert.

Und Ihr Schaufenster? Die Gewichtsgrenze . . . Druckerei H. Osterwald, Hannover. Der dreifarbig Kupfertiefdruck des Faltblattes „Gewichtsgrenze“ nach Farbenphotos ist eine bewunderungswürdige Leistung. Auch die Abbildungen in zweifarbigem Buchdruck der anderen Drucksache verdienen das Gütezeichen. Ganz hochwertig in seiner vornehmen Haltung ist das Blatt „Stier. Elegante Schuhe“.

Sehen und Beleuchten von Dipl.-Ing. L. Schneider. Osram GmbH. Komm. Ges. Berlin. Eine instruktive Studie über das Auge und über die richtige künstliche Beleuchtung mit vielen erläuternden Abbildungen.



ZEISS BINOKULARE KOPFLUPE

Für Feinarbeiten und alle Beobachtungen, für die ein in allen Einzelheiten klares Übersichtsbild erforderlich ist. Bequemes, beidäugiges Beobachten läßt Tiefengliederung, Form und Flächenbeschaffenheit deutlicher erkennen und ermüdet nicht wie einäugiges Beobachten. Lichtschirm schaltet Nebenlicht aus und steigert durch den Helligkeitskontrast die Sehschärfe. Preis RM 18.—



Mit Beleuchtungs-Einrichtung RM 6.— mehr.
Bezug durch optische Fachgeschäfte
Druckschrift „Medkopflupe 185“ kostenfrei von
Carl Zeiss, Jena, Berlin, Hamburg, Köln



Erhältlich in allen Schreibwaren-Fachgeschäften
Gummiwaren-Fabrik „Hansa“ Böcker & Basch G. m. b. H., Hannover

Brauerei sucht Verbindung mit Werbefachmann

zur gelegentlichen Beratung

Verlangt werden: Textgestaltung, originelle Ideen, künstlerische Geschmacksbildung. Angebote mit Proben bereits ausgeführter Arbeiten erbeten unter A 22 an „Gebrauchsgraphik“ Druck und Verlag G. m. b. H., Berlin SW 61, Belle-Alliance-Platz 7-8

ADRESSENVERZEICHNIS ZU HEFT 2

K Ü N S T L E R ASHLEY, A., London
DOWLING, HENRY G., London
GERHOLD, KARL, Berlin-Charlottenburg, Berliner Straße 156
HEIM, ALBERT, Berlin C 2, Jüdenstraße 53
HÜTER, TEA, Hamburg-Blankenese, Falkenstein 13
PFANKUCH, GERT, Berlin W 35, Potsdamer Privatstraße 121 c
SCHEER, KARL, Berlin-Tempelhof, Wittekindstraße 30
SCHEURICH, Professor PAUL, Berlin W 50, Budapester Straße 12
SPIEGEL, WALTER, Dresden-A 27, Westendstraße 22
ULLMANN, MARTIN, New York
WOLFF, Dr. PAUL, Frankfurt / Main, Hermann-Göring-Ufer 48

SCHRIFTSTELLER FRENZEL, Professor H. K., Herausgeber der „Gebrauchsgraphik“, Berlin SW 61, Belle-Alliance-Platz 7/8
HÖLSCHER, Dr. EBERHARD, Berlin SW 61, Gitschiner Straße 5
KARSTEN, Dr. ANITRA, Berlin W 57, Kulmer Straße 26, IV
PUTTKAMMER, Dr. WALTER, Berlin-Wilmersdorf, Südwestkorso 20
SCHALCHER, TRAUGOTT, Berlin NW 21, Lübecker Straße 30
SUHR, WERNER, Berlin-Steglitz, Opitzstraße 5
TALBOT-SCHEFFAUER, ETHEL, London

ENGL. ÜBERSETZER:
CAMPBELL, Major W. L., Berlin W 62, Kleiststraße 26

B E I L A G E N BEIT & CO., Druckfarbenfabrik, Hamburg
BERGER & WIRTH, Druckfarbenfabrik, Leipzig
CHROMOERSATZKARTON-VERBAND G. m. b. H., Berlin-Charlottenburg 2
OSCAR DIETRICH G. m. b. H., Papierfabrik, Weißenfels
ERASMUSDRUCK G. m. b. H., Berlin S 42
FELDMÜHLE PAPIER- UND ZELLSTOFF A.-G., Stettin
FRANZ'SCHE HOFBUCHDRUCKEREI G. EMIL MAYER G. m. b. H., München 2 NW
GENZSCH & HEYSE, Schriftgießerei A.-G., Hamburg 22
GERHARDT & TELTOW, Kunstanstalt, Leipzig
GRAF & SCHUMACHER G. m. b. H., Kunstdruckerei, Düsseldorf
HALLISCHE FARBEN- UND DRUCKFARBEN G. m. b. H., Halle/Saale
GEBR. HOFER A.-G., Buchdruckerei, Saarbrücken
HOH & HAHNE, Leipzig W 35
I. G. FARBENINDUSTRIE, Abt. Folien, Berlin SO 36
KAST & EHINGER G. m. b. H., Druckfarbenfabrik, Stuttgart 1
KOHLBACH & CO., Maschinenfabrik, Leipzig W 33
KRAUSE & BAUMANN A.-G., Heidenau, Bez. Dresden
REICHSBAHNWERBEAMT, Berlin W 9
GEBR. SCHMIDT, Farbenfabrik, Berlin-Heinersdorf
VEREINIGUNG CHROMOPAPIER, Berlin-Charlottenburg 2
VICTORIA ZU BERLIN ALLGEMEINE VERSICHERUNGS A.-G., Berlin SW 68
ZÜLCH & DR. SCKERL, SCKERL, Druckfarbenfabrik, Leipzig N 21

DRUCK DES UMSCHLAGES
VERLAG ULLSTEIN, Berlin SW 68, Kochstraße 22—26



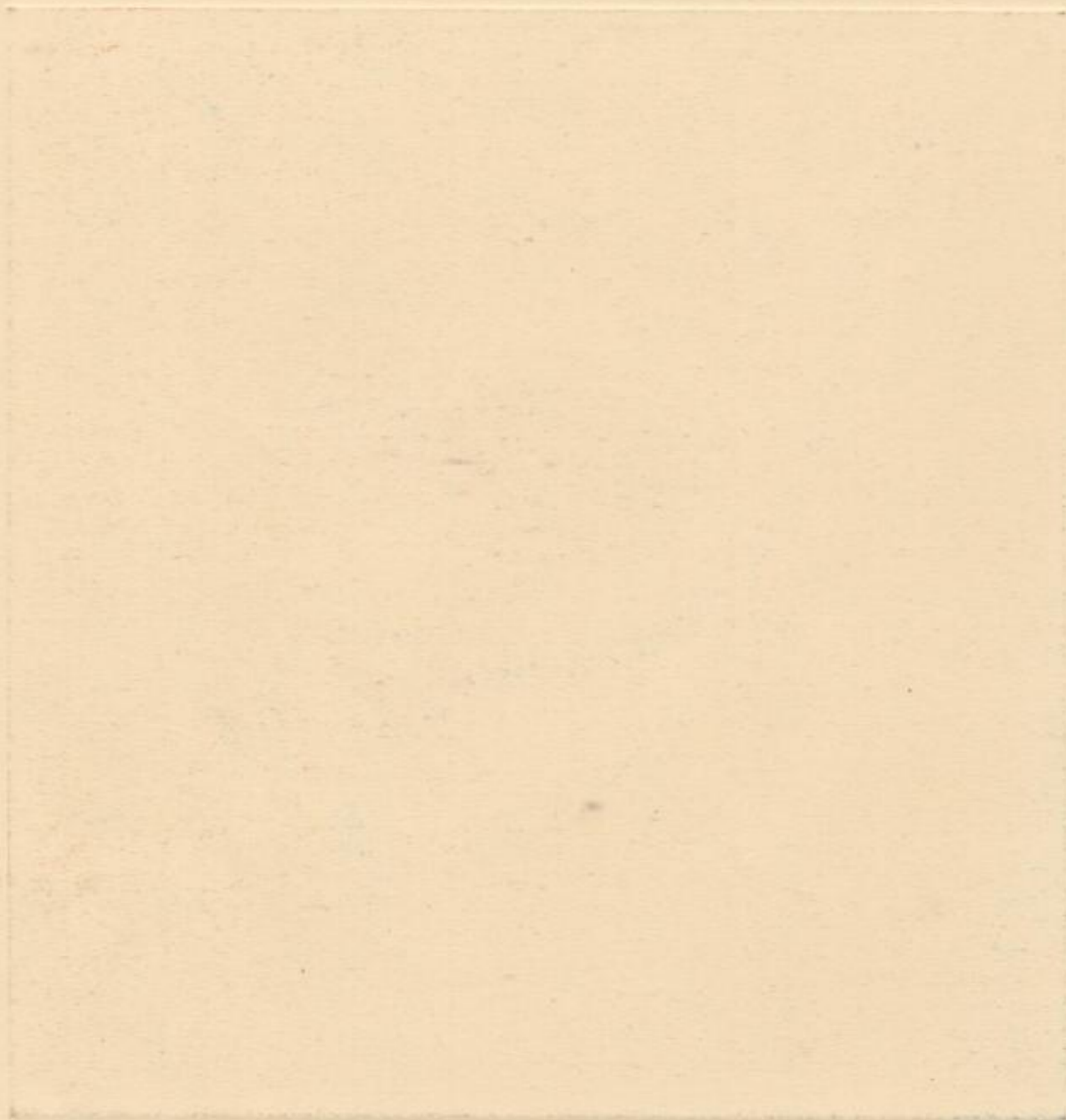


RICHTIGE FARBWERTE IM FOTO DURCH OFFSET
BEACHTEN SIE BITTE
DIE BESONDERE FEINTECHNIK DES DRUCKES

ALLE ERASMUS-DRUCKE ZEICHNEN SICH DURCH EINE HERVORRAGENDE QUALITÄT AUS
OFFSETDRUCK · BUCHDRUCK · STAHLSTICH · BLINDPRÄGUNG · SPEZIALVERFAHREN

ERASMUSDRUCK G.M.B.H. · BERLIN S 42 · ALEXANDRINENSTR. 94 · FERNRUF A 7 DÜNHOF 5885

VERTRETER IN ALLEN TEILEN DES REICHES





Gedruckt mit „Radial“ Reichgold 41393, „Radial“ Silber 42000, Blaulack 12054 und Orangelack 60638

ff



Pelloro

Die Edelfolie

das ideale Material, das schon in seiner Eigenschaft als Druckträger für sich wirbt: leicht und vielseitig zu verarbeiten, bestechend in der Wirkung, billig im Preis!

Ihre Prospekte

auf der **Edelfolie Pelloro** gedruckt, haben besondere Werbekraft: sie fallen durch ihre vornehme Wirkung auf und verpflichten den Leser zu eingehendem Studium

Ihre Packungen

aus der **Edelfolie Pelloro** kündigen schon die Qualität Ihrer Erzeugnisse äußerlich an und werben dadurch in erhöhtem Maße für Ihre Ware

Ihr Schaufenster

das Sie mit der **Edelfolie Pelloro** ausstatten, wird allgemein gefallen und durch seine eigene Note besonders stark für Sie werben

Ihr Messestand

ausgestattet mit der **Edelfolie Pelloro** wird unbedingt die Aufmerksamkeit der Besucher auf sich ziehen und dadurch Ihrer Ausstellung immer den gewünschten Erfolg sichern

Pelloro für Dekorationen von Schaufenstern, Ausstellungs- und Messeständen wird verkauft durch:
F. PICKNES
Berlin SW 68, Kochstrasse 19

Näheres erfahren Sie von der
I. G. Farbenindustrie Aktiengesellschaft
Agfa Abteilung Folien
Berlin SO 36

Gedruckt auf Agfa-Pelloro Weißgold/150 St.





Alter Kran in Lüneburg

Doppeltonfarbe D 813

BEIT & CO. HAMBURG
Chemische und Farbenfabriken



Pfandhof mit wildem Kaiser
Vierfarbendruck



Hallische Farben- und Druckfarben- Fabrik G. m. b. H., Halle (Saale)

HALLEFARBEN

DRUCKEREI-BEDARF

*Necessaries
for Printers*



Das Trocken- Handreinigungsmittel

beseitigt jeden Schmutz, wie Öl, Fett, Ruß, Lack, Farben usw. Greift die Haut nicht an. Trockene Anwendung.

„ENERGICO“, chemisch-techn. Erzeugnisse
K. F. BERNINGER, BERLIN W 9, Linkstraße 16

Numerierwerke für Flach-
u. Rotationsdruck, Rahmen
u. Rahmenwerke, Spezial-
werke aller Ausführungen

A. BENECKE & CO.

Spezialfabrik für Numerier-
und Perforierapparate, Lucken-
walde, Schließfach 174, Tel. 473



stellt alles in
den Schaltern

Umdruckpapiere

Original Graufeucht Lucka

Original Transparentfeucht Lucka

Umdruckpapier-Fabrik der Leipziger
Wellpapier-Fabrik

J. MOLL · LUCKA Krs. Altenbg.

Zur Frühjahrsmesse vertreten
im Deutschen Buchgewerbehaus, Rundgang 1. Stock

MAX LINDACKER

BERLIN O 27
Markusstraße 50 · Fernruf: Friedrichshain 6190

REPRODUKTIONEN
MASCHINENKOPIEN

Papieraufhänge-Vorrichtung D. R. P.

macht bedeutende Ersparnisse beim Druck

VOLCK & GNÄDIG, BERLIN SW 61, F 1/3677

WER LIEFERT KLISCHEES?

*Who
makes
blocks
?*



KLISCHEE-ANSTALT
GALVANOPLASTIK / STEREOTYPIE / MATERNPRÄGEREI
FRANZ SYSEL
DRESDEN/SEILERGASSE 10/RUF 21820/GEGR. 1889



KLISCHEES
FRITZ HAUSSMANN
DARMSTADT
FERNRUF: 4384/85

KLISCHEES

ZEICHNUNGEN
ENTWÜRFE
RETUSCHEN

**RHEINISCH-SÄCHSISCHE
REKLAME-GESELLSCHAFT**
C. & H. ZIERDEN

**RUF
61104**

DRESDEN-A.16 REISSIGERSTR. 52

LEHRANSTALTEN

Academies

CONTEMPORA

Lehrateliers für neue Werkkunst

Raumkunst, Textilentwurf: Prof. F. A. Breuhäus.
Mode, Gebrauchsgraphik: Prof. Otto Arpke.
Fotografie: Werbung, Reportage: Erich Balg.
Eintritt am 1. und 15. jeden Monats • Prospekt kostenlos durch
Sekretariat B2, Berlin W 15, Emser Straße 43 • Telefon J2 Oliva 4395

Höhere Graphische Fachschule der Stadt Berlin
Leiter: Oberstudiendirektor Karl Mahr, Andreasstr. 1-2

Voll ausgebaute Tagesklassen und Abendkurse in folgenden Fächern:

**Typographie · Lithographie, Stein-
und Offsetdruck · Photographie und
Reproduktionsverfahren · Buchbin-
derei · Gebrauchsgraphik · Werbung**

Werbetechnikum anerkannt von der Reichsfachschaft deutscher
Werbefachleute. Ausbildung auf sämtlichen Gebieten der
Betriebs- und Gebrauchswerbung

Semesterbeginn: 1. April 1936

AUSBILDUNG ZUM GEBRAUCHSGRAPHIKER

Entwurfsbearbeitung aller Aufgaben der Gebrauchsgraphik,
Werkübung in Lithographie, Stein- und Offsetdruck, Schriftsetzen,
Buch- und Tiefdruck, Reproduktionstechnik, Buchbinden u. Photo-
graphie. Abteilung für Buchgewerbe und Gebrauchsgraphik der

HANDWERKERSCHULE BRESLAU

Auskunft durch die Direktion Klosterstraße 19

Städtische Handwerkerschule Erfurt

Fachabteilung für Gebrauchsgraphik und
das Buchgewerbe. Leitung Prof. K. Möller

- Handwerklich-technische Ausbildung in neuzeitlichen Fachwerkstätten
- Geschmacklich-gestaltende und zeichnerische Schulung
- Sämtliche fachlichen und wirtschaftlichen Ergänzungsfächer

Vorbereitung zur Meisterprüfung. Staatliche Abschlussprüfungen.
Auskunft kostenlos durch die Kanzlei. Hügel 1.

Der Direktor: Prof. J. Ballin



Staatl. Städt. Handwerkerschule Burg Giebichenstein

Werkstätten der Stadt Halle

vermittelt Kenntnisse in:

Buchkunst- und Schriftkunstgestaltung, Emailletechniken,
Handwebereien, Töpferei (einschließlich Porzellan- und
Ofenkeramik), Metallbearbeitung (einschließlich Gold- und
Silberschmiede). Werkstätten für praktische Ausbildung,
Entwürfe für handwerkliches und künstlerisches Schaffen.

Meldungen
sofort!

Spitta & Leutz

GEGR: 1846

BERLIN · SW · 68 | BERLIN · W · 62

RITTER-STRASSE 64 | LUTHER-STRASSE 46

FERNRUF: A2-DÖNHOFF 1066-1067 | FERNRUF: B5-BARBAROSSA 3258



Handwerkerschule Hildesheim

Abteilungen für Graphik, Malerei, Frauenkleidung
Kurse zur Vorbereitung für die Meisterprüfung

Semester-Beginn: 1. April und 16. Oktober



MÜNCHNER LEHRWERKSTÄTTEN

früher Debschitzschule München
Hohenzollernstraße 21. Telefon: 30149

Klassen für: Gebrauchsgraphik, Schrift, Modezeichnen,
Akt, Architektur, Textil. Eintritt jederzeit. Illust. Prospekt frei

Handwerkerschule der Hauptstadt Hannover

Abteilung für graphische Berufe:

Entwurfsklasse und Werkstätten zur Ausbildung von Werbe-
graphikern, Fortbildung f. Setzer, Lithographen, Chemigraphen,
(Schriftkunst, Typographie, Holzschnitt, Buchdruck, Litho-
graphie, Kupferstich, Radierung, Photo- und Chemigraphie).

Abteilung für Buchbinderei:

Vollständige Ausbildung in allen Arten dieses Berufes.
Feste Ausbildungspläne, handwerkliche Abschlussprüfung nach zwei Jahren und
Hauptprüfung nach drei Jahren. Semesterbeginn 1. April und Anfang Oktober.
Der Direktor: Prof. Jochem, Architekt

Handwerkerschule der Stadt Köln

Direktor: Prof. K. B. Berthold

Die graphische Fachabteilung

erfaßt: Graphik, Gebrauchsgraphik, Schrift,
Handsatz, Maschinensatz, Buch-, Stein-, Offset-
druck, Photolithographie, Reproduktionstechnik,
Chemigraphie, Photographie, Buchbinderei,
Kalkulation, Buchführung, Betriebslehre.

Semesterbeginn: 1. April 1936

Staatliche Akademie für graphische Künste und Buchgewerbe Leipzig

Direktor: Prof. Dr. Walter Tiemann

Entwurfklassen und Werkstätten
in Schriftkunst, Typographie, Buchdruck, Buchausstattung, Illustration,
Gebrauchsgraphik, Buchbinderei, freie Graphik, Holzschnitt,
Kupferstich u. Lithographie, Reproduktionstechnische Werkstätten.
Vorbereitender Studiengang, Abendklassen, Vorträge u. Vorlesungen

Private Mode-Zeichenakademie Otto-Stößinger

MANNHEIM, D. 2. 7.

Ausbildung zu allen modeschöpferischen Berufen.
Mit praktischer Schneiderei. Prospekt frei.

Weimar Hochschulen

Dir.
Schulze-
Raumburg

Bildende Künste, Plakat- und Werbefkunst, Graphische
Druckerei, Handwerk. Neue Klasse: Bühnenbildnerei!

In fünfminuten nicht -

*Laßt dich nicht überkommen - Laßt die Leidenschaft, die Gnade und das Brot. Andere kommen aber
nicht selbst durch die Not des Winters. - Laßt ihnen die Wärme und*

opfern für das D. G. D.



WER LIEFERT FOLIEN?

*Manufacturers
of Foils*

FOLIENPAPIERE

METALLOSE

Metallpapierfabrik
H. Benkert
Dresden-A 21

GOLD UND SILBER

für Luxus-Packungen, Katalogumschläge,
Schneidschrift-Plakate, Siegelmarken usw.

Aluminium-Folien kaschiert und unkaschiert
für das graphische Gewerbe

in bestens bewährten Qualitäten liefern

Aluminium-Walzwerke Singen G.m.b.H.

Singen — Hohentwiel

M. BRÜNN & CO., A.-G.

FÜRTH IN BAYERN

Kaschierte und unkaschierte, glatte, dessinerte, bunte,
bedruckte Aluminium- und Zinnfolien-Qualitätsware.

FRE



*Viel leichteres
Arbeiten auf dem Reißbrett*

ohne Reißnägeln (keine Nagellöcher)
- ideale Aufleger-Befestigung -
bessere Verbindung von Pausen und
Originalen - Abdecken von Foto-
Negativen usw.:

den idealen Trockenkleber:

Cellophan
Klebestreifen

10 m
Rolle

Dazu Handabroller aus Kunststoff

Zu beziehen durch den Bürobedarfshandel

Agfa Pelloro

die Edelfolie

in Gold, Silber, Schwarz
und in

9 verschiedenen Fantasiefarben

I. G. Farbenindustrie Aktiengesellschaft
AGFA, Abteilung Folien, Berlin SO 36

Alleinverkauf in Deutschland für das gesamte Gebiet
der Dekoration, Buchstaben- und Schilder-Fabrikation:

F. Picknes, Berlin SW 68, Kochstr. 19
Telefon A 7 Dönhoff 2926

ULTRAPHAN

die absolut glasklare,
wetterfeste, abwasch-
bare, formatbeständige und gut zu bedruckende
Acetylcellulosefolie liefert farblos und farbig
LONZA-WERKE G.m.b.H., WEIL a.Rh. (Baden)

ALUMINIUM-FOLIEN

in erstklassiger Ausführung liefert

Metallpapier-Bronzefarben-Blattmetallwerke
Aktiengesellschaft München 12

FREI

**ALUMINIUMFOLIEN-WALZWERK
HUECK & BÜREN, LÜDENSCHIED i. W.**

liefert Aluminiumfolien in jeder Ausführung
Vertreter für einige Bezirke noch gesucht

Kaschierte und bunte

ALUMINIUMFOLIEN

Vereinigte Staniolfabriken GmbH., Roth b.Nbg.

HALLESCHER PAPIERWAREN-FABRIK MAX JOVISHOFF, HALLE-S.



Das führende Werk für Faltschachteln u. Plakate

A U S A L U M I N I U M - F O L I E

WER LIEFERT ENTWÜRFE?

*You can
obtain
designs from*

OHRLE

BERLIN-WILMERSDORF • SIEGBURGER STR. 3 • FERNRUF: H8 WAGNER 3633

Barlog

T1 BISMARCK 1574

BERLIN-WILMERSDORF
BAYERISCHE STRASSE 30

BAUS

FÜR BUCH- UND
WERBEGRAPHIK
SCHRIFTU. FIGUR
IN LEIPZIG S3

AVERDUNG *Schrift* TEL. B4 0115

Prospekte BERLIN W50
SPICHERNSTR. 25 *Packungen*

Ein Graphiker der Westmark:

Adolf Bernd jr.

Neustadt a. d. Haardt/Rheinpfalz



Blickfang! - Erfolgswang! Patentierte
Blickfangklischees ermöglichen 2 farbigen Druck in einem
Arbeitsgang. Verlangen Sie Werbeschrift G vom Hersteller:
Carl R. Seybold, Potsdam, Eisenhartstraße 22, Tel. 2221



W BRAND

Berlin W 30

Neue Winterfeldtstraße 28
Fernruf: B 5 Barbara 6574

Arbeitsproben
im Märzheft 1955



Figürliche Entwürfe

EMIL DÖRFEL, BERLIN SW 61, DREIBUND-STR. 1



WERBEWIRKSAME

**INDUSTRIE
UND TEXTIL**

INSERATE · PLAKATE
MARKEN · PROSPEKTE

BUSCHE

BERLIN W8 · FRIEDRICHSTR. 59/60
A6 MERKUR 7311

Richard Friese

Berlin - Charlottenburg 1

Kanalstraße 16, Fernruf C 4 Wilhelm 5923

Figürliche Entwürfe

WALTER HOHENEGG

Gebrauchsgrafiker

berät jeden — entwirft alles

München 23, Berliner Straße 1

Gute Werbung erreicht, daß der Umsatz steigt

FERNRUF
G 3 5955

JOCHHEIM
Werbegraphiker • Berlin-Lankwitz

Allklebstoff



Jeder Werbefachmann braucht nötig

„BLUFAJO“

und erhält auf Wunsch eine erste

Tube gratis bei Angabe der Nr. 7471

J. JOHN NCHF., DRESDEN-A. 1,

Bürgerwiese 18

Neue Ideen

und was außerdem zu erfolg-
reicher Werbung gehört: Fred Keil, Berlin-
Steglitz, Thorwaldsenstraße 27, G 9 4263.

**KNEU
A-KNEUBÜHLER**

BERLIN-HALENSEE · NESTORSTR. 35 · TEL. J7 HOCHM. 0336

kohlitz Werbe-Entwürfe

Nürnberg-O, Schlageterplatz 1, Ruf 22 4 48



**Franzisdruk in ein- und mehrfar-
biger Ausführung pflegen wir seit
Jahren mit besonderer Sorgfalt.**

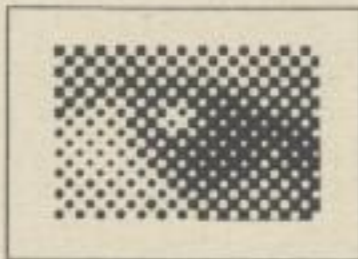


**Die folgenden Blätter zeigen die
Verwendungsmöglichkeit dieses
Verfahrens bei hohen Auflagen.**

G. Franz'sche Buchdruckerei G. Emil Mayer GmbH., München 2 NW, Luifenstraße 17

ROLLEN-OFFSET

« Bei unferen Drucken ist das Rasterbild gestochen scharf. Die Güte der Kopie wird noch gesteigert durch das besondere Verfahren, das die Bild-Elemente in die Tiefe arbeitet. Die Rasterpunkte drucken deshalb nicht nur scharf und genau, sondern auch fett und kraftvoll.



« Offsetdruck, gleich ob Rollen- oder Bogendruck, ist ein vollwertiges Bilderdruckverfahren von ganz charakteristischem Reiz - vorausgesetzt, daß mit zeitgemäßen Übertragungsverfahren gearbeitet wird. Unser Offset-Tief-Kopierverfahren bürgt für plastische und wirkungsvolle Abbildungen, für klare, lesbare Schrift. Eine vieljährige Offsetpraxis kommt unseren Arbeiten außerdem zugute. Die Mengenleistungen moderner Offsetmaschinen machen bei guter Qualität und rascher Arbeit den Offsetdruck zum billigsten Druckverfahren.

Darum wählt der erfahrene Reklamefachmann Franzis-Offsetdruck.



Die deutsche Weltmarke

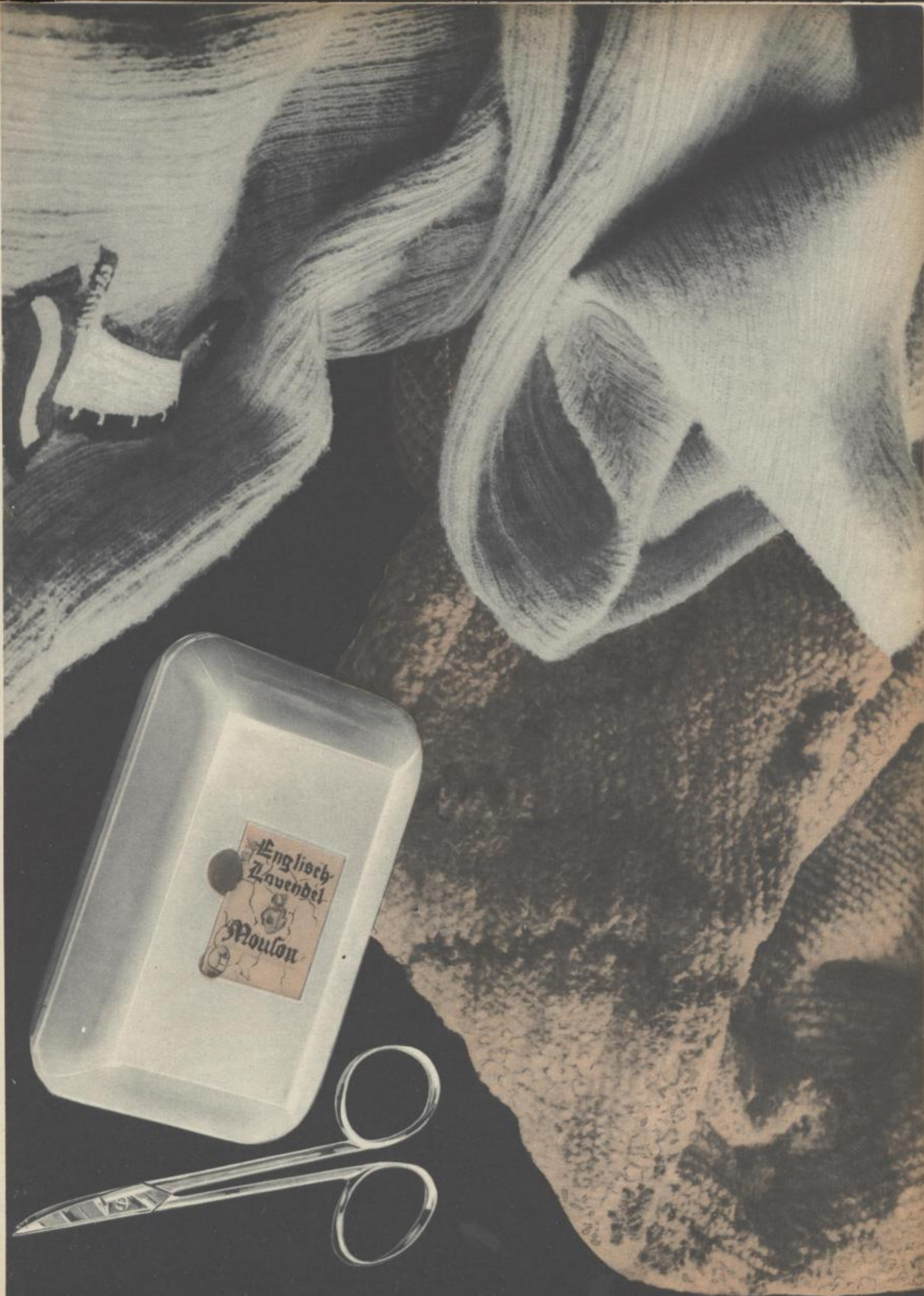


*Der Telefunken*super **NAUEN**

Ein neues Telefunkengerät in Edelholz, eigens für die neue Wellenordnung gebaut. Modern wie die äußere Form ist auch der technische Aufbau. Der bewährte Telefunken»super«erhielt nicht nur äußerlich eine Skala mit neu angeordneten Stationsnamen, sondern auch einen neuen Langwellenbereich von 800 bis 2000 Meter, die ganz neuartige »Sperrschaltung« und außerdem noch andere wichtige Neuerungen.



Radio-Werbung in Franzis-Offsetdruck. G. Franz'sche Buchdruckerei G. Emil Mayer G.m.b.H., München, Luisenstr. 17



Franzis-Offsetdruck G. Franz'sche Buchdruckerei G. Emil Mayer G.m.b.H., München, Luisenstraße 17

Bücher aus drei Jahrhunderten

sind Dokumente der Geistesgeschichte ganzer Völker. In einzelnen wertvollen Stücken stehen auch heute noch grundlegende technische, wissenschaftliche oder geistesgeschichtliche Werke in Bibliotheken oder bei Sammlern. Die Wiedergabe im Original erweckt schlummerndes Geistesgut zu neuem Leben. Das geeignete Verfahren dafür ist Franzis-Nachdruck. Auch moderne Drucke, deren Neufas nicht in Frage kommt, weil er zu kompliziert wäre oder weil die Auflage zu klein ist, werden durch Franzis-Nachdruck originalgetreu wiedergegeben.

G. Franz'sche Buchdruckerei G. Emil Mayer G. m. b. H., München, Luffenstraße 17.

secundū Johannē

Jo. Ixviij.

Iterum ergo eos interrogauit .
Quem queritis ? Illi autē dixe-
runt . Iesum nazarenū . Respō-
dit iesus . Dixi vobis : quia ego
sum . Si ergo me queritis : lini-
te hos abire . Ut impleretur ser-
mo quē dixit : quia quos dedisti
michi nō perdidī ex eis quemq̄ .
Symon ergo petrus habēs gla-
dium / eduxit eū : et percussit pō-
tificis seruum : & abscidit auricu-
lam eius dextrā . Erat autē no-
men seruo malcus . Dixit ergo
iesus petro . Mitte gladiū tuum
in vaginam . Calicē quem dedit
michi pater / nō visbt bibā illū .
Cohors ergo et tribunus et mi-
nistri iudeorū comprehenderūt
iesum / et ligauerunt eū : et addu-
xerunt eū ad annā primū . Erat
autē socer cayphe : qui erat pon-
tifer anni illius . Erat autē cay-
phas qui consilium dederat iu-
deis : quia expedit vnum homi-
nē mozi pro populo . Sequeba-
tur autē iesū symon petr⁹ : & ali-
us discipulus . Discipulus autē
ille erat notus pōtifici : et introi-
uit cum iesu in atriū pontificis .
Petrus autē stabat ad ostiū fo-
ris . Exiuit ergo discipulus alius
qui erat notus pontifici : et dixit
ostiarie : et introduxit petrū . Di-
xit ergo petro ancilla ostiaria .
Nūquid & tu ex discipulis es ho-
minis istius ? Dicit ille . Non sū
Stabāt autem serui et ministri

se . Pōtifer ergo interrogauit ie-
sum de discipulis suis / et de do-
ctrina eius . Respondit ei iesus .
Ego palam locutus sum mun-
do . Ego semper docui in syna-
goga et in tēplo quo omnes iu-
dei cōueniunt : & in occulto locu-
tus sum nichil . Quid me inter-
rogas ? Interroga eos qui audi-
erunt quid locutus sim ipis . Et
ecce hij sciunt que dixerim ego .
Hec autē cum dixisset : vnus assi-
stēs ministrozū dedit alapani
iesu dicens . Sic respondes pon-
tifici ? Respōdit ei iesus . Si ma-
le locutus sum : testimoniū per-
hibe de malo . Si autē bene quid
me cedis ? Et misit eum annas li-
gatum : ad caypham pontificē .
Erat autem symon petrus stās
et calefaciens se . Dixerunt ergo
ei . Nunquid et tu ex discipulis
ei⁹ es ? Negauit ille : & dixit . Nō
sum . Dicit vnus ex seruis pon-
tificis cognatus eius cuius ab-
scidit petrus auriculam . Nōne
ego te vidi in orto cum illo ? Ite-
rum ergo negauit petrus : et sta-
tim gallus cantauit . Adducunt
ergo iesum ad caypham in pre-
torium . Erat autē mane . Et ipi
non introierūt in pretorium vt
non cōtaminarentur : sed man-
ducarēt pascha . Exiuit ergo py-
latus ad eos foras : & dixit . Quā
accusationem affertis aduersus
hominē hunc ? Responderūt et

Kurze vnterrichtung des Geometrischen grunds vnd fundamentis / der Perspectiua / von der verkürzung / abstelung oder verliering deren ding / so vns in mancherley distanz in das gesicht fallen mögen / mit sonderlicher erklerung der natur vnd eigenschafft / der streimen des gesichts / vnd was der gleichen von verenderung liechts vñ schattens sich in mancherley superficies nach Perspectiuischer art zutragen mag.

Der .I. theil des andern buchs der newen Perspectiua.



Derweil an disem ort vnser fürnemen der Perspectiua ein gerecht vnd ansehenden grund zusetzen / souil in diser kunst vnter andren vnter andren (als wir hernach anzeigen) nicht sein / vnd sitzung dester vnterrichtung vnd ein grund

in der selbigen kunst dem kunstreich gleichen kunstlichen werckmeister damit wo solchs bekant / wir den verstand der kunst der Perspectiua

Aber vor allen dingen wöllt ich mich entschuldigt haben / das ich nicht so geübt aller einfeltigst zu besserem

Dann der kunstreich alle materi mancherley setzen wöllten / ist von nicht scharpff vnd spizig die

Vermeinen auch begern erlangt / so wir die welche bisher von keinem in vnterrichtung gestelt / der schrifftliche vnterrichtung gestelt / der vnterrichtung / Aber doch von fleissigem vnterrichten mag / der halben wir vns entschuldigen vnd bekennen / dieses ort (wie gesagt) Mathematischer weis / sonder de vnterrichten / Bildhawern / Architecten / vnd allen der gleichen kunstlichen werckmeistern auff alle verstandigst handeln vnd fürschreiben wöllten.

Vnd für das erst soll man mercken was der punct sey / nemlichen ein zeichen wie auch droben gesagt / das seiner kleine halben weiter nit zertheilet oder zertren



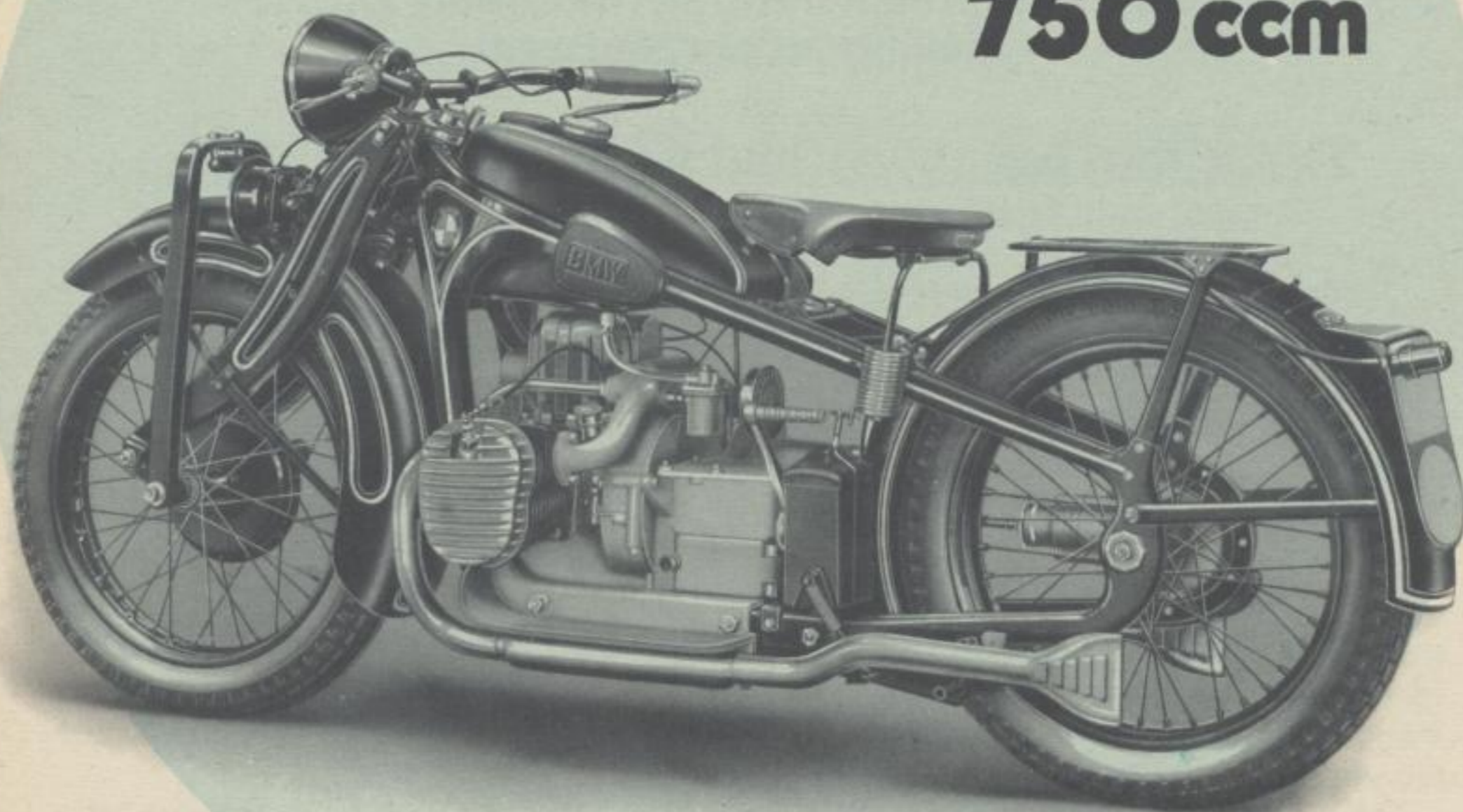
... als wir hernach anzeigen ... dinge von nöthigen vnterrichten ... was ... der ... reiben / ... und rech

... vns dieses Mathematisches vnterrichten auff den verstand zu bringen / die nützlich darvon vnterrichten vnd nit also

vnd hierin vnser tractiren werden / vnterrichten oder in schwer vnterrichten vnterrichten werden wir solchs nit haben die

R 11

750 ccm



Das BMW-Motorrad 10 Jahre voraus

Schon lange bevor die Allgemeinheit durch die großen Erfolge und die Weltrekorde auf die Überlegenheit der BMW-Motorräder aufmerksam wurde, genöß der Name BMW internationalen Ruf bei der Fachwelt und in Sportkreisen. Seit 10 Jahren bereits bauen die Bayerischen Motorenwerke ihre Räder nach Konstruktionsprinzipien, die bahnbrechend für den gesamten Motorenbau wurden. Auf Grund der langen Fabrikationspraxis ist BMW um zehn Jahre an Erfahrungen voraus.

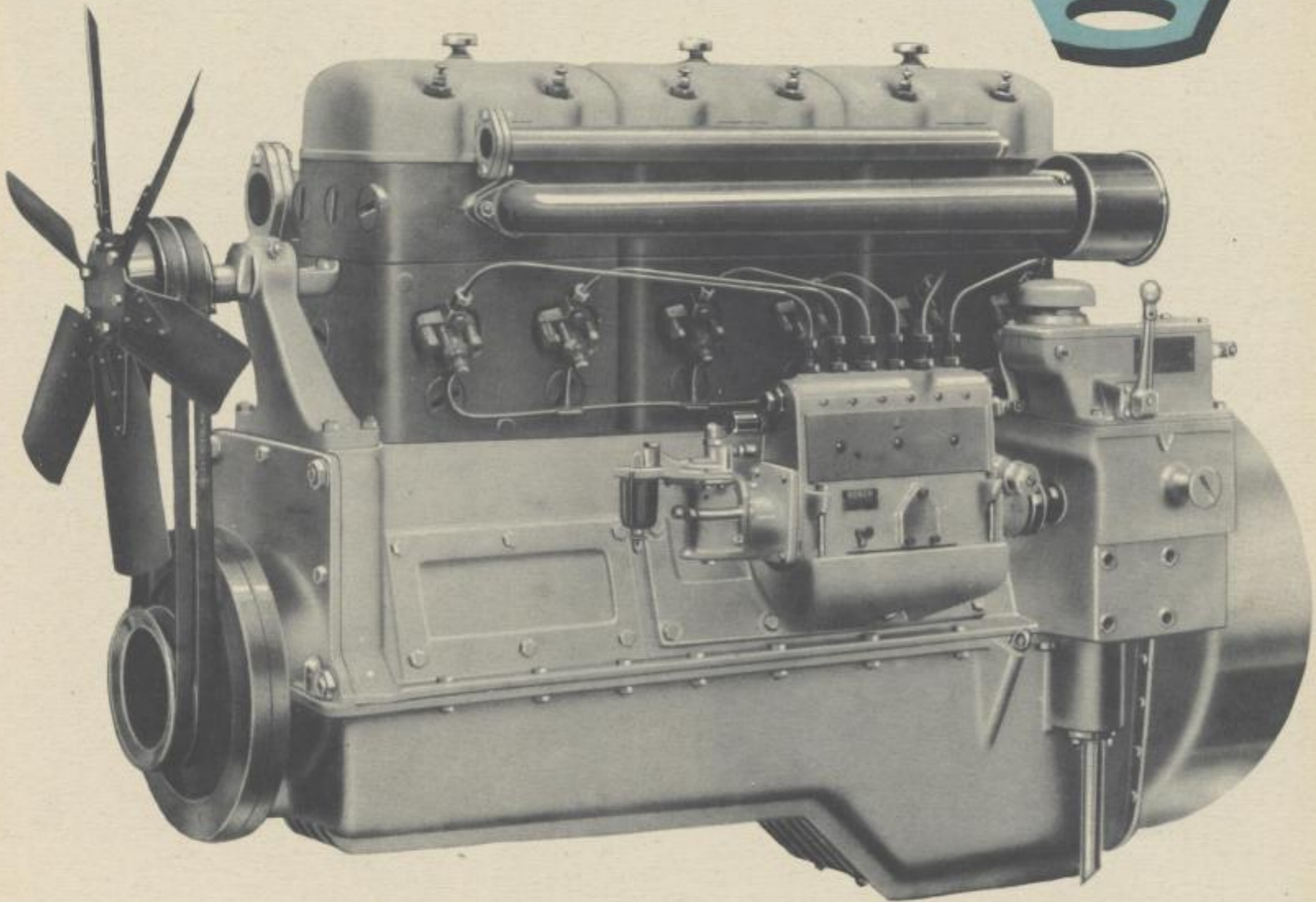


Franzis-Rollen-Offset für technische Werbung

G. Franz'sche Buchdruckerei G. Emil Mayer G.m.b.H., München, Luisenstr. 17

BMW-Modell R 11/750 ccm sparsam und zuverlässig

Schon die äußere Form verrät ihre unverwüsthliche Kraft - gebrauchte BMW-Maschinen stehen stets hoch im Kurs - und die gekapselte Bauweise mit Kardanwellenantrieb verbürgt Anspruchslosigkeit an Pflege. Sparsam im Verbrauch und zuverlässig, ist sie die gegebene Touren-Maschine für schweren Beiwagen-Betrieb und große Sololeistungen. Der Motor, ein stehender, obengesteuerter Einzylinder von etwa 12 PS Dauerleistung ist ein hervorragendes Beispiel vorbildlicher Präzisionsarbeit.



Was man vom Motor wissen sollte . . .

Vom Wirtschaftsmotor nämlich, der Werbung, die wichtig ist, wenn die Wirtschaft, diese Arbeitsmaschine von Riesenausmaß, nicht in Stockung geraten soll . . .

Werbung kann auf vielerlei Art betrieben werden. Am nettesten wäre es aber, und am bequemsten für uns, wenn die Leute zu uns kämen, damit wir ihnen die Ware zeigen und sie gebührend anpreisen könnten. Schon Mohamed aber ging zum Berg, als der nicht zu ihm kommen wollte. Auch der moderne Geschäftsmann bringt seinen Interessenten die Ware zur Ansicht ins Haus. Nicht nach Hausiererart, aufdringlich und mißtrauenerweckend. Als hübsches, gefälliges Bild vielmehr und mit der notwendigen Empfehlung.

Seit den Tagen, da wir am Boden krabbelnd das erste unzerreißbare Bilderbuch krähend durchforschten, fallen wir auf Bilder herein. Bilder machen neugierig; man beachtet sie und hegt den Wunsch mehr zu sehen. Gute Bildwerbung verstimmt nie und tut mit Sicherheit ihre Wirkung. Will man aber mit Bildern werben, dann muß man sie drucken lassen. Damit

beginnt die Schwierigkeit. Rollen-Offset ist ein vortreffliches Druckverfahren. Aber nicht immer werden wir Ihnen dazu raten. Manchmal ist Bogen-Offset geeigneter, ein andermal Tiefdruck oder Buchdruck. Vielerlei Erwägungen spielen dabei herein, und nur ein Verfahren kann jeweils das beste sein.

Also hat jedes Druckverfahren seine Nachteile?, hören wir Sie mißtrauisch fragen. Im Gegenteil! Jedes hat seine Vorzüge! Ein Nachteil entsteht höchstens dadurch, daß der Vorzug des einen beim andern nicht vorhanden ist.

Wir beraten Sie gern und gewissenhaft. Unsere Stärke ist, daß wir in jedem Falle das Beste für Sie empfehlen können, weil wir ja alle Druckverfahren selbst betreiben. Wir kennen die Vorzüge von Offset, Tiefdruck und Buchdruck, wir machen Sie aber auch auf die kleinen Schwächen aufmerksam, und wir setzen unser ganzes druckerisches Können ein, damit Ihre Werbung, wie jeder gute Motor, auch bei geringem Aufwand höchsten Wirkungsgrad erreicht.

Franzis-Druck für jede Werbung! G. Franz'sche Buchdruckerei G. Emil Mayer G. m. b. H., München, Luisenstr. 17



Die Pflicht ruft...

ins Büro, auf die Reise, zu langwierigen Verhandlungen. Unfreundliches Wetter, gelegentliche Indisposition, die ermüdende Länge anstrengender Arbeitstage, alles läßt sich leichter überwinden, wenn in der Arbeitspause die belebenden Eigenschaften des gewohnten warmen Getränkes ihre Wirkung tun. Tee, Kaffee, Kakao — alles bleibt in der Münchner Isolierflasche garantiert viele Stunden lang warm. Dabei ist die Münchner Isolierflasche ungewöhnlich haltbar und preiswert.

Münchner Isolierflaschen-Industrie
München NW

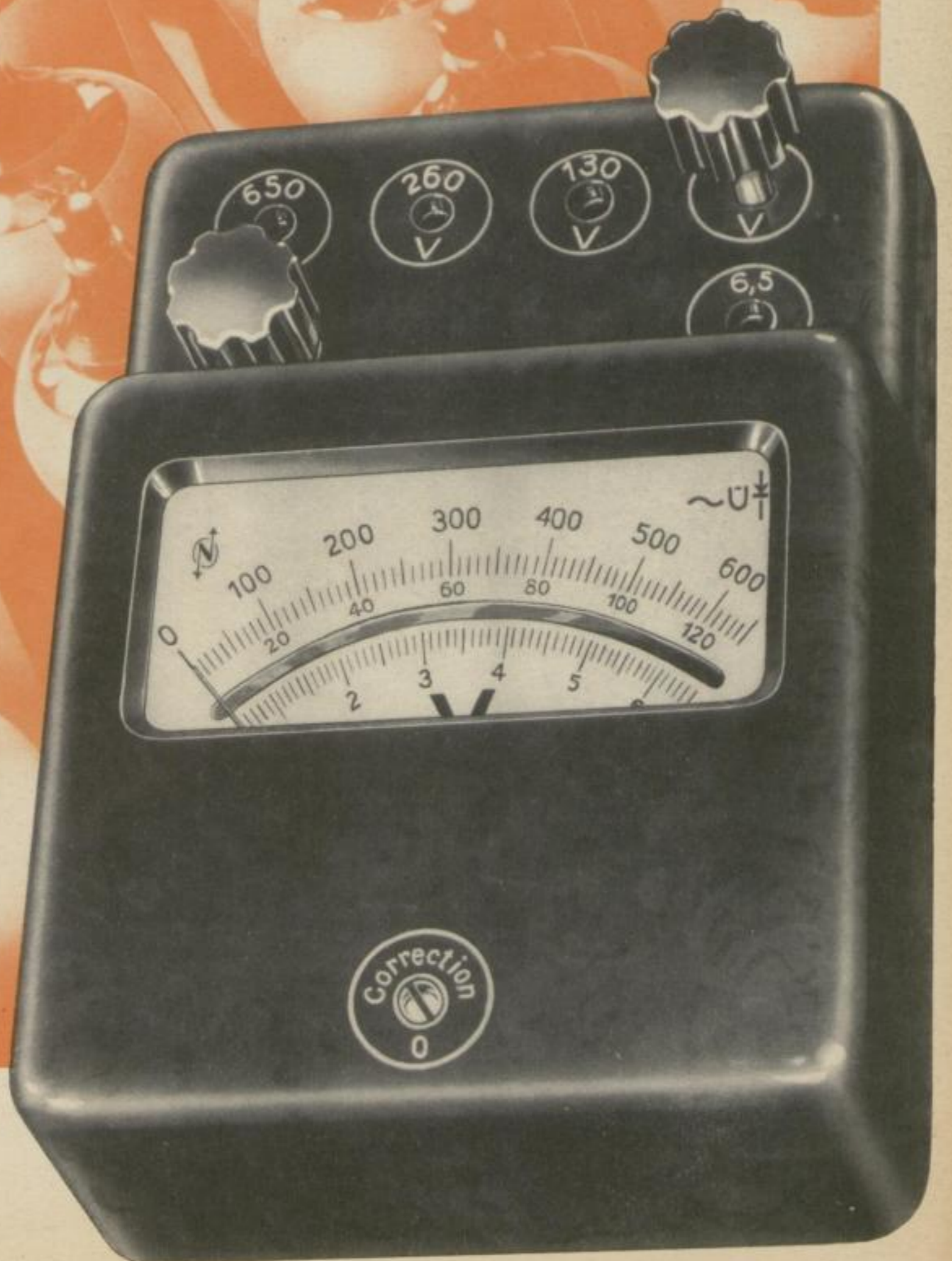
Franzis-Rollenoffset

G. Franz'sche Buchdruckerei G. Emil Meyer G. m. b. H.
München 2 NW, Lulsenstraße 17

Fabrik elektrischer Meßinstrumente

JOSEF NEUBERGER

München, Steinerstraße 16



Franzis-Rollenoffset

G. Franz'sche Buchdruckerei G. Emil Mayer G.m.b.H.
München, Luisenstraße 17

Die Frau in der Statistik

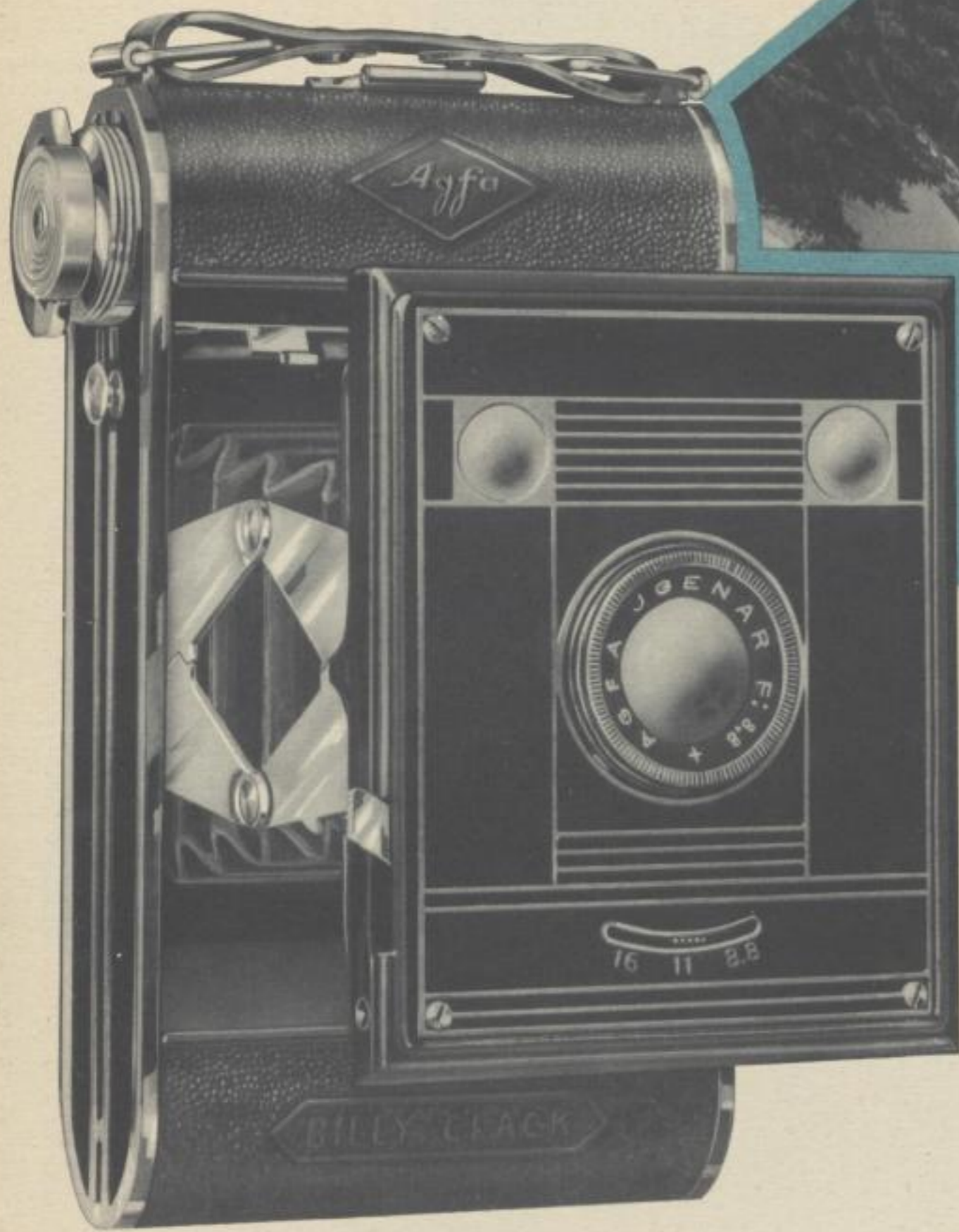
Förg

Magda Förg

Die Frau in der Statistik




Der Schutzumschlag in Franzis - Rollenoffset. G. Franz'sche Buchdruckerei G. Emil Mayer G.m.b.H., München



Schöne Bilder

durch rasche Schußbereitschaft und einfache Handhabung. Das ist der Grundsatz der

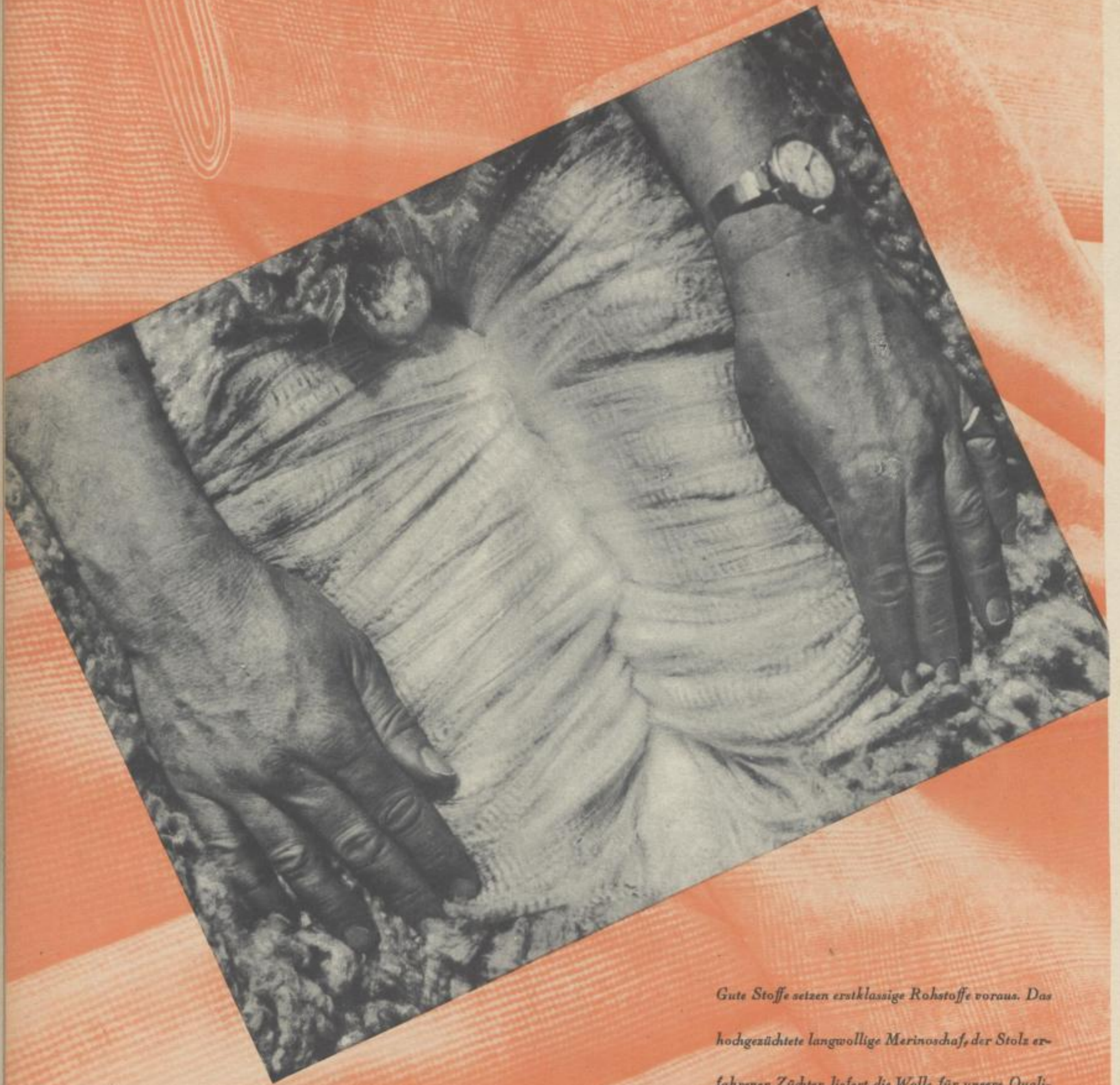
 **Billy-Clack**

Ein leichter Druck für die Gebrauchsstellung, eine kurze Bildkontrolle durch einen der beiden Brillantsucher, ein kurzes Schnappen der Auslösung — und wieder ist ein Bild als bleibende Erinnerung gelungen. Die Billy-Clack ist handlich und im Moment aufnahmefähig, dabei sicher und zuverlässig. Sie ist leicht aber stabil gebaut und formenschön im Äußeren. Wer sich nicht mit fotografischen Weisheiten beschweren will, aber Sinn für hübsche Motive und dankbare Augenblicksbilder hat, der greife zur Billy-Clack. Mit dem guten Agfa-Film hat er die Gewähr:

Jedes Bild ein Treffer!



Französischer Offsetdruck, das Druckverfahren für wirkungsvolle Massenwerbung
G. Franz'sche Buchdruckerei G. Emil Mayer G. m. b. H., München, Luisenstraße 17



Gute Stoffe setzen erstklassige Rohstoffe voraus. Das hochgezüchtete langwollige Merinoschaf, der Stolz erfahrener Züchter, liefert die Wolle für unsere Qualitätsstoffe. Moderne Lagerräume, eigene Kämmereien und die vortrefflich ausgestatteten Webereien gestatten uns dauernde Kontrolle vom Rohstoff bis zum Fertigfabrikat. Die Güte unserer Stoffe in allen Preislagen findet darin ihre Erklärung.



Münchner Textilwerke Obermenzing bei München



Das Porträt in Franzis-Rollenoffset

G. Franz'sche Buchdruckerei G. Emil Mayer G. m. b. H., München, Luisenstraße 17

Unser Heim

Zeitschrift der Öffentlichen Bausparkassen



4. Jahrgang, Heft 11

München

15. November 1934

Zeitschriften-Umschlag in Französe-Rollenoffsetdruck G. Franz'sche Buchdruckerei G. Emil Mayer G.m.b.H., München, Luffenstraße 17

Hania Luftbild, Abt. München, Nr. 3544 freigegeben O. R. L. M.

WER LIEFERT ENTWÜRFE?

You can
obtain
designs from?

Kurt Hilgcher

BERLIN-CHBG., KASTANIENALLEE 27 • TEL. J 9 - 1864

INDUSTRIE

FRANZ PEFFER
BERLIN-SCHÖNEBERG
EISENACHER STRASSE 60/61
FERNRUF: G1 STEPHAN 8616

LANDWIRTSCHAFT

SPORT

FIGUR u. SCHRIFT

E. RÖSSNER

für Plakat-Entwürfe

BERLIN-FRIEDENAU, SÜDWESTKORSO 1

FERNRUF:
RHEINGAU
H3 6994

Fritz Koch-Gotha

Berlin W 30, Luitpoldstr. 28 / B 5 Barbarossa 4393

FIGUR u. SCHRIFT

NATURALISTISCH

FRITZ RUDAT

BERLIN NW 21, WILHELMSHÄVENER STR. 43
FERNSPRECHER: C 5 HANSA 5204

*Drollige Zeichnungen von Kindern
aparte Packungen und Blumen, Märchenillustrationen*

- Wanda Lehre
- Berlin-Schöneberg, Eisenacher Straße 60-61, Tel. G 1 9830

E. P. Weise - Berlin-Dahlem



Breitenbachpl. 12 - H 9 4128

Wkraim

BERLIN-FRIEDENAU, STUBENRAUCHSTR. 12 • H 3, 0321

Schrift

H. NATER, OFFENBACH-M., WOLFRAMSTR. 18

W I E R T Z

BERLIN-CHBG. 4 • SYBELSTR. 9
FERNSPR.: C 1 STEINPLATZ 9696

Propaganda Stuttgart



Inserate • Plakate • Werbedrucksachen • Texte

WINKLER - LEERS

BERLIN-SCHÖNEBERG, HEWALDSTR. 2
STEFAN 6780

BDG **Karl Drinz** Berlin W30
Hohenstaufenstr. 9
Tel. B7-1244

NATURAL

FIGÜRLICHE

ENTWÜRFE

W. H. WITTIG
BERLIN W15
BREGENZER
STR. 5 • RUF
OLIVA 0206

WALTER RIEMER B D G

BERLIN-SCHÖNEBERG, MONUMENTENSTR. 39
TELEFON G 1 STEPHAN 1 6 1 3



Entwürfe nur auf Schoellershammer-Zeichenpapier

ALLEINIGE HERSTELLER: HEINR. AUG. SCHOELLER SÖHNE, DÜREN — LIEFERUNG DURCH DEN FACHHANDEL



WER LIEFERT ENTWÜRFE?

You can obtain designs from?

TEXTIL!

WOLF, BERLIN-BRITZ, MININGSTR. 52 FERNRUF: F0 6045

Webefachmann,
-Besatzes und
-Schiffstilles
Wigo
Weigand
Sannover
Steinlebe 4

ANZEIGEN-ETAT-VERWALTUNG lohnend durch
ANZEIGEN-MÜLLER BERLIN W 8
Friedrichstraße 182 • Büro für Reklame seit 1901
Anzeigen-Mittler für alle Blätter zu Originalpreisen und Rabatten • Mitarbeiter gesucht



GROSSMANN Hch. M.

Gebrauchsgraphiker B. d. G.

Erstklassige Ausführung sämtlicher gebrauchsgraphischen Arbeiten • Spezialist in Blumen

BERLIN-SCHMARGENDORF • BERKAER STR. 40 • TEL. H 9-5561

SYNDETIKON

dient nicht nur zum Kleben, Leimen, Kitten!

Flüssige Tusche gerinnt beim Verdünnen nicht, wenn Syndetikon beigemischt wird.

Mit Wasser gelöste Pulverfarben erhalten durch Zusatz von Syndetikon die nötige Festigkeit. Bronzepulver wird durch Syndetikon gut gebunden und läßt sich sogar pastos auftragen.



Hier fehlt das denkende Lineal...!
Dieses Wundergerät zaubert mikrogenaue Hilfslinien f. Schriftschreiber hervor, hilft in 100 Dingen! Nun könn. Sie links. Schriftschreiben und jeder Buchstabe sitzt. Das „denkende Lineal“, gen. Manormus, kost. 2.40 u. ist i. gut. Zeichenbedarfsgesch. erh.
Hersteller: Karl Castan, Pforzheim, S.

since 40 years always up to date
depuis 40 ans toujours marchant en tête
antesignana da 40 anni

ernst growald reklame

berlin-wilmersdorf, motzstraße 81. telefon h 7 8495

REKLAMEARTIKEL

Manufacture of
Advertisement

Papier-, Velour-, Karton-, Cellon- u. Holz-
in jeder Größe, Stärke und Farbe
MODELLE AUFSTELLPLAKATE WARENZEICHEN
GLÜCKAUF, BERLIN N 58, Pappelallee 3-4
(a. d. Hochbahn Danziger Straße) Tel.: D 5 Vineta 2513/2514

BUCHSTABEN

D. R. G. M.



Die wirksamen Werbehelfer

6 verschiedene Schriften aller Größen, Stärken u. Farben von

ARTHUR ROTHER • BERLIN C 2

Burgstraße 28

Verlangen Sie illustr. Prospekt

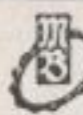
Abzieh-Plakate
Abschiebemarken
für Schaufenster- u. Verkehrs-Reklame
METHNER & BÜRGER
BERLIN SO 36 Köpenickerstr. 145/6
GEGR. 1912
Telef. FB Oberbaum 6251 u. 7411

FREI

Für Ausstellungen und Schaufenster:
Buchstaben-Mensler
Spezialfabrik für Papier-, Karton-, Velour-Buchstaben, Hohl- und Holzbuchstaben, Dekorations-Mittelstücke
6 Schriftarten • Alle Größen • Alle Farben
Berlin SW 29, Kottbusser Damm 70-71. F 2 Neukölln 5214 und 0333

Abzieh-Plakate
bombenfest
E. Wunderlich & Comp. A. G., Waldenburg - Altwasser, Schles.

RUDOLF MÜLLER
Berlin-Schöneberg • Naumannstraße 12
Telefon: G 1 Stephan 0874
Seit 1889 die Spezial-Kunstanstalt für
DIAPOSITIVE



Die Rahmenfabrik aller größeren Firmen

Rahmen-Bäbler

rahmt solid und preiswert

Massenrahmungen aller Art • Dresden-A.16, Blasewitzer Straße 72 • Fernruf 62.307 • Gegr. 1888



X

Printers and
Studios

DRUCKEREIEN UND KUNSTANSTALTEN

Wilhelm Falk & Co.
Dresden 19 Gegründet 1904

Hochgeprägte Reklame-Plakate • Kalenderrückwände
Spezialität: Wirkungsvolle Brillantschrift-Plakate

Vertreter an vielen Plätzen gesucht

Graphische Werkstätten
der Gesellschaft für Deutsche Wirtschaftspropaganda mbH.
Berlin SW 68, Wilhelmstr. 130-132 • Fernruf: A9 Blücher Sammler. 0345
Werke • Zeitschriften • Wirksame Werbedrucke

Plakatfabrik Laubegast
Max Fischer • Dresden-A. 44

Kartonplakate in plastischer Hochreliefprägung
Kalenderrückwände



W. GIRARDET · ESSEN


Tiefdruck u. Buchdruck
von Bogen und Rollen

Werben Sie in der Zeitschrift
DIE DRUCKEREI-PRAXIS
Verlangen Sie Angebot vom Verlag
Berlin S 42, Wassertorstraße 50

FREI

Immer Spamer-Drucke

SPAMER A.-G.
ABT. DRUCKEREI
LEIPZIG



TIEFDRUCK JEDER ART

BERLIN SW 68 • WILHELMSTR. 132 • FERNRUF: F 5, BERGMANN 2100

Arthur Kolbe GmbH., Kunstanstalt
für einfarbigen Lichtdruck und Farbenlichtdruck
DRESDEN - A. 19
Herstellung von Bildern, Plakaten, Prospekten

Krämerische Buchdruckerei
Feller & Steffen · Potsdam · Junferstr. 50 · Begr. 1722

7 Druck-, 2 Setzmaschinen. Eigene Buchbinderei

ZEITSCHRIFTEN WERKE WERBEDRUCKSACHEN

Ihr Entwurf gefällt mir sehr gut...
aber die Wiedergabe - wer garantiert dafür? 

WENDEN SIE SICH AN
OFFSETDRUCK · W. SCHÜTZE · POTSDAM 6580

Wie gestochen... 

welche Anerkennung liegt in diesen Worten. O ja, jeder weiß die Sauberkeit und handwerkliche Gediegenheit einer Drucksache in Stahlstich zu schätzen.

CURT SCHELLE Kunst-Präge-Anstalt
CURT SCHELLE · BERLIN-TICHPERFELDE · MARGARETENSTR. 19

WER BINDET BÜCHER?

Fritzsche-Ludwig R.-G.
Großbuchbinderei
Papierverarbeitung
BERLIN SW 68 · FRIEDRICHSTR 16

u.a. Filz-Mappen für alle Zwecke



Werbe- u. Gebrauchsgraphiker

als Studienrat und Abteilungsleiter der städtischen Handwerkerschule in Magdeburg gesucht.

Anstellung und Bezahlung erfolgt nach den ministeriellen Grundsätzen über die Anstellung und Berufung der künstlerischen Lehrpersonen an den nichtstaatlichen Handwerkerschulen. Unterrichtsfächer: Werbe- und Gebrauchsgraphik, Freihandzeichnen, Figürliches Zeichnen, Lithographie und Steingravur.

Bewerbungen von Graphikern, die ein Handwerk praktisch erlernt haben, über Erfahrung in Reproduktionstechniken und Bucheinbandentwürfen verfügen, sind mit lückenlosem Lebenslauf, Zeugnisabschriften, Lichtbild, Nachweis der arischen Abstammung und der politischen Zuverlässigkeit umgehend an den Unterzeichneten einzusenden. Probearbeiten sind an den Direktor der städtischen Handwerkerschule in Magdeburg, Brandenburger Str. 9, zu richten.

Magdeburg, den 21. Januar 1936.

Der Oberbürgermeister. Schulverwaltung.

Für die Werbeabteilung

eines bedeutenden Unternehmens der Nahrungs- und Genussmittelbranche wird zum baldigen Eintritt eine

JÜNGERE KRAFT

gesucht mit praktischer Vorbildung in Gebrauchsgraphik. Neben fachlicher Tätigkeit wird Gelegenheit geboten, auch das rein kaufmännische Aufgabengebiet der Werbung kennenzulernen. — Angebote unter Beifügung von Lebenslauf, Lichtbild, Zeugnisabschriften und Gehaltsansprüchen sowie einigen ausgeführten Musterarbeiten oder Werbeentwürfen bildlicher und textlicher Art unter K. N. 3037 an A L A - K Ö L N

Jüngerer Graphiker

— über dem Durchschnitt — gesucht

Erwartet wird: Beherrschung von Figur und Schrift, bisherige langjährige Tätigkeit in bekannten Ateliers, erwünscht sind praktische Kenntnisse der Photographie. Antritt spätestens 1. April 1936.

Geboten wird: Der Leistung entsprechenden Gehalt, angenehme Dauerstellung, vielseitige interessante Aufgaben • Bewerbungen mit lückenlosem Lebenslauf, Lichtbild, Zeugnisabschriften, Gehaltsansprüchen und eigenen Arbeiten (gedruckte)

Werbebüro C. A. Otto HAGER, Hannover, Fritz-Beindorff-Allee 14

Gebrauchsgraphiker

Vorbildung: 3 Jahre Meisterschule, 1½ Jahre Volontär in einer Druckerei, 4 Semester Staatschule München. Spezialarbeitsgebiet: Maschinentechn. Entwürfe u. Zeichnungen, Plakate, Prospekte, Schrift, Kleingraphik, Klischeezzeichnungen, Drucksachen, typographische Arbeiten, Linol- und Holzschnitt, Photographie

sucht feste Anstellung

(evtl. auch freie Mitarbeit) in einem größeren Betrieb. Bewerber ist 24 Jahre alt, hat in der Praxis bereits guten Erfolg und bittet nach Möglichkeit persönlich vorsprechen zu dürfen. Anforderungen von Arbeitsproben, Lebenslauf u. Lichtbild erbeten unt. Z 21 an „Gebrauchsgraphik“ Druck u. Verlag GmbH., Berlin SW 61

GRAPHIKER

27 Jahre alt, 10 Jahre praktisch tätig, vielseitig, mit besonderer Befähigung für figürliche Darstellungen in naturalistisch-zeichnerischer Technik, sucht Stellung oder freie Mitarbeit. Anfragen unter R 26 an die „Gebrauchsgraphik“, Druck und Verlag G. m. b. H., Berlin SW 61

JUNGER GEBRAUCHSGRAPHIKER

*vielseitig, geschmackvoll in seinen Arbeiten,
vertraut mit sämtlichen Druckverfahren,*

SUCHT STELLUNG

Angebote erbeten unter S.23 an „Gebrauchsgraphik“ Druck und Verlag • Berlin SW61

Junger Spezialist farbiger Figuren

*wünscht für
gelegentliche Arbeiten
vorgemerkt zu werden.
Mitarbeiter der I. G. Farben,
der Zigarettenbilder Industrie,
Lingener Werke Dresden und an-
derer Großfirmen. Angebote un-
ter B24 an die Gebrauchs-
graphik G. m. b. H.,
Berlin SW 61*

GRAPHIKER

ist frei
und sucht Mitarbeit oder feste Stellung,

flott in Figur, perfekt in Schrift und Industriewerbung, Photomontage, erfahren in Typographie und allen Druckarbeiten. Angebote unter Ziffer K. 25 an die „Gebrauchsgraphik“ G. m. b. H., Berlin SW 61

Schriftleiter: Prof. H. K. Frenzel, Berlin; verantwortlich für den Anzeigenteil: Geschäftsführer A. Engelbrecher, Berlin. Druck: Ullstein A.-G., Berlin SW 68, Verlag und Anzeigenannahme: „Gebrauchsgraphik“ Druck und Verlag G. m. b. H., Berlin SW 61. — DA. 5633 IV. Vj. Auflage der Februar-Nummer 6000. Pl. 4. Die Rücksendung von unverlangten Arbeiten kann nur bei Beifügung des Rückportos erfolgen.

LEIPZIGER CHROMO- UND
KUNSTDRUCK-PAPIERFABRIK

vormals

GUSTAV NAJORK

Aktiengesellschaft, Leipzig W 31

fertigt als Spezialitäten:

Chromopapiere	gestrich. Tiefdruck-
Chromokartons	papiere und -kartons
Kunstdruckpapiere	Faltschachtelkartons
Kunstdruckkartons	Spielkartenkartons
gestrichene Offset-	ziehfähige Kappen-
papiere und -kartons	schachtelkartons

*Verlangen Sie unsere
illustrierten Musterbücher*

Holzhaltig, zweiseitig gestrichener Umschlagkarton, Vorderseite doppelt gestrichen, 345-350 gr/qm, der Firma Leipziger Chromo- und Kunstdruckpapierfabrik vorm. Gustav Najork Aktiengesellschaft, Leipzig W 31.

FARBPHOTOSTUDIEN AUS DEM
ULLSTEIN FOTO-ATELIER
ULLSTEIN DRUCKEREI BERLIN
VIERFARBENDRUCK DES
ULLSTEIN DRUCKHAUSES BERLIN

