

Abschnitte der Firma. Verschiedene der gezeichneten Bildnisse prominenter Persönlichkeiten der B. L. G. verdienen als künstlerische Leistungen hervorgehoben zu werden. Das Werk ist in der Breilkopf-Fraktur auf Büttenpapier gedruckt.

Gesichertes Glück. Freude am Leben. Volksfürsorge Lebensversicherungs-A.G. Hamburg. Zwei Werbeschriften, wovon sich „Freude am Leben“ durch ein wirksames und gefälliges photographisches Titelbild auszeichnet. Das Umschlagbild für „Gesichertes Glück“ zeigt den Großvater im Lehnstuhl, den Krückstock im Arm, der eine Fuß des armen Alten ist umwickelt, er wird also wohl an der Gicht oder an einem andern schmerzhaften Gebrechen leiden. Wie ein Häufchen Unglück sitzt er vor dem kleinen Häuschen. Er kann einem ordentlich Leid tun. „Gesichertes Glück“ stellt sich mir jedenfalls ganz anders vor! Dazu kommt noch, daß sich die jugendliche Familie um den kranken Jammergreis gar nicht zu kümmern scheint. Vater, Mutter und Söhnchen sitzen auf der anderen Seite des Häuschens und freuen sich ihres Daseins.

Il risorgimento grafico. Anno XXXIII. Luglio 1936. Raffaello Bertieri Milano. Das umfangreiche Heft — es sind die Nummern 4, 5, 6 und 7 zusammengefaßt — enthält die Resultate eines Briefkopf-Wettbewerbs. Die preisgekrönten Akzidenzen sind in Originalgröße und in den Originalfarben veröffentlicht, die andern in einfarbiger, etwas verkleinerter Reproduktion. Es waren fünf verschiedene Aufgaben gestellt. Das Heft enthält auch die Ansichten der Preisrichter über die nichtprämierten Arbeiten. Fesselnd ist es, wenn auch etwas umständlich, die kritischen Äußerungen der Juroren mit den Arbeiten zu vergleichen. Jedenfalls finden wir es begrüßenswert, daß sich der Leser über die preisgekrönten und über die durchgefallenen Arbeiten wie auch über die kritischen Auslassungen der Preisrichter ein Urteil bilden kann. Unter den Akzidenzen, auch unter den nicht ausgezeichneten, befinden sich vorzügliche Leistungen. Auffallend ist, daß alle Preisträger Norditaliener sind. Die Namen der leerausgegangenen Teilnehmer des Wettbewerbs sind begreiflicherweise nicht genannt, die Arbeiten sind nur unter Kennwort veröffentlicht und kritisiert. — Haben sich Mittel- und Süditalien nicht an dem Wettbewerb beteiligt oder machen sie „il risorgimento grafico“ (das Wieder-aufblühen der Graphik) nicht mit? Tr. Sch.

Dr. - Ing. Werner Lindner: „Außenreklame“. Ein Wegweiser in Beispiel und Gegenbeispiel. Herausgegeben vom Deutschen Bund Heimatschutz, Berlin, Verlag Alfred Metzner, 115 Seiten. Über die Notwendigkeit, das Landschaftsbild vor Auswüchsen der Reklame zu schützen, besteht heute wohl auch in den Kreisen der Werbung nirgends mehr ein Zweifel, denn Werbung am falschen Platz ist geschmacklos, und geschmacklose Werbung wirbt nicht, sondern bewirkt das Gegenteil. Dennoch erfordert die Wirtschaft die Außenreklame. Wie sie sich sehr oft durchaus dem Stadt- und Landschaftsbild einpassen läßt, das versucht die Schrift Lindners an Beispiel und Gegenbeispiel auf 64 Bildseiten mit 350 Abbildungen zu zeigen, deren Format leider allzusehr klein geraten ist. Der Text erläutert und versucht, aus den Bedingungen der Werbung wie der Denkmalspflege und des Heimat-

schutzes heraus zum Wohle beider die scheinbar so unversöhnlichen Ansprüche miteinander auszugleichen, abseits all der vielen, das einschlägige Gebiet regelnden Gesetze, Satzungen, Verbote, Bestimmungen und regulierenden Behörden, mit denen allein, wie der Verfasser sagt, Kultur schließlich nicht gemacht werden kann.

Mecklenburg, das norddeutsche Reiseziel. Sonderausgabe des Niederdeutschen Beobachters, Schwerin. Eine Werbeschrift im Folioformat für einen der schönsten norddeutschen Landstriche. Und mehr als eine Werbeschrift: ein Rundblick über Städte von alter echter deutscher Kultur, über Wälder, Seen und Hügel, Schlösser und Türme, Kirchen und Klöster, Strand und Meer, über ein kulturell und landschaftlich gesegnetes und noch zu wenig bekanntes Land und seine Menschen. Auswahl und Anordnung einer Fülle von Fotos sind vorbildlich, und der Verlag kann überzeugt sein, daß die Werbeschrift ihren Zweck erfüllt, denn jeder wird sie gerne durchsehen und aufbewahren, und viele werden ihrem lockenden Ruf folgen.

„Deutschland“ — Monatsschrift. Herausgegeben vom Reichsausschuß für Fremdenverkehr, Berlin, Verkehrsverlag Deutschland. Die Monatshefte folgen getreulich der einmal eingeschlagenen Linie. In ausgezeichneten Fotografien zeigen sie deutsche Reisewege und deutsches kulturelles Schaffen. Hervorragend waren vor allem die beiden Olympiahefte des Sommers: „Was bietet Deutschland?“ und „Wohin nach den Olympischen Spielen?“ Das Oktoberheft bringt namentlich Beiträge zu den Themen „Wein“ und „Bier“. — Erfreulich ist, daß der Verlag seit einiger Zeit den Verkaufspreis der Hefte auf die Hälfte (0,50 RM) gesenkt hat, weniger erfreulich, daß er noch immer nicht genügend Graphiker zur Mitarbeit heranzieht und die Arbeit in der Hauptsache den Fotografen überläßt. Dr. W. P.