

# GEBRAUCHSGRAPHIK

INTERNATIONAL ADVERTISING ART

HERAUSGEBER: PROF. H. K. FRENZEL, EDITOR



APRIL 1937

Frenzel & Engelbrecher „Gebrauchsgraphik“ Verlag, Berlin SW 68, Wilhelmstraße 168. Alleinvertreter für die Vereinigten Staaten von Nordamerika und Kanada: The Book Service Company, 15 East 40th Street, New York City, USA. Sole Representatives for the United States of America and Canada

Leipziger Chromo- und  
Kunstdruck-Papierfabrik

vormals

# GUSTAV NAJORK

Aktiengesellschaft, Leipzig W 31

fertigt als Spezialitäten:

**Chromopapiere**

**Chromokartons**

**Kunstdruckpapiere**

**Kunstdruckkartons**

**gestrichene Offset-  
papiere und -kartons**

**Chromolöschkartons**

**gestrichene Tiefdruck-  
papiere und -kartons**

**Faltschachtelkartons**

**Spielkartenkartons**

**ziehfähige Kappen-  
schachtelkartons**

**Plakatkartons**

**Serienbilderkartons**



Verlangen Sie  
unsere illustrierten Musterbücher

Zweiseitig gestrichener Umschlagkarton, 350 g/qm, der Leipziger Chromo- und  
Kunstdruck-Papierfabrik vorm. Gustav Najork Aktiengesellschaft, Leipzig W 31  
Druck des Umschlages: Wilhelm Wagner, Berlin S 42, Brandenburgstraße 72/73



# Weiß-Gotisch

---

## Gotische Schrift hat Charakter

Kräftige, lebensvolle Willkür ist hier durch ein strenges Formgesetz gebändigt. Knisternd reckt und streckt sich das festgeschlossene Gitterwerk, und in prächtigen Großbuchstaben entlädt sich die Spannung der Formen. Die ganze kräftige Eigenart dieser unvergänglichen nordischen Schriftgattung ist mit der von Professor E. R. Weiß entworfenen gotischen Schrift in neuer Schönheit entstanden

Bauersche Gießerei · Frankfurt am Main

# Steiniger



**Vielseitigkeit** – ein Wort, das unser Schaffen kennzeichnet, ein Merkmal unserer Produktion, ein Sammelbegriff für unsere technischen Einrichtungen.

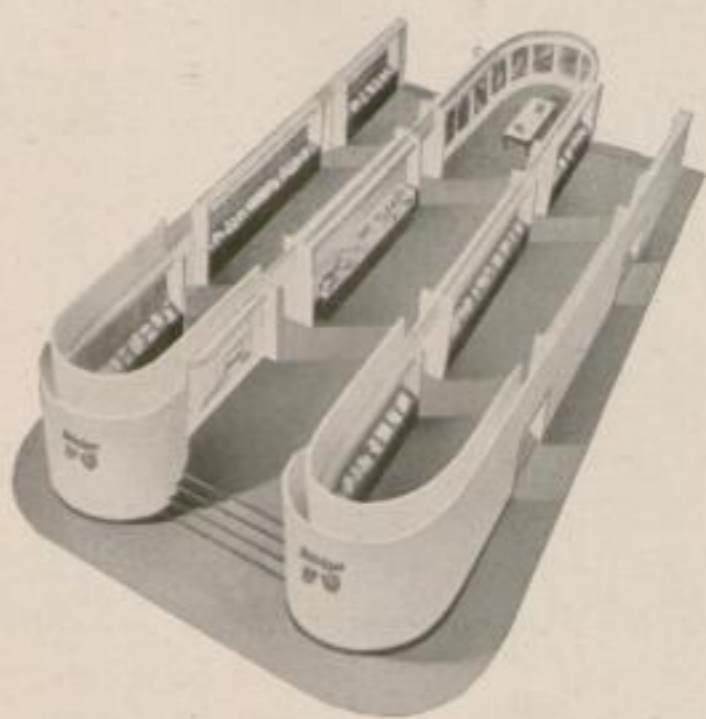
Unser Arbeitsgebiet umfaßt alle Zweige graphischen Schaffens: Werbedrucke vom einfachen Prospekt bis zum künstlerischen Bildplakat, Geschäftsdrucksachen, Behördenvordrucke, Wertpapiere, Broschüren, Bücher, Verlagswerke größten Umfangs, Tageszeitungen, Zeitschriften.

Umfangreiche Betriebsanlagen für Bogen- und Rotationsdruck im Buchdruck-, Offsetdruck- und Tiefdruckverfahren, Abteilungen für Photolithographie, Chemigraphie, Galvanoplastik, Stereotypie und eine eigene Großbuchbinderei bilden die Grundlage für große Leistungen.


Die Erfahrungen und das Können einer Gefolgschaft von rund 1000 Mitarbeitern bürgen für die vorbildliche, immer gleichbleibende Qualität unserer Erzeugnisse.

## ERNST STEINIGER DRUCK- UND VERLAGSANSTALT

BERLIN SW 19 BEUTHSTRASSE 6-8 FERNRUF 16 55 01



Unser Werberaum auf der Ausstellung »Gibt mir vier Jahre Zeit« zeigt Ihnen unsere Leistungen und vermittelt interessante Einblicke in die Arbeitsstätten unseres Betriebes.



*In der  
vollendeten  
Wiedergabe*

enthüllen sich erst die letzten Schönheiten des Meisterwerkes. Es verlangt Einfühlungsvermögen und den inneren Kontakt zu den Gedanken des Künstlers. Eine restlose Beherrschung der technischen Mittel ist Voraussetzung. Sie ist ebenso selbstverständlich, wenn es darum geht, einen wertvollen Entwurf zu reproduzieren. Aber erst wenn das in langer Praxis gewonnene Gefühl für die Sprache des Malers mit den Mitteln neuzeitlicher Technik zusammenklingt, ergibt sich die Harmonie, welche die

**WENAU-PRIMISSIMA-  
DRUCKE**

auszeichnet. Erst in der vollendeten Wiedergabe des Originals werden die Möglichkeiten in der Wirkung restlos ausgeschöpft.

Daher heißt:

**Mehr und besser werben -  
mit Wenau-Drucken werben!**

**WEZEL & NAUMANN A.-G. LEIPZIG**

In Hamburg werben!  
heißt wirksam werben!

Fragen Sie  
**HOENICKE & KYPKE · HAMBURG 1**

STRICHÄTZUNGEN/AUTOTYPIEN

**KLISCHEES**  
jeder Technik

A 6 Merkur  
2853

**CARL TRANQUILLINI**  
Berlin · SW19 · Wallstr. 16

GALVANOS / STEREOS / MATERN



**Aluminium-  
Druckplatten**

blank und gekörnt

liefern aus eigenen Walzwerken

Vereinigte Deutsche Metallwerke A. G.

Zweigniederlassung Köln-Ehrenfeld



**Zink-Druck-  
Zink-Ätz-Platten**

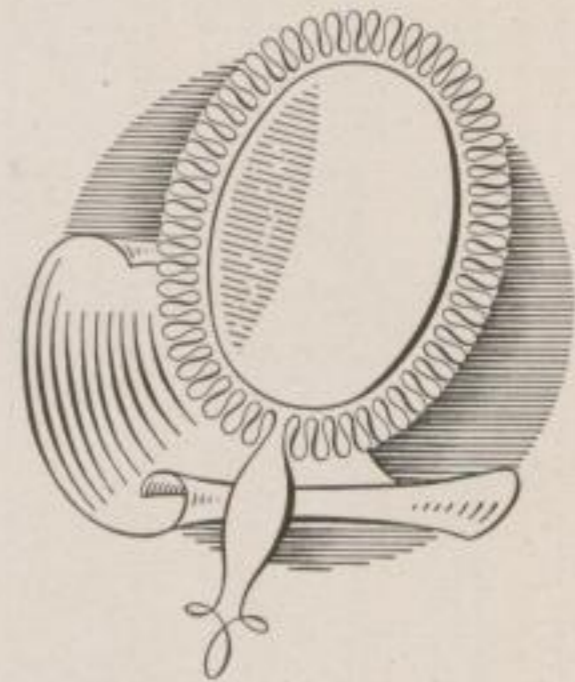
liefern aus eigenen Walzwerken

Vereinigte Deutsche Metallwerke A. G.

Zweigniederlassung Köln-Ehrenfeld

*Drucksachen  
sind ein Spiegel*

Ihrer Firma, Ihrer Leistung, Ihres Könnens. Und das ist sicher: verwenden Sie in Ihren Drucken eine flüssige, lebendige Schrift, verwenden Sie die **Arkona**, dann geben Sie nicht nur Ihren Arbeiten den rechten Schmiß und stellen Ihre Kundschaft zufrieden, sondern zeigen nach außen ein junges, tatkräftiges Gesicht, das Vertrauen erweckt. Und Vertrauen ist die Grundlage des geschäftlichen Lebens.



**GENZSCH & HEYSE SCHRIFTGIESSEREI AG HAMBURG**

# *Allegro*

Verlangen Sie bitte die Proben!

*die neue lebendige Werbeschrift  
von vielseitigster Verwendbarkeit  
und überzeugendem Ausdruck*

## *Ludwig & Mayer*

*Schriftgießerei · Frankfurt am Main*

Dez  
bewährte  
Mittler

Anzeigen  
Bogenanschlag  
Verkehrswerbung  
Werbeberatung

J. Albachazy Nachf.  
G. m. b. H.

BERLIN W 35, POTSDAMER STR. 122 · FERNSPR.: B 2 LUTZOW 2727 · SAMMEL-NR.: B 2 LUTZOW 9001

Gebrauchs  
Graphiker

Hamburg 13  
Bundesstr. 21  
Ruf: 44 69 78

Entwerfer, Marken u. Firmenzeichen aller Branchen für In- und Ausland.

**MAY & SPIESS**  
DÜREN IM RHEINLAND

**Die Spezialisten**  
für **echte** Büttel-Werkdruckpapiere und  
-Kartons, antike Werkdruckpapiere und  
alle Papiere für besondere Zwecke

Die Feinheiten der Pflanze  
und die  
Schönheit der Farbtöne  
eine Groß-Leistung in  
der Autotypie-Technik.

**Carl Schütte & C. Behling**  
BERLIN SW. 68 RITTER STR. 46/47.  
RUF: A7. 0155 / 0156



# LINOTYPE

zugleich das Wertzeichen für alle Schriften,  
die wir für die Linotype übernommen haben.



Linotype-Original-Wallau

Linotype-Deutsche-Werkschrift

Linotype-Roch-Fraktur

**Linotype-Deutsche-Anzeigerschrift**

Linotype-Excelsior

Linotype-Toscana

Linotype-Original-Baskerville

Linotype-Memphis

Linotype-Welt-Antiqua

Linotype-Erbar-Grotesk

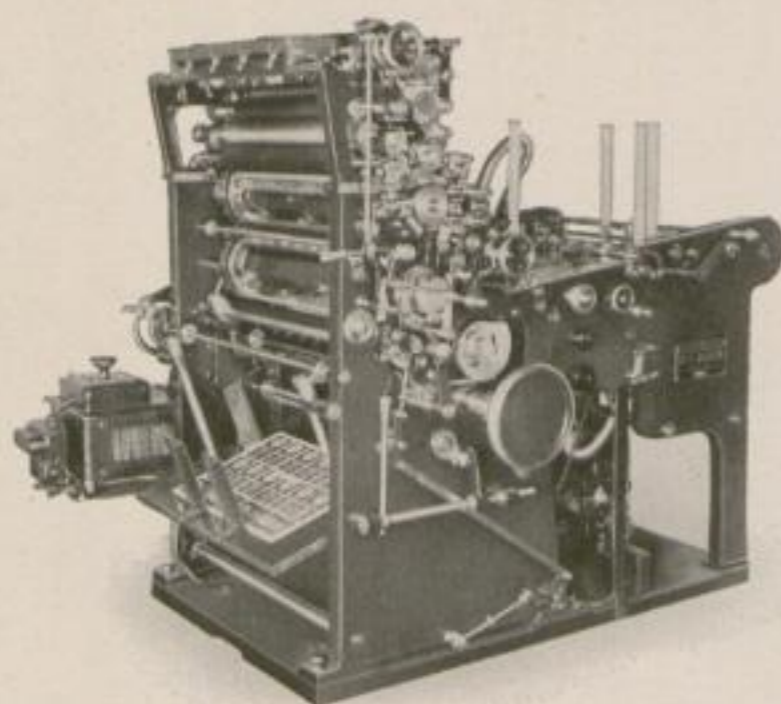


Es sind darunter nicht nur typische Vertreter  
der verschiedenen Geschmacksrichtungen, die  
Linotype-Schriften sind auch so gut durch-  
gearbeitet und so vollendet ausgeglichen, daß  
mit ihnen auf der Linotype ein hochwertiger  
Satz hergestellt werden kann. So ist der Satz  
auf der Linotype

## QUALITÄTSSATZ

Mergenthaler Setzmaschinen-Fabrik G.m.b.H.  
Berlin N 4





# O F A X

die neue moderne

## HOCHLEISTUNGS- OFFSETPRESSE

Papierformat 36x53 cm

### Wilh. Quester · Köln-Sülz 52

Maschinenfabrik, gegründet 1854

# Jeder Aufgabe gewachsen

## Meyer



ist der Lichtbildner, der seine Kamera mit

## SATZ-PLASMAT

PATENT DR. RUDOLPH

ausgerüstet hat. Er weiß die dem Plasmaten eigene unvergleichliche **Plastik** und **Raumwirkung** zu schätzen und hat immer drei verschiedene Brennweiten in diesem einen Objektiv zur Verfügung

KATALOG NR 207 KOSTENLOS

**GESAMT-OBJEKTIV 1:4,5F=15,3 cm**

**VORDERE PLASMAT LINSE 1:11F=32 cm**

**HINTERE PLASMAT LINSE 1:8F=22 cm**

OPTISCHE U. FEINMECHANISCHE WERKE

**HUGO MEYER & GÖRLITZ** Jchl.

H. Meyer

**S P R I O**  
**SPRITZAPPARATE**



*Für feinste Retusche,  
 Malerei, Lackierung*

zur Herstellung von Entwürfen, Zeichnungen, Plakaten usw. **unentbehrlich!**  
 Hand-, Kohlensäure-, Lichtleitungs- und Kraftbetriebsanlagen

**A. KRAUTZBERGER & Co.,**  
 G. m. b. H., Holzhausen 570 b. Leipzig

*Größte Spezialfabrik des Kontinents.*

**MESSE-  
 BAUTEN**



Seit 1890

BERLIN W 35  
 Lützowstr. 95  
 S.-Nr. B2 1996/97

Atelier und Werkstätten mit modernsten techn. Einrichtungen

**Emil Minuth & Co., Berlin W**



**WERBA**  
 DIE PLAKATFARBE  
 IN DER VOLLENDUNG

*Deckt in einem Strich  
 Kein Durchschlagen  
 LICHTBESTÄNDIG*



Kostenlose Proben auf Wunsch



**WERBE-  
 KLISCHEE**

**Hans-Edmund  
 Nikolajewski**

BERLIN S 42 · WASSERTORSTR. 50  
 F 1 · 2486

*D. S. SOEDELKER*

# Verkaufs- förderung

Das ist das Wort! . . . Der Umsatz soll sich vergrößern . . . Sie wollen ein neues Erzeugnis einführen . . . ein eingeführtes noch begehrt machen . . . Das kann L. Fritz Gruber! Mustermappen und „unverbindliche Vorschläge“ verschickt er nicht . . . Aber eigene Büros in Köln und London . . . Auslandserfahrung . . . ungewöhnlich gute deutsche Werbung . . . Exportpropaganda-Erfolge . . . neue Verkaufsideen . . . kurz, all dies, nämlich „Das Büro für Verkaufsförderung“, Köln, Aachener Straße 82, steht zu Ihrer Verfügung und:

*L. Fritz Gruber*

**Stärkste Eindrücke  
in Zeitung und  
Werbung mit der  
fetten Gotenburg**

♣ Geschnitten nach Entwürfen von Friedrich Heinrichsen, Hannover

Schriftgießerei und Messinglinienfabrik D. Stempel AG / Frankfurt a. M.

## 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

H E R R M A N N N E I S C H & C O . / D R E S D E N - N . 6

*Gute Klischees*

IN ALLEN AUSFÜHRUNGEN FÜR ALLE ZWECKE LIEFERT

FISCHER & SCHMIDT CHEMIGRAPH. KUNSTANSTALT WUPPERTAL-BARMEN

## Wirkungsvolle Prospekte!

	5000	10000	20000	50000	100000
Din A 6	2.75	1.75	1.50	1.25	1.—
Din A 5	4.—	2.50	2.—	1.75	1.50
Din A 4	6.—	4.—	3.50	3.—	2.50

Preise pro 1000 mit Druck nach Ihren Wünschen.

**Tüchtige Fachkräfte** arbeiten mit der ganzen Sorgfalt und Liebe zu ihrem schönen Druckerberuf.

**Ihr Vorteil** liegt in den sehr günstigen Preisen, wie sie klug und sparsam rechnende Geschäftsleute dankbar genießen.

Ausführliche Preislisten über Post- und Bahnformulare Durchschreibebücher und Geschäftsdrucksachen gratis.

OTTO HEINZ HENNIG · BERLIN W35/M.

## Werbewirtschaft und Werbegestaltung

von HANNES W. BROSE

Mit einem Vorwort von Prof. Dr. W. Vershofen  
Leiter des Instituts für Wirtschaftsbeobachtung der deutschen Fertigware

Preis RM 3.60

Ausführlicher Prospekt kostenlos

Deutscher Betriebswirte - Verlag G. m. b. H.  
Berlin W 15, Lietzenburger Straße 48

*Rutkennfotos*

Schicken Sie mir Ihre Filme, Platten, Fotos oder Retuschen

*Fotowerbung*

kosten:	50	100	500	1000
9×14 cm	4.—	5.—	20.—	36.—
13×18 cm	7.—	10.60	43.75	78.—
18×24 cm	15.—	24.—	90.—	150.—

Jedes kleinere oder größere Format kann geliefert werden.  
Muster und Liste kosten nichts.

*fotoschmelze*  
HANNOVER · 1

## ROBERT ULTZEN

CHEMIGRAPHISCHE KUNSTANSTALT  
STRICH-, AUTOTYPIE-, MEHRFARBENÄTZUNG  
BERLIN SO 16 \* WUSTERHAUSENER STRASSE 15  
FERNRUF: SAMMELNUMMER F 7 JANNOWITZ 6256

Erste Deutsche Vergrößerungs-Anstalt

## R. KLITSCHER & CO

Groß-Photos für Industrie-Reklame  
BERLIN SO 16 \* WUSTERHAUSENER STRASSE 15  
FERNRUF: F 7 JANNOWITZ 6256

Für feine Druckerarbeiten wird man nur

# gestrichene Papiere und gestrichene Kartons

verwenden, denn nur diese verleihen den Drucksachen  
besonders schönes Aussehen

Wählen Sie die Erzeugnisse der

Dresdner Chromo- & Kunstdruck-Papierfabrik

**Krause & Baumann, Aktiengesellschaft**

Heidenau, Bezirk Dresden

**Büchdruck**

**TIEFDRUCK**

*Klischees*



**WALTER GRÜTZMACHER**

BERLIN SW 68 · HOLLMANNSTR. 17 · FERNRUF: A 7 DÖNHÖFF 5916

A7 Dönhoff  
5916

PALM

*An obvious*  
**ADVANTAGE**  
*to every*

advertising agency, printer, process engraver,  
artist, material and paper maker, printing  
ink and machinery manufacturer, news-  
paper and other advertising medium is:—  
having the unique opportunity of getting  
every type of prospective client and buyer  
interested in his goods or services. Well,  
anyone concerned with marketing—adver-  
tising managers, art and production direc-  
tors, commercial artists, printers, designers,  
publicity agents and consultants—considers

*Gebrauchsgraphik*

*the* foremost guide in matters relating to  
modern marketing.—This magazine's far  
reaching circulation especially in the United  
Kingdom and all over the world . . . its long  
established reputation . . . and the variety of its  
large number of regular subscribers (and addi-  
tional readers) make it the advertising medium  
per excellence for YOU too! Therefore exploit its  
potentialities as a business getting medium—  
show YOUR work, YOUR reputation. The  
rates are very reasonable. Any particulars by

*L. Fritz Gruber*

at "Gebrauchsgraphik"-Office for the British Empire (excl. Canada) K. W. Frerk-International Publications, Bangalore House,  
1, Newton Street, LONDON, W. C. 2. Telephone: Holborn 1983

BY THE WAY: Are YOU a regular reader of "Gebrauchsgraphik"? If not you should at once subscribe to this abundant source  
of ideas and inspiration, because it is cheaper that way and ensures your getting a copy every month. The demand is so great  
that issues are quickly sold out. For subscription particulars apply to the Sole-Distributor Mr. K. W. Frerk, at above address.

# PALATIA

BOGEN-TIEFDRUCKMASCHINE

**einzig und  
unerreicht**

... schon seit ihrem Erscheinen ist sie die Konstruktion, welche die Bauweise der Konstrukteure vieler Länder maßgeblich beeinflusste. -

Der beste Beweis dafür ist, daß die „PALATIA“ heute von Firmen des In- und Auslandes nachgebaut wird und daß die Grundzüge ihrer Bauweise oft deutlich nachgebildet werden.

In der Konstruktion der Frankenthaler „ORIGINAL-PALATIA“ ist eine nahezu 30jährige Erfahrung im Bau von Tiefdruckmaschinen verkörpert. - Ihre besonderen Vorzüge sind durch zahlreiche In- und Auslandspatente geschützt und deshalb ist und bleibt die „PALATIA“ einzigartig und unerreicht.

*Diese „Original-Palatia“ zeigen wir vom 30. 4. bis 20. 6. 1937 auf der Ausstellung „Gebt mir 4 Jahre Zeit“ in Halle 7*



SCHNELLPRESSENFABRIK  
**FRANKENTHAL**  
ALBERT & CIE. · G.M.B.H. · FRANKENTHAL · PFALZ

ARNAUD

*Die Handschrift  
des Künstlers*  
IN ALLEN TECHNIKEN  
ORIGINALGETREU IM  
HEUSSLER KLISCHEE  
**heussler**  
& Co G.m.b.H.  
Chemigraphische Kunstanstalt  
Berlin, G.W. 68 Kochstr. 5  
Tel.: A 9 Blücher 1644



Größte deutsche  
Spezialfabrik für  
Figuren.

## Schaufenster -Figuren

**Dekorations-Artikel**  
führend und tonangebend

## Schaufenster kunst

G. m. b. H.

Berlin SW 19, Beuthstraße 4/5

Tausende verwenden zur Anfertigung von wirkungsvollen Blickfang-Plakaten unser  
**KW-Episkop**  
Preis von RM. 21,- an

Prospekt K.Y. kostenlos  
**KAMERA WERKSTÄTTEN**  
GUTHE & THORSCH · DRESDEN-A · Bärenstr. 496

# REKLAMEARTIKEL

Manufacture of  
Advertisement

**Foto-**  
**Großauflagen**

PREISLISTE UND MUSTER AUF ANFRAGE



**FRITZ BRIEKE**  
**FRANKFURT A. MAIN**  
KAISERSTR. 38 - FERNRUF: 33332  
VERGRÖßERUNGEN - DIAPOSITIVE

Papier-, Velour-, Kar-  
ton-, Cellon- u. Holz-  
In jeder Größe, Stärke und Farbe  
MODELE 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.

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

Die wirkungsvollste  
Die überzeugendste **REKLAME**  
**DAS GROSS-PHOTO**

Fernspr. 67 38 64 für jeden Bedarf, nach Ihren Originalen  
Gegründet 1895 **EDUARD BLUM, BERLIN SW, WALLSTR. 31**

**Abzieh-Plakate**  
Abziehbilder  
für Schaufenster- u.  
Verkehrs-Reklame  
**METHNER & BÜRGER**  
BERLIN SO 36 Köpenickerstr. 145/6



Jüttner  
Abzieh-Plakate  
»Dickhäuter«

**Buchstaben u. Schriftzüge** | **Zelluloid-Schriftzüge**  
aus Papier, Karton und | bis zu den kleinsten Aus-  
als plastische Hohlkörper | maßen und Firmenzeichen

**ALBERT OESTERREICHER · LEIPZIG C 1**  
SPEZIALFABRIK FÜR WERBEARTIKEL-DRUCKEREI

**E-K-Platten**

zur Gestaltung des Schaufensters, 300 x 150 cm, ca. 2,5-7,5 mm stark

**E-K-Spannpappe**

eins. weiß, eins. braun, ca. 1,6 mm stark, in Rollen: 3 m breit, 25 m lang

E. Kohlschein, Süchteln/Rhd., E-K-Plattenfabrik, F.: Viersen 2422

**Wendler**  
WERBE-WERKSTÄTTEN

Berlin SW 19, Scharrenstr. 11-13  
FERNRUF: 511116

Der gern beauftragte Lieferant für  
Schaufensterrückwände · Plakate  
Dekorationsstücke · Preisschilder  
Beste Referenzen, Anfr. erbeten

**REKLAME-ARTIKEL**

Brief- und Notizbuchtaschen, Telefonregister, Zigarren-  
und Zigarettenaschen, Tresors, Uhren-Etuis usw.  
Spezial-Anfertigungen nach besonderen Wünschen  
Fabrikant: **CARL KESSNER, Berlin S 42, Moritzstr. 5**

**Abzieh-Plakate**

»bombenfest«

E. Wunderlich & Comp. A. G., Woldenburg · Altwasser, Schles.

**LÜDERITZ & BAUER**

AKTIENGESELLSCHAFT FÜR BUCHGEWERBE

BERLIN SW 68 WILHELMSTR. 118 BUCHGEWERBEHAUS  
SAMMEL-NUMMER A 9 6361 · ABT. WERBEARTIKEL

**Taschen - Notizkalender**  
**Leder-Werbe-Geschenke**

**Zucker & Co. A. G., Erlangen**

Großbuchbindererlei - Feine Lederwaren - Geschenkartikel -  
Taschen- und Portemannaie-Kalender in allen Ausführungen, feine  
Werbegeschenke, wie Telefonbücher - Zettelmäpchen - Blocks.  
Vertr. Berlin: Martin Hahn, Berlin SW 68, Ritterstraße 77/78



**RUDOLF MÜLLER**

Berlin-Schöneberg · Naumannstraße 12

Telefon: G 1 Stephan 0874

Seit 1889 die Spezial-Kunstanstalt für

**DIAPOSITIVE**

**Schriftzüge aus verchromtem Zink**  
wetterfest an Schaufenster anzukleben.  
Das zeitgemäße u. wirkungsvolle  
Werbemittel für Markenfirmen.

Schriftzüge aus Celluloid und Buchstaben aller Art.

**PAUL ZAHN · DRESDEN · A. 16**  
Trinitatisstr. 4g



**Rahmen-Bäbler**

rahmt  
solid  
und  
preiswert

Massenrahmungen aller Art · Dresden-A. 16, Blasewitzer Straße 72 · Fernruf 62307 · Gegr. 1888

X



**TEMPERA**  
Siena nat.  
Raw Sienna  
**Schmincke**  
DÜSSELDORF

**Tempera** Farben  
für Kunst, Schule, Plakat

H·SCHMINCKE & CO. DÜSSELDORF·GRAFENBERG

ein leichter Druck  
löst die Überfeder

**Brauses Ornamentfeder**

Farben Sie Mutterharte M 38 von Brause & Co., Jferlohn

*Vornehme Werbegeschenke*  
mit Namenszug-Faksimile des Empfängers: Taschen-  
messer, Schreibtischbestecke, Brieföffner, Zigarren-  
abschneider usw. liefert in erstklassiger Ausführung  
E. BONSMANN · SOLINGEN-OHLIGS  
Spezialfabrik für Qualitäts-Reklamestahlwaren  
Gegründet 1861

Im Juli sind die Umsätze des Kleinhandels  
am größten in Dampfen u. Herren-Berufen  
dang u. Wäsche, samt u. feide, schäden, Glas  
u. Porzellan, Reiseartikel, Parfümerien  
Kleinhandel schleunigst auf rechtzeitigen  
Einkauf hinweisen! Werbemittel beschaffen!

*Klischees  
bei BKW bestellen!*

**BK W**

**BERLINER KLISCHEE  
WERKSTÄTTEN**  
BERLIN SW 68 FRIEDRICHSTRASSE 231  
FERNRUF: 19 40 76 U. 19 40 77

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

Das ist die Marke  
für echte

**THONET**  
STAHLROHRMÖBEL

**GEBRÜDER THONET A.G.**  
Frankenberg-Eder (Hessen)



**SALAKLISCHEE**  
ZIEGER & STEINKOPF K.G.

Strichätzungen, Autotypien,  
Mehrfarbenautotypien, Gal-  
vanos, Matern und Retuschen  
in höchster Vollendung

BERLIN SO 16, KÖPENICKER STR. 114  
FERNRUF: F 7 JANNOWITZ 6411

110 Jahre Qualität in:

Druckfarben  
Druckhilfsmitteln  
Walzenmasse  
Walzenguß



Berger & Wirth  
Farbenfabriken

Lieferanten dieser Zeitschrift

## Sammelbände

jetzt auch für die „Gebrauchsgraphik“

Bei Verwendung des neuen Lio-Sammelbandes ist es nicht mehr notwendig, die Nummern der „Gebrauchsgraphik“ einbinden zu lassen. Mit wenigen Handgriffen können Sie sich selbst aus den gesammelten Heften unserer Zeitschrift ein wertvolles Nachschlagewerk herstellen. Die beiden Halbjahres-Mappen für den Jahrgang 1936 sind soeben erschienen. Wenn Sie schon jetzt die Sammel-Mappen für 1937 oder für das erste Halbjahr des neuen Jahrganges beziehen, können Sie die neuen Nummern sofort in die Mappe einhängen. Die Hefte werden dadurch geschont. Preis für die Halbjahres-Sammelmappe in Ganzleinen mit Goldaufdruck RM. 2,75 einschließlich Inhaltsverzeichnis.

**BESTELLUNG:** An Frenzel & Engelbrecher  
„Gebrauchsgraphik“ Verlag, Berlin SW 68.  
Ich - wir bestelle(n)

- ..... Stück Sammelband für Jahrgang 1936, Nr. 1 bis 6
  - ..... Stück Sammelband für Jahrgang 1936, Nr. 7 bis 12
  - ..... Stück Sammelband für Jahrgang 1937, Nr. 1 bis 6
  - ..... Stück Sammelband für Jahrgang 1937, Nr. 7 bis 12
- der „Gebrauchsgraphik“ zum Preise von RM 2,75 für die Halbjahres-Mappe einschließl. Inhaltsverzeichnis. Betrag ist nachzunehmen - folgt nach Rechnungserhalt. (Nichtzutreffend. bitte streichen.) Erfüllungsort Berlin

Datum: ..... Vor- u. Zuname: .....

Adresse: .....

Verlangen Sie  
**MARABU**  
die Original-Plakatfarbe

MARABU  
PLAKATFARBEN

32. Eckt-Narmin  
Carmin permanent  
MARABUWERKE A.G. TAMM Wam.

mit dem  
**Punkt!**

MARABUWERKE A.G. TAMM-WÜRTTBG



Farbenaufnahme aus dem Unterricht der Deutschen Photohändler-Schule in Dresden.

Vierfarbenätzung: HEUSSLER & CO. BERLIN SW 68

---

Druckfarben:  
GEBRÜDER SCHMIDT GMBH.

---

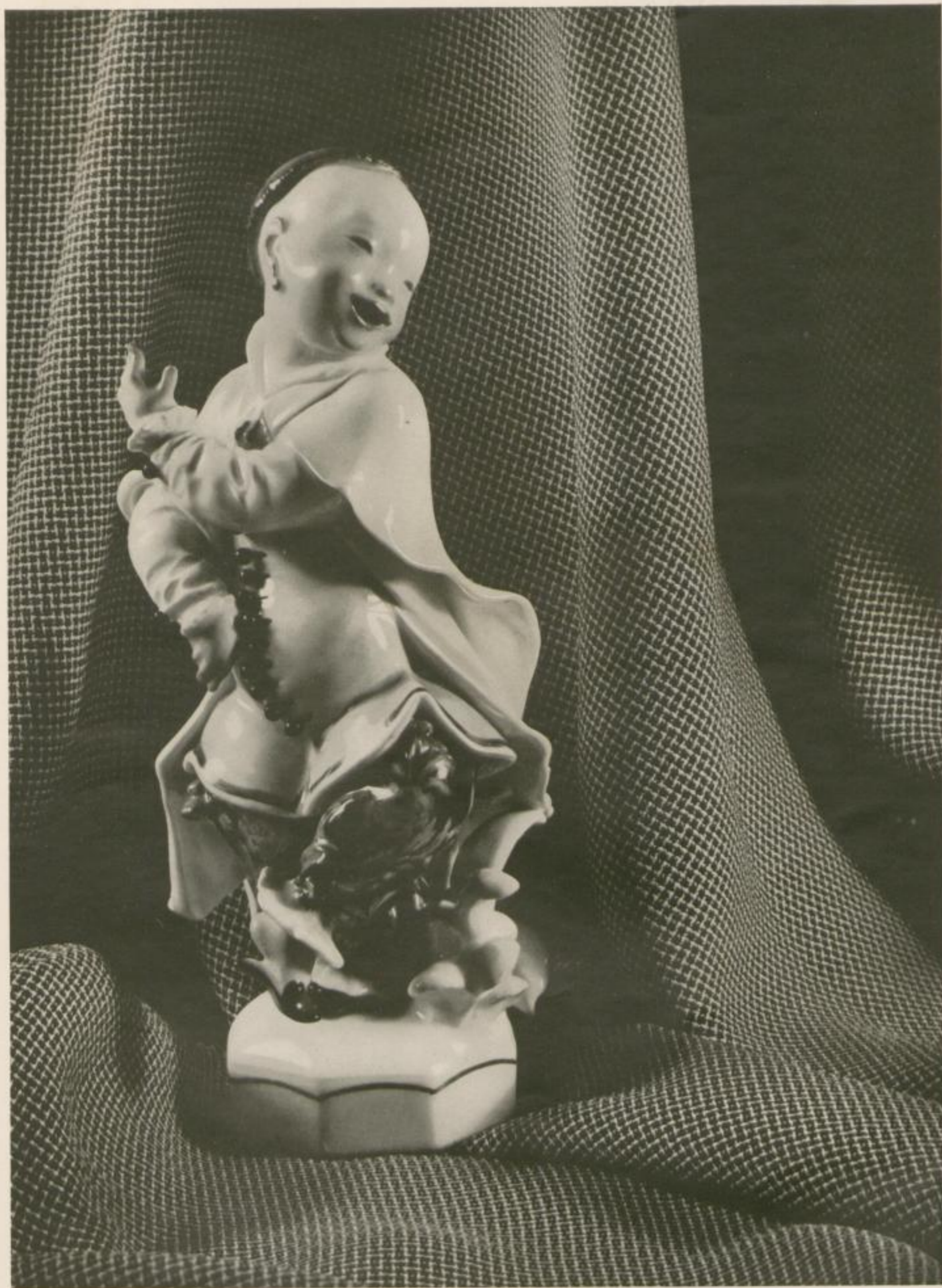


---

BERLIN-HEINERSDORF  
FRANKFURT A. M. · · · WIEN

---





Bortny: Meißner Porzellan. Modernes Werbepfoto, gedruckt mit Metatonsfarbe Nr. 2453 von Berger & Wirth Farbenfabriken auf »Mercedes 3500«.



**KLISCHEE**  
 WALTER BOHM SEN. u. JUN. KLISCHEES  
*Ruf 68-69-43*  
 BERLIN SO 36 · ORANIENSTRASSE 10-11

*Zum Kleben, Flickern, Basteln*

Zeichnungen und Papiere bessern Sie mühelos aus mit dem glasklar-durchsichtigen Tesa-Klebefilm. Klebt von selbst. — Vorrätig in Zeichenwaren-Geschäften.

**Tesa** -Klebefilm

29628 RUF

+ DAS WIRKLICH BILLIGE UND GUTE QUALITÄTS-

**KLISCHEE**

LIEFERT

**J. HOFFMANN**

DRESDEN-A-28 + LOBTAUER STRASSE NR. 57

RUF 29628



**Luftpost nach allen Weltteilen**  
**Große Zeitgewinne**

- EUROPA**  
 Reichspost- und Nachtflüge bringen die eilige Abendpost nach den europäischen Hauptstädten schon am nächsten Morgen in die Hände des Empfängers
- NORDAMERIKA**  
 Von Mai bis Oktober Beförderung von Briefsendungen und Paketen mit Luftschiff in 2 1/2 Tagen nach New York. Weiterbeförderung mit amerikanischen Luftverbindungen
- SÜDAMERIKA**  
 Wöchentlich zweimal Luftpostverbindung. Zeitgewinne bis zu 20 Tagen
- AFRIKA, ASIEN UND AUSTRALIEN**  
 Nach und in Afrika, Asien und Australien werden zahlreiche Luftpostlinien für die Beförderung deutscher Luftpostsendungen benutzt

**Die Luftpost ein Helfer im Wettbewerb!**

Auskünfte, Werbepostsachen, Luftpostliste mit Flugplänen und die Übersicht „Luftpostgebühren“ bei allen Postanstalten



***Farbig ist die Welt –  
farbig muß die Werbung sein!***

Farbfoto und Farbendruck sind auf dem Vormarsch. Daß wir an der Spitze marschieren, zeigt unser soeben erscheinender Werbekatalog „Mehr Wirkung durch Farben“. Herrliche Reproduktionen werden auch Sie zum überzeugten Anhänger der Farbenfotografie und des Farbendrucks machen

ULLSTEIN DRUCKEREI BERLIN



# GEBRAUCHS GRAPHIK

INTERNATIONAL ADVERTISING ART

HERAUSGEBER PROF. H. K. FRENZEL EDITOR

Vierzehnter Jahrgang Nr. 4 Fourteenth Volume

Dr. E. Hölscher: Hanna Nagel

H. K. Frenzel: Werner Beucke, Packungen  
Werner Beucke, Packages

Prof. Arno Drescher, Zwei Ausstellungsplakate  
Prof. Arno Drescher, Two exhibition posters

Dr. E. Hölscher: Georg Goedecker

Plakatwettbewerb der „Österreichischen  
Versicherungs A. G.“  
Poster competition of "Österreichische  
Versicherungs A. G."

3. Weltreklamekongreß Paris 1937  
3rd World Advertising Congress Paris 1937

Neue österreichische Plakate  
New Posters from Austria

H. K. Frenzel: Urs Lang-Kurz, Stuttgart, Photos

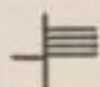
Anton Sailer: Karl Friedrich Brust, Prospekte  
Karl Friedrich Brust, Pamphlets

Allianz und Stuttgarter Verein, Vers. A. G.  
Victoria zu Berlin, Allgem. Vers. A. G.

Herbert Neumann, Packungen  
Herbert Neumann, Packages

Dr. W. Puttkammer: Wirtschaft und Werbung

Die Werbekosten im deutschen Einzelhandel  
Anregungen und Bericht zur Absatzforschung  
Adressenverzeichnis siehe Seite 66



Alleinberechtigte Firma zur Einfuhr der „Gebrauchsgraphik“ in  
die Vereinigten Staaten von Nordamerika und  
Kanada:

THE BOOK  
SERVICE COMPANY

15 East 40<sup>th</sup> Street, New York City, U. S. A.

(Printed in Germany)

FRENZEL & ENGELBRECHER  
„GEBRAUCHSGRAPHIK“ VERLAG, Berlin SW 68  
Wilhelmstraße 148

Fernsprecher: Sammelnummer 19 74 31

Postscheck: Berlin 269 93

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



## Unser graphischer Reichtum

*Fraktur oder Antiqua? Wer möchte darüber streiten, wer einer Form das Lebensrecht absprechen, wo sich beide Formen immer wieder verjüngen? Verjüngen durch die hingebungsvolle Arbeit von Schriftkünstler und Schriftgießer! — Wer würde sich nicht freuen über zwei neue Schriften, die so fein abgestimmt sind wie*

**Hermann-Gotisch**  
**Gravira**

**SCHELTER & GIESECKE AG . LEIPZIG W 31**

Vierzehnter Jahrgang 1937 Heft 4

# GEBRAUCHSGRAPHIK

MONATSSCHRIFT ZUR FÖRDERUNG KÜNSTLERISCHER REKLAME

Herausgeber Prof. H. K. Frenzel

Offizielles Organ der Fachgruppe Gebrauchsgraphiker  
in der Reichskammer der bildenden Künste

Fourteenth Volume 1937 Number 4

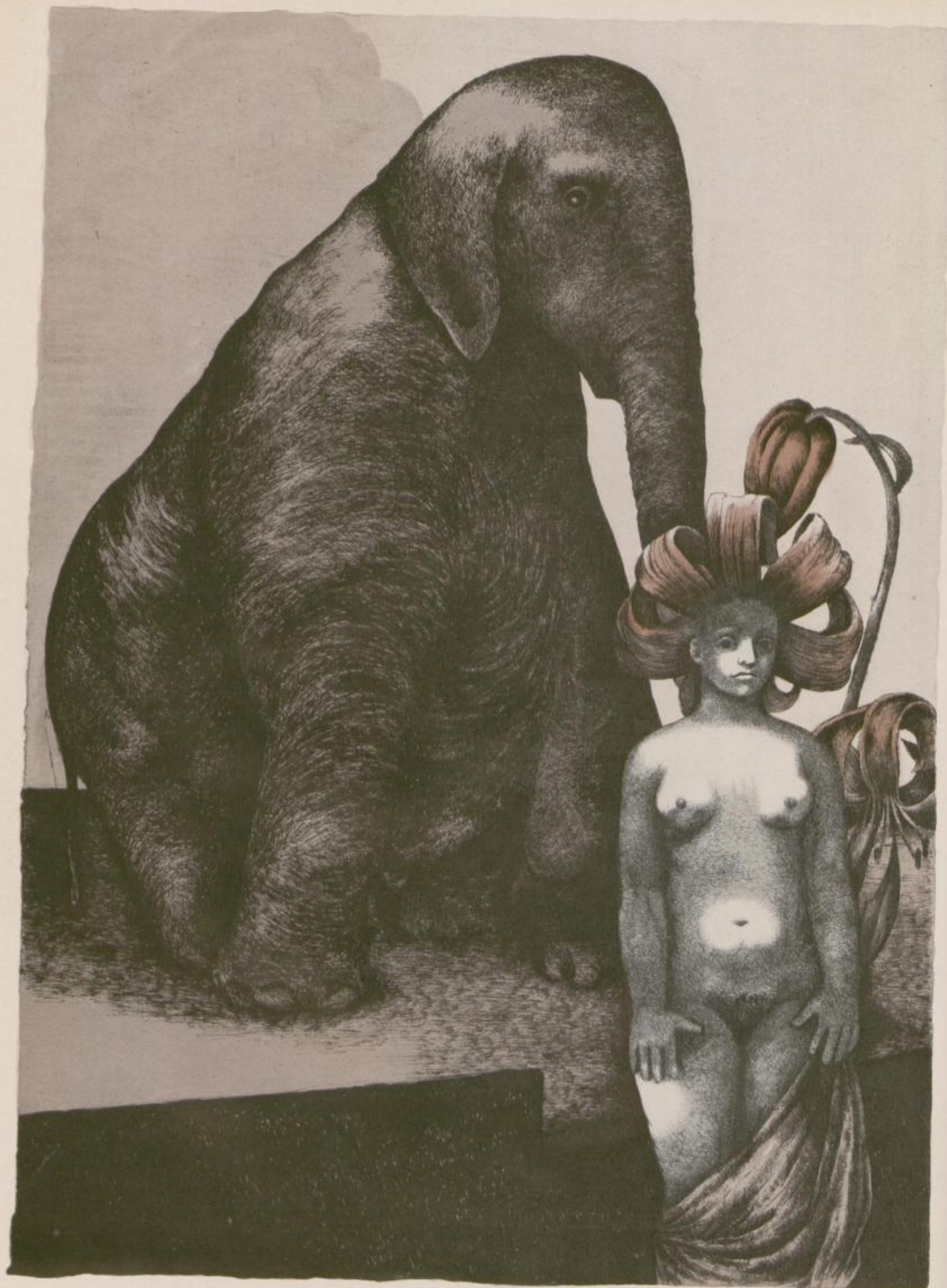
# INTERNATIONAL ADVERTISING ART

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, U.S.A.

FRENZEL & ENGELBRECHER „GEBRAUCHSGRAPHIK“ VERLAG, BERLIN SW 68



Ein einsamer Elefant riecht an einer Nelke

H A N N A N A G E L

A lonely elephant smells a carnation



Nur die Sprache eines mit visionärer Schaukraft begabten Dichters würde den graphischen Arbeiten Hanna Nagels ihre sinnvoll tiefere Ausdeutung zu geben vermögen. Den zu einer mehr sachlichen Erläuterung verpflichteten Bericht-erstat-ter aber lassen sie ganz besonders lebhaft empfinden, welche hemmenden Grenzen zuletzt doch jeglicher Verständlichmachung eines Kunstwerkes durch Worte gezogen sind. Selbstverständlich können auch aufklärende Hinweise nützen, wie etwa, daß die Künstlerin schon im Jahre 1933 den Rompreis und 1935 den Dürerpreis als äußerlich sichtbare Anerkennung ihrer Leistung erhielt. Es mag wohl auch wert sein, zu wissen, daß sie nur das Gebiet der Federzeichnung kultiviert und zuletzt Bücher illustriert hat, aber alle solche Hinweise sagen noch nichts Wesentliches über die künstlerische Haltung der von ihr geschaffenen Ar-beiten aus, die als heute in ihrer Art geradezu einmalige Dokumente graphischen

Schaffens vor uns liegen. Man mag versucht sein, diese Blätter zunächst einmal nur auf ihre graphischen Reize hin zu genießen und sich des zuchtvoll überlegenen Könnens zu erfreuen, das sich hier in diesem engverwobenen und nur zuweilen durch zärtliche Farbtupfen verdichteten Netze von unzählbaren delikaten Federstrichen offenbart. Aber diese zunächst rein ästhetische Betrachtungsfreude wird schon bald einer heftigen Bestürzung über das Ungewöhnliche einer Thematik weichen, die den Beschauer wie mit magischem Zwange in ihren unentrinnbaren Bann von seltsamen Gesichtern und rätselhaften Bildern zieht, deren geheimnis-volle Symbolkraft sich nicht mehr erklären, sondern nur noch errahnen läßt. Diese Blätter sind die aus tiefsten inneren Erschütterungen geborenen Selbstbekenntnisse einer ganz den Ur-empfindungen ihres Frauentums hingeebenen Künstlerin und vermögen auch nirgendwo zu verleugnen, daß nur eine Frau sie gestalten konnte. Denn eben nur eine ganz naturhaft empfindende Frau vermag so unzwie-spältig und nachtwandlerisch sicher jenen gefahr-voll problematischen Weg der Kunst zu wandeln, der in der bildniskräftigen Ausdeutung fast schon urzeitlicher Menschheitserlebnisse und jenseitiger Lebensmächte ausmündet.

Dr. Eberhard Hölsdier.

## H A N N A N A G E L

Only the language of a poet gifted with visionary power could convey the really profounder meaning of Hanna Nagel's graphic work. It makes a reporter who is obliged to describe it more practical terms realize very acutely what restrictions are placed, after all, on any explanation of a work of art in mere words. Of course explanatory remarks are also useful, such as that the artist was awarded the Rome Prize in 1933 and the Dürer Prize in 1935, as externally visible recognition of her achievements. It is probably also worth knowing that she confines herself to pen and ink work and has recently illustrated books, but all such details still fail to provide any essential information regarding the artistic trend of her work which is available to-day as unique evidence of creative graphic work.

One may be tempted to begin by merely enjoying the graphic charm of these prints and the disciplined superior ability revealed in this network of countless delicate pen strokes whose close mesh is only occasionally intensified by dainty touches of colour. But this first purely æsthetic pleasure will soon yield to great amazement at the unusual nature of a theme that fascinates the observer, as if by magic, with the un-escapable charm of strange faces and puzzling pictures whose mysterious force can no longer be explained but only imagined. These prints are the self-confession, born of the profoundest inner emotions, of an artist who yields herself entirely to the fundamental feelings of her womanhood, and exclude any denial of the fact that only a woman could produce them. For only a woman with absolutely natural feelings can pursue steadily and with the security of a sleepwalker that dangerously problematic course in art which leads to the pictorial representation of what are already almost prehistoric human experiences and supernatural vital forces.

Translated by W. L. Campbell



Foto: Schamoni



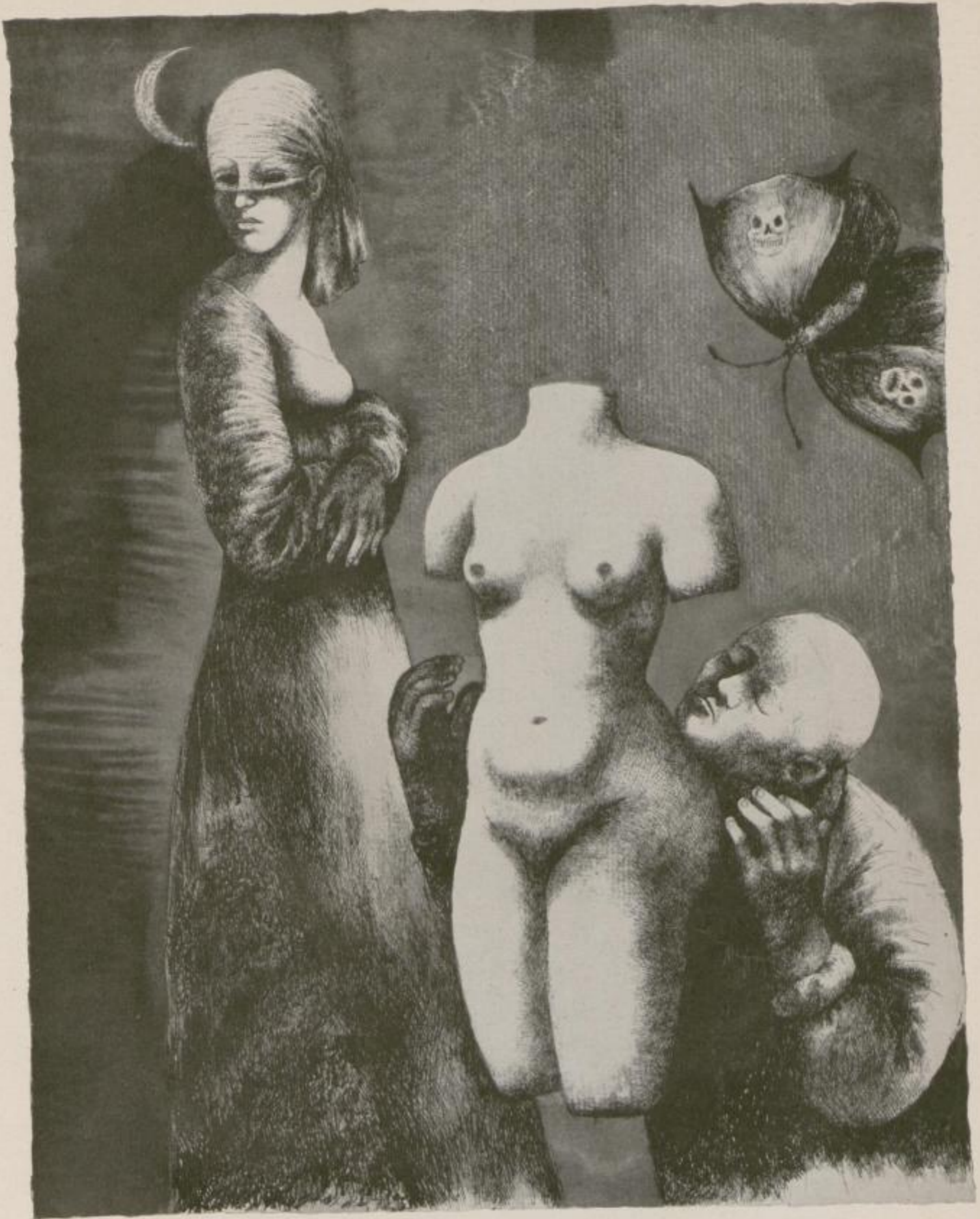


Eine Brunnenfigur fühlt sich nicht wohl in Rom  
 An unhappy figure on a fountain in Rom



H A N N A  
 N A G E L





Suchen der Vision  
The quest of the vision



H A N N A  
N A G E L





Der  
häßliche Tod  
Hideous death



H A N N A

Illustration für das Buch  
„Liebe“ von Ricarda Huch

Illustration for the book  
“Liebe” by Ricarda Huch





Illustration für das Buch  
„Liebe“ von Ricarda Huch  
Illustration for the book  
“Liebe” by Ricarda Huch

N A G E L

Eine Frau allein  
A lonely woman





H A N N A N A G E L



Die Flieger

The flyers





Madonna in Rom

A madonna in Rom

H A N N A N A G E L



Foto: Mankuch

Flaschenausstattungen

WERNER BEUCKE

Bottles and labels

Nicht nur die bild- und textlichen Formen der Werbung unterliegen einem nie endenden Wandel, auch das Gewicht der einzelnen Werbemittel verschiebt sich fortwährend. Eine vor zwei Jahren durchgeführte Untersuchung ergab, daß in der Zeit der Krise fast alle Markenartikelfabrikanten dem Gesicht der Ware eine viel größere Bedeutung als Verkaufshilfe zugestanden als vordem. Die Zweckmäßigkeit der Warenhülle allein genügte nicht mehr, man erkannte den Wert der Schönheit. Industrie und Künstlerschaft bekamen auf diesem Gebiet einen erweiterten Kontakt.

Werner Beucke versteht es meisterlich, seinen Warenausstattungen eine ästhetische Form von allgemeiner Gültigkeit zu geben. Schrift und Ornament, sparsamst angewendet, verbinden sich zu einer Einheit, die nichts mehr von den Schwierigkeiten, die oft überwunden werden mußten, ahnen läßt. Die Ausstattungen sind modern im besten Sinne und dabei nicht zeitgebunden.

H. K. Frenzel

## WERNER BEUCKE

It is not only illustrations and text as forms of advertising that are subject to a never-ending change, for the importance of the various means of advertising is also constantly shifting. An investigation carried out two years ago showed that during the period of economic depression nearly all manufacturers of proprietary articles admitted that the appearance of the goods was of much greater importance to sales than they had previously thought. The suitability of the packaging alone was no longer sufficient, for the value of beauty was recognized. Industry and artists found more extensive points of contact in this sphere.

Werner Beucke is a master of the art of giving his packages an æsthetic form of general applicability. Script and ornamentation are used very sparingly, and combine to form a whole so that there is no longer the slightest suggestion of the difficulties which frequently had to be overcome. The packages are modern in the best sense of the word, and yet not "dated".

Translated by W. L. Campbell

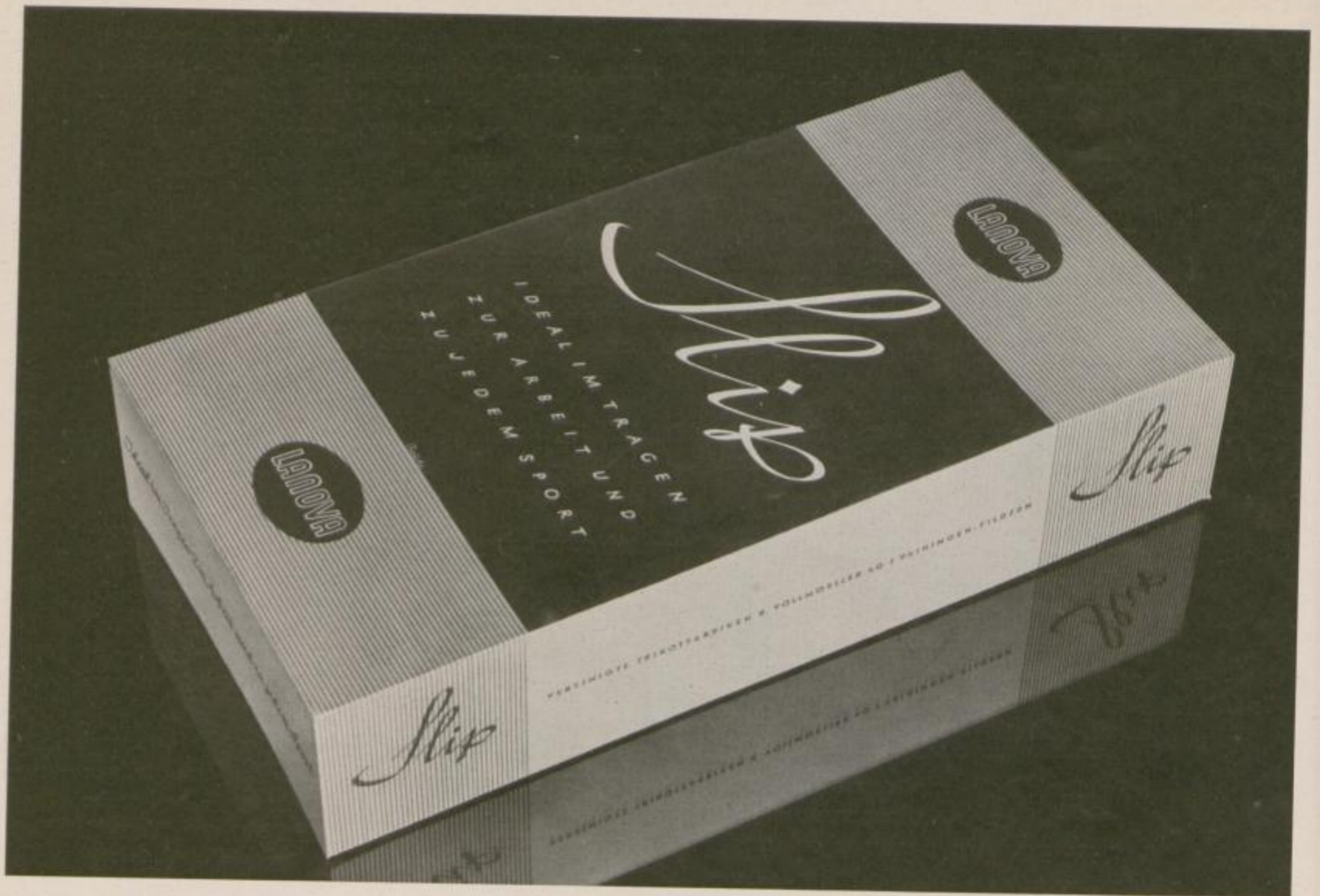
Flaschenausstattungen für eine Likörfabrik

Bottles and labels for a liquor factory

11



Photo: Pfankuch

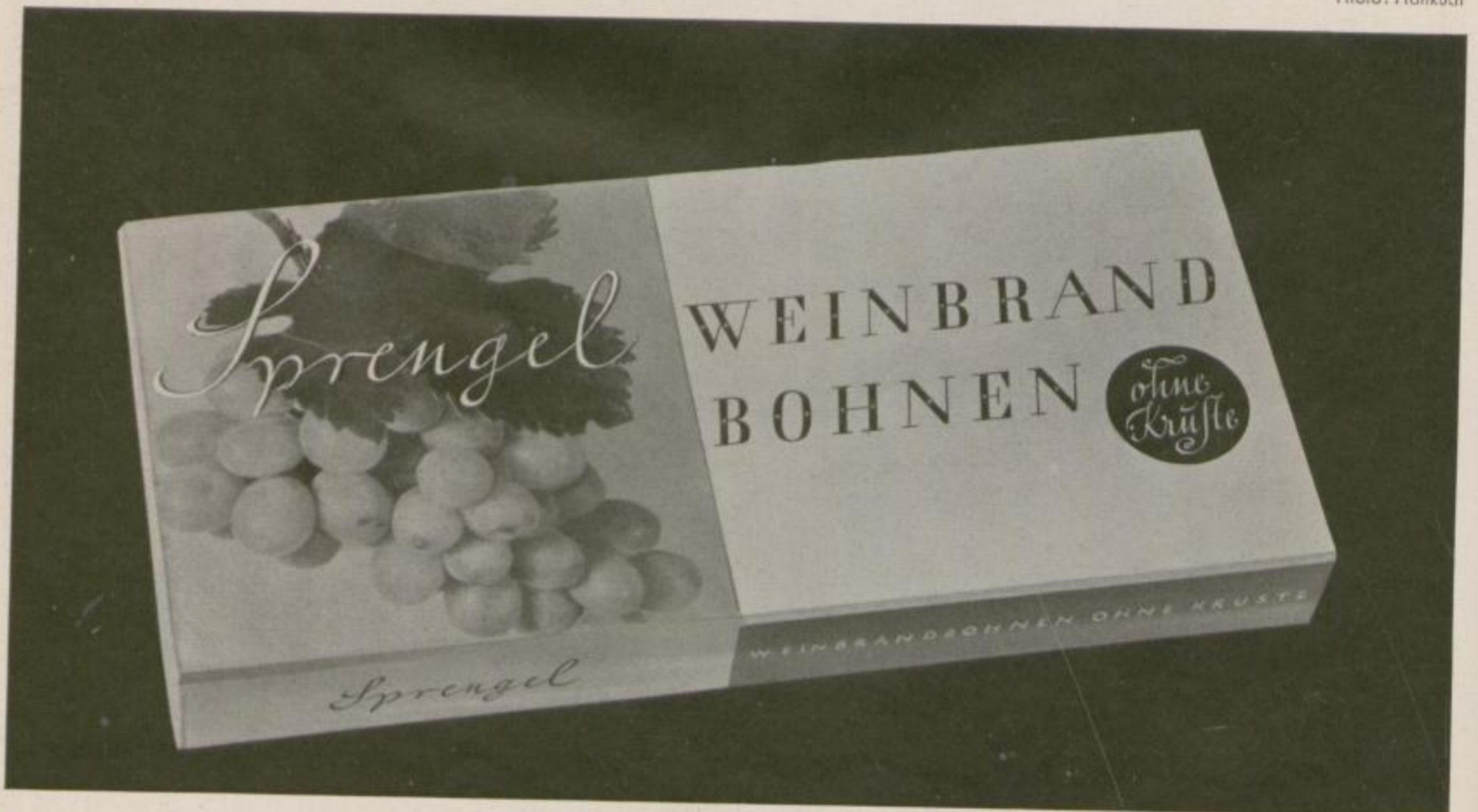


WERNER  
BEUCKE

PACKUNGEN

Foto: Pfankuch

Photo: Pfankuch



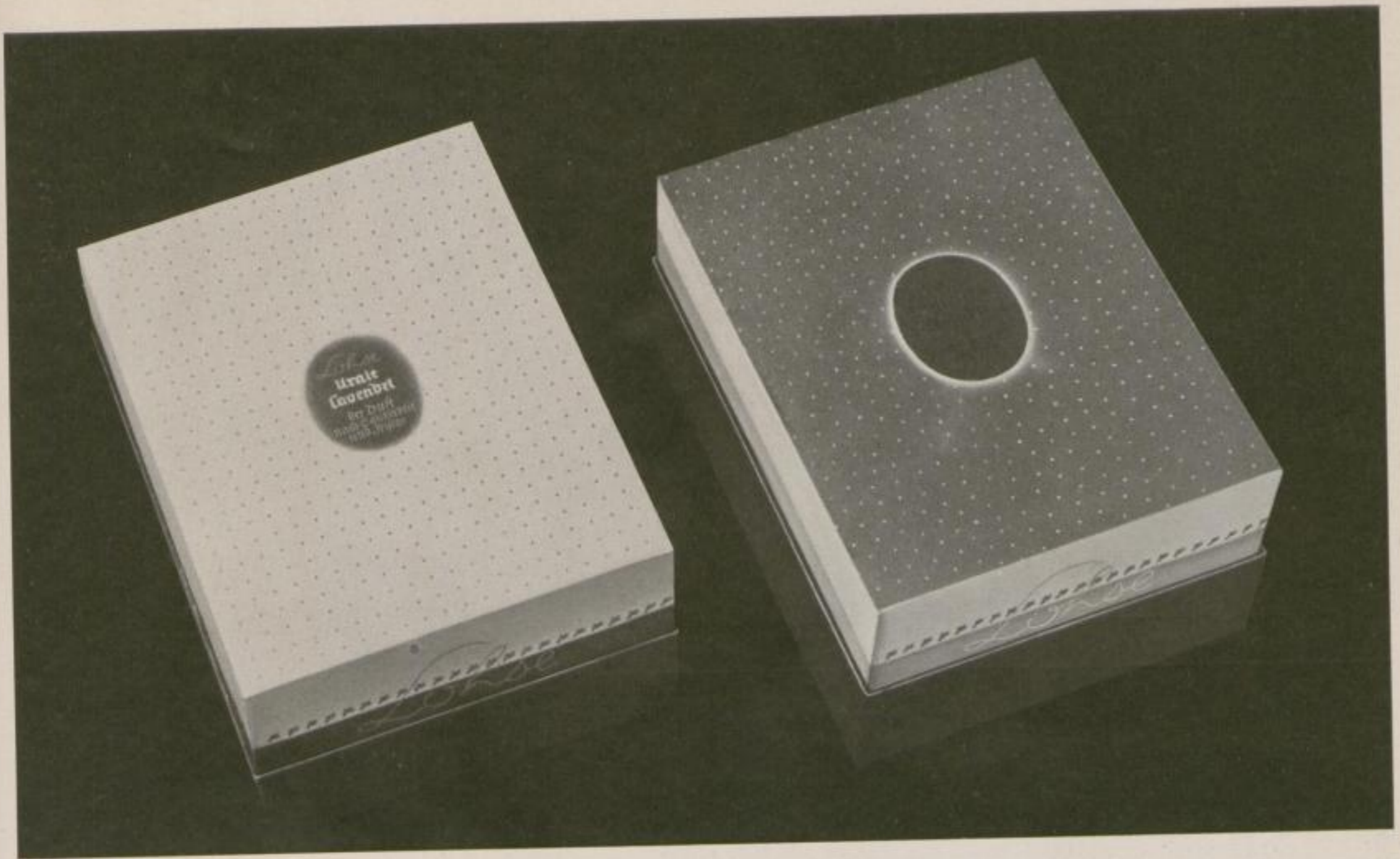


Foto: Pfankuch

PACKAGES

WERNER  
BEUCKE

Photo: Pfankuch



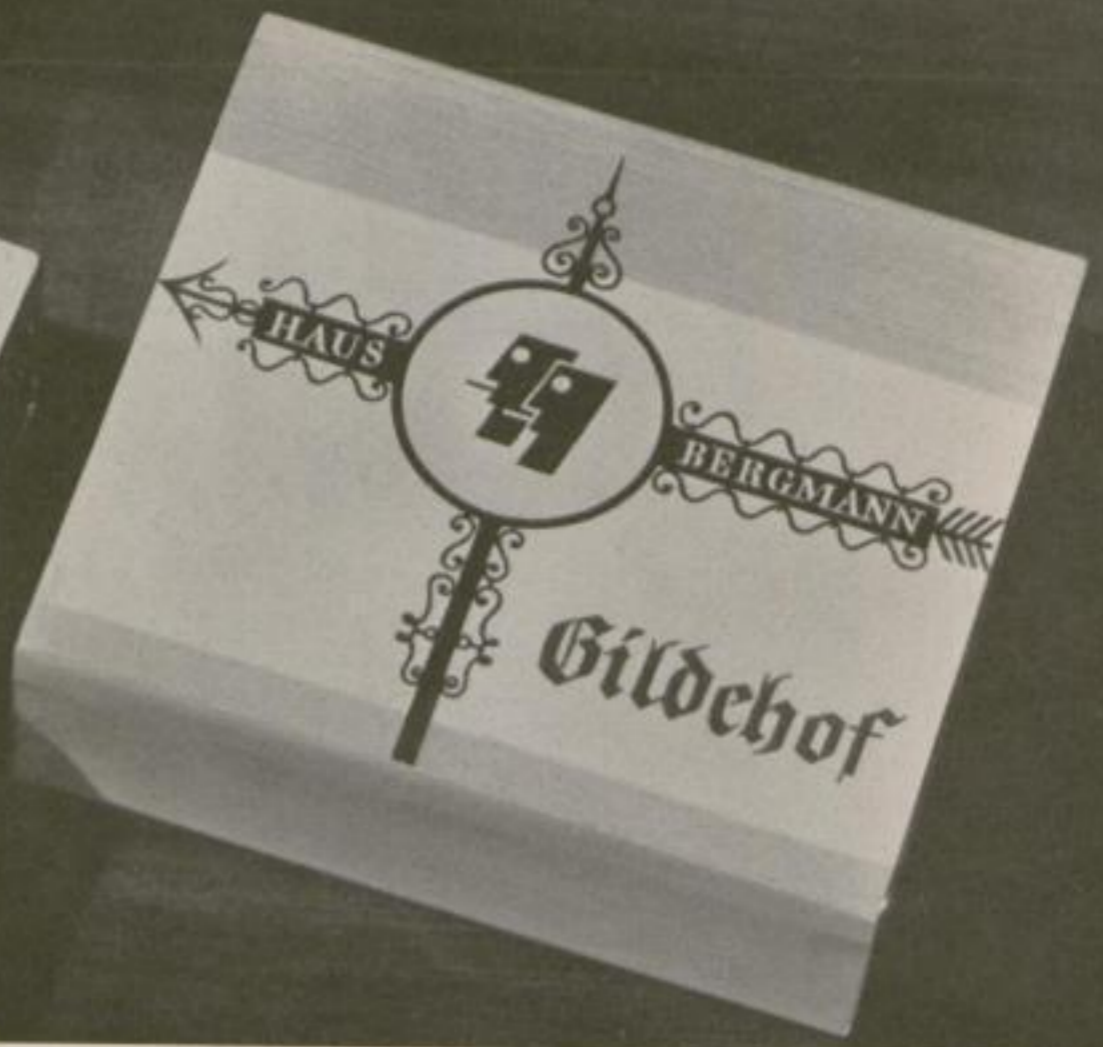


Foto: Pflankuch

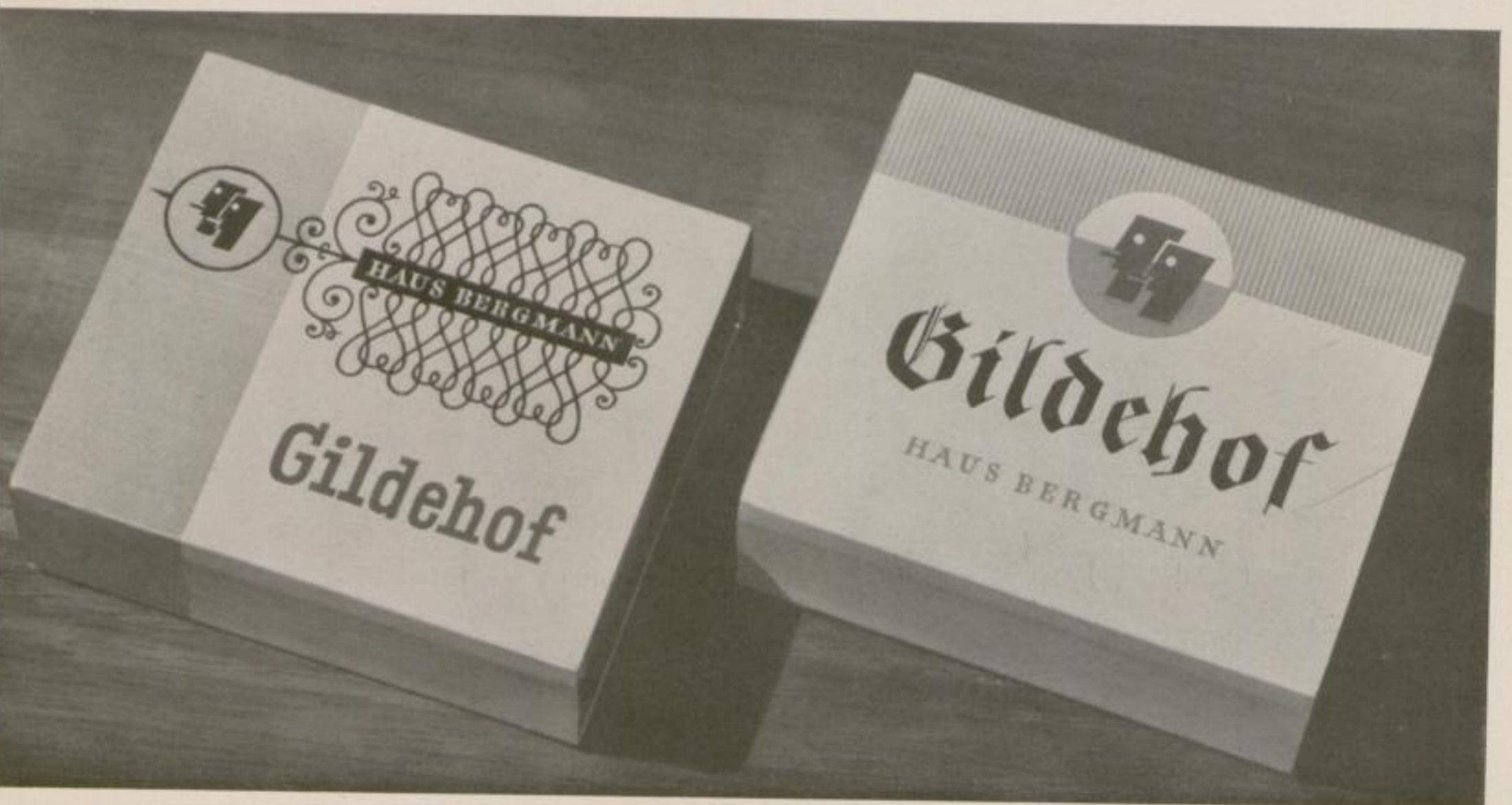
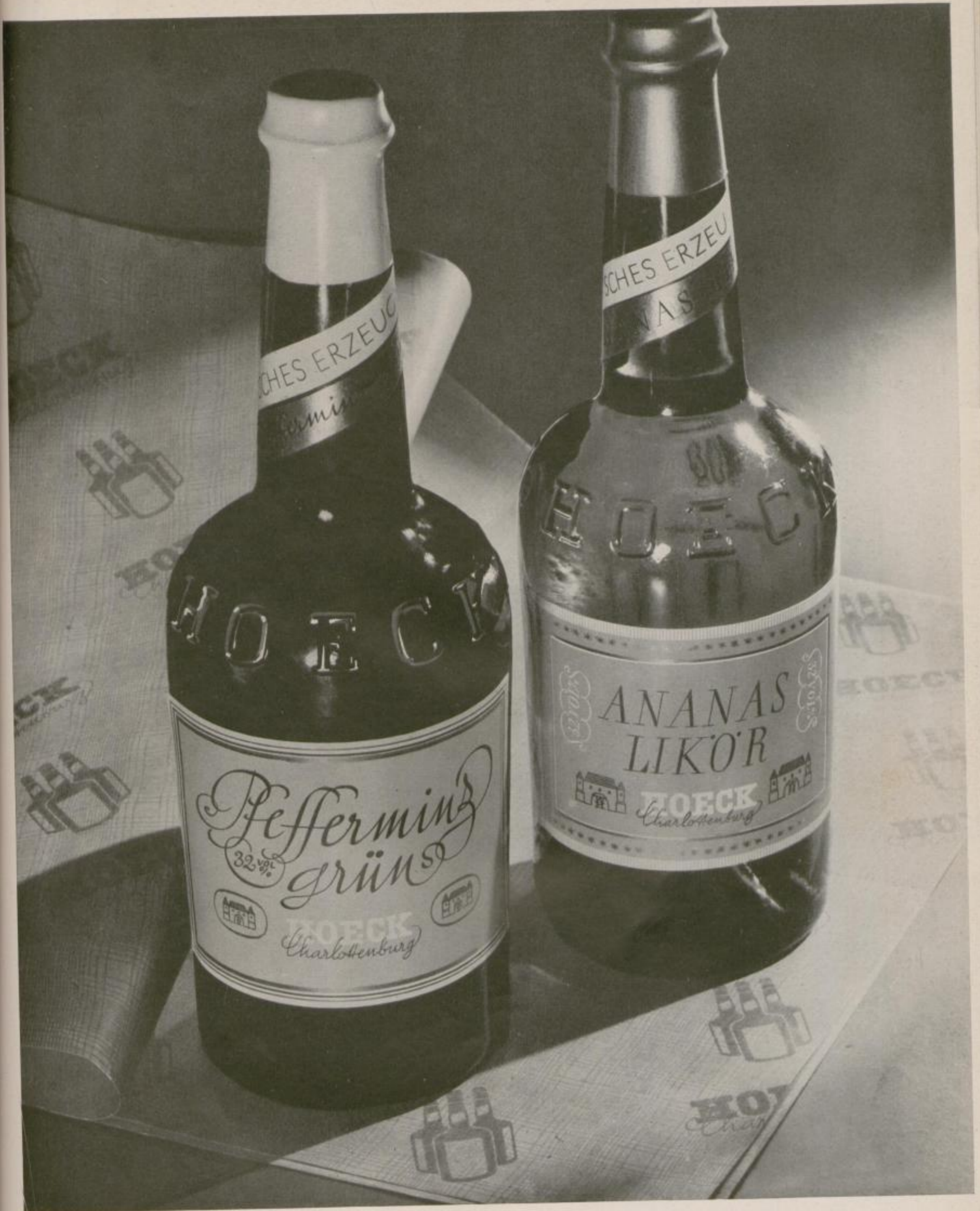


Photo: Pflankuch





Links:  
Packungen für Zigaretten und Süßwaren

Left:  
Packages for cigarets and sweets

W E R N E R  
B E U C K E

Flaschenausstattungen  
Bottles and lables

# Dresdner Jahreschau

A. DRESCHER



PROF. ARNO DRESCHER  
DRESDEN

Ausstellungsplakate

GROSSE REICHS-AUSSTELLUNG

# Schaffendes Volk

**Düsseldorf**  
Schlageterstadt  
MAI-OKT. 1937

A. DRESCHER DRESDEN

Exhibition Posters

PROF. ARNO DRESCHER  
DRESDEN

17

# Maggi-Suppen Wilderbuch

Eine Anregung für die Hausfrau,  
den Küchenzettel  
abwechslungsreich zu halten.



# Linzen



Schon unsere Vorfahren,  
die Pfälzer am Oberrhein,  
schätzten diese Frucht. Die  
Suppe schmeckt sie köstlich  
und ist durch seine Mäßigkeit  
leicht verdaulich.  
20 Minuten Kochzeit



# Erbsen



In Beliebigkeit  
nimmt es keine  
andere Suppe  
mit den Erbsen  
auf. Es  
gibt Erbsen, Erbsen mit Reis,  
Erbsen mit Schinken oder  
Erbsen mit Speck zubereitet  
und ferner auf der Grund-  
lage von Erbsen hergestellt:  
Hausmacher und  
Ramsch. Alle  
Sorten 20 Min.  
Kochzeit



Georg Goedeckers neue Arbeiten sind ein interessanter Beitrag zu der für jeden Gebrauchsgraphiker immer wieder aktuellen und entscheidenden Frage nach den etwaigen Vorzügen und Nachteilen einer beruflichen Vielseitigkeit oder Spezialisierung. Goedecker selber zeigt hier in bewußter Ablehnung jedes nur einseitig gepflegten Spezialistentums das unverkennbare Bestreben, sein Tätigkeitsgebiet tunlichst nach allen Seiten hin auszuweiten und dabei jeder ihm zufallenden Aufgabe möglichst von innen heraus, also ohne eine belastende Geltendmachung von vorgefaßten Gestaltungsgrundsätzen gerecht zu werden. Was seinen Arbeiten ihren besonderen Reiz und Charakter verleiht, ist ihre farbenfreudige Lebendigkeit und ihre meist stark bewegte Formgebung, wie sie vornehmlich an seinen geistvoll behandelten Schriftlösungen zu beobachten ist. Auch bei der Lösung von offiziellen und amtlichen Aufgaben ist Goedecker immer ernsthaft bestrebt, die bequemeren Pfade einer meist mißverstandenen Tradition zu meiden und seinen Arbeiten bei aller Wahrung ihrer repräsentativen Verpflichtungen eine zeitgemäße Haltung zu geben.

Dr. Eberhard Hölscher

# GEORG GOEDECKER

Georg Goedecker's latest work is an interesting contribution to the question of the possible advantages and disadvantages of professional versatility or specialization which is always actual and decisive for every commercial artist. In this work Goedecker himself consciously rejects every form of one-sided specialism and displays an unmistakable endeavour to extend his sphere of activity in all directions as far as possible, while doing justice to every task assigned to him as far as possible from within, that is to say without a burdensome application of previously conceived principles of arrangement. What gives his work its special charm and character is its colourful vitality and its generally very animated design, which is specially noticeable in the case of his cleverly treated lettering. In dealing with official tasks Goedecker also always makes a serious endeavour to avoid the easier path of a generally misunderstood tradition and to give his work a contemporary character while observing the obligations imposed by its representative character.

Translated by W. L. Campbell

18 Prospekte für Maggi-Suppen

Pamphlets for Maggi-soups

# Ochsenfleisch

Ein köstliche und  
sichere Suppe.



Der Fleischhacker schätzt  
sie besonders; mit einem  
Schuß Kartoffeln, so wird  
es, ist für das Beste, um die  
wilden Leberwurstler nicht  
zu werden.  
20 Minuten Kochzeit



# Rheinische

Fröhlich-lebhaft und  
süßlich, wie es die Art  
der Rheinländer ist, so  
gibt sich auch diese Suppe.  
Aus grünen Erbsen und  
Kartoffeln.  
20 Minuten Kochzeit



# Tomaten

Die Paradies- oder Dindorf-  
Tomate, wie sie der Weltmarkt nennt,  
bewahren ihr feines Aroma  
in dieser milden und nähr-  
reichen Suppe.  
Kochzeit 15 Min.



# Eier- Sternchen

Eine klare und mild schmeckende  
Suppe, beliebt bei Kindern.  
Kochzeit wie auch bei den Sorten  
Eier-Dachstein und Eier-  
Nudeln nur 5 Minuten.  
Eier-Nudeln  
10 Minuten



N-S-KULTURGEMEINDE · TIERGARTENSTR. 21A

# Deutsche Graphik Schau



5.-31. JULI  
1935

Geöffnet täglich 10-6 · Sonntags 10-3 Uhr

Plakat

Poster

GEORG GOEDECKER

Prospekttitel für den Reichs-  
innungsverband des Tisch-  
lerhandwerks

A title for the pamphlet of  
the Reich Carpenter Guild



# Preussische Zentral- Stadtschaft

Öffentlich-rechtliche Pfandbriefanstalt  
Berlin W 35, Victoriastr. 1/20

Pfandbriefe  
eine sichere und gute Anlage

Pfandbriefumlauf  $\approx$  260 Millionen

Anzeige

Advertisement

G E O R G  
G O E D E C K E R

Ankauf im Anzeigen-Wettbewerb der Arbeits-  
gemeinschaft der Essener Tageszeitungen

Purchase in the Advertising competition of Essen  
Daily Papers

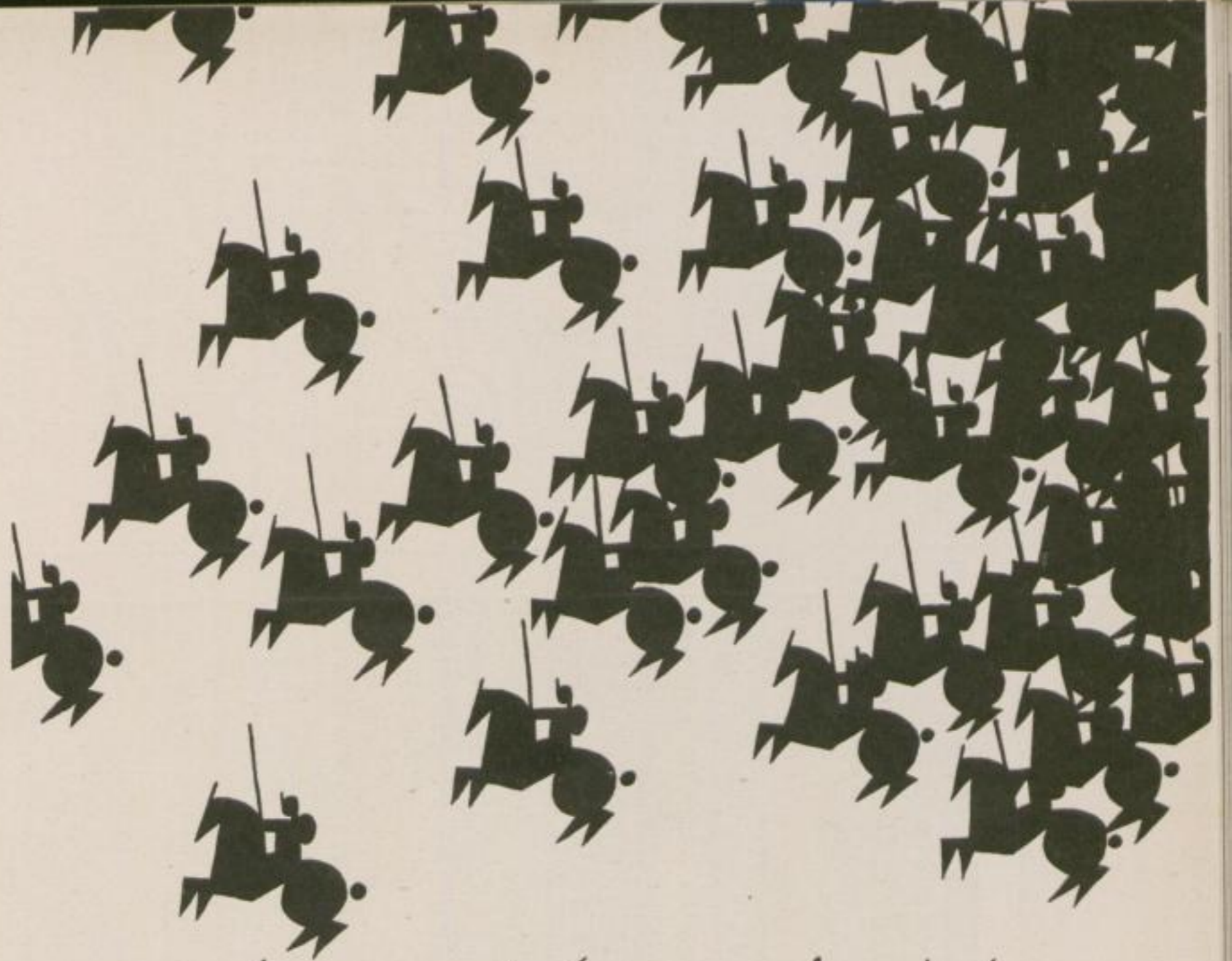


Das war zu Zeiten Ludwigs XIV. eine große Ehre

Kam ein fremder Fürst zu Gast, wurden tagelange Verhandlungen über die ihm gebührende Höhe der Sefellehne geführt

Heute ist es Selbstverständlichkeit, daß in jedem Haushalt bequeme Sessel stehen, in denen man sich so richtig wohlfühlt

# M Ö B E L H A U S N E U T R A L



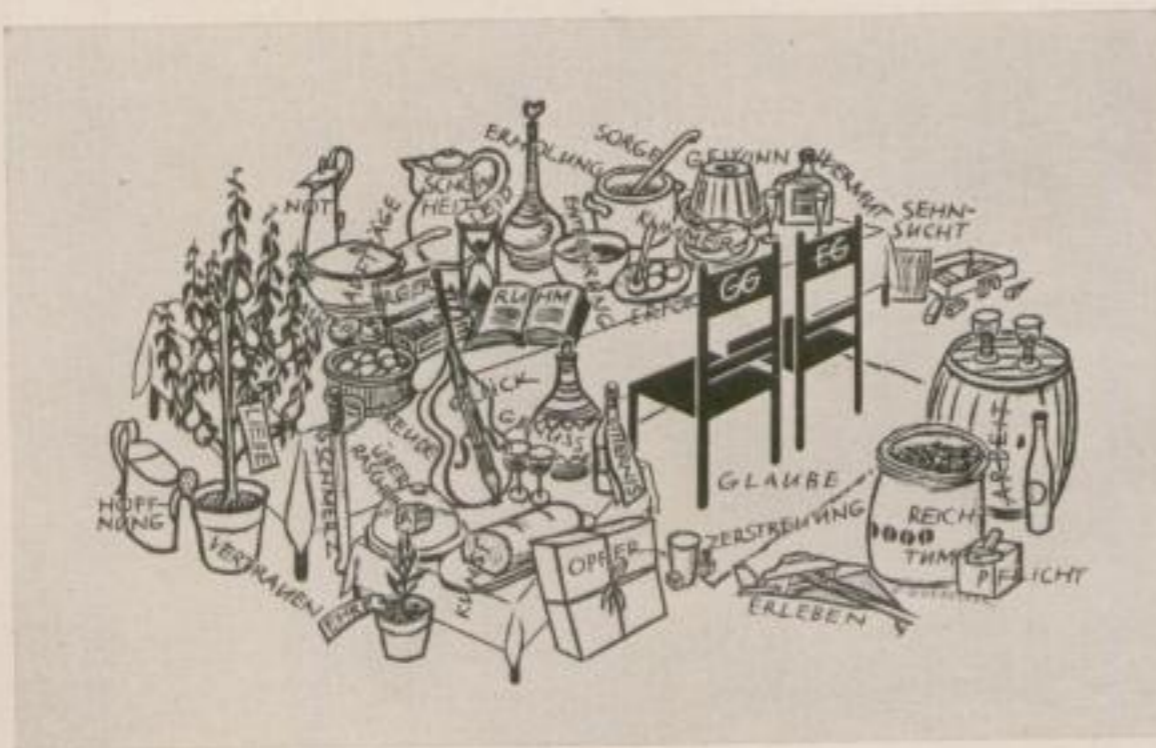
*Auß' vielen Ksiingasa wist in Haus,  
 auß' Fannioga in goldnes Maut.*

*Danka voran mit Josa bei Jus*  
**FORTUNA-BANK**

1. Preis im Anzeigen-Wettbewerb der Arbeitsgemeinschaft der Essener Tageszeitungen

Advertisement

1st prize in the competition of the working communities of the Essen Daily Papers



G E O R G  
 G O E D E C K E R

Familienanzeige

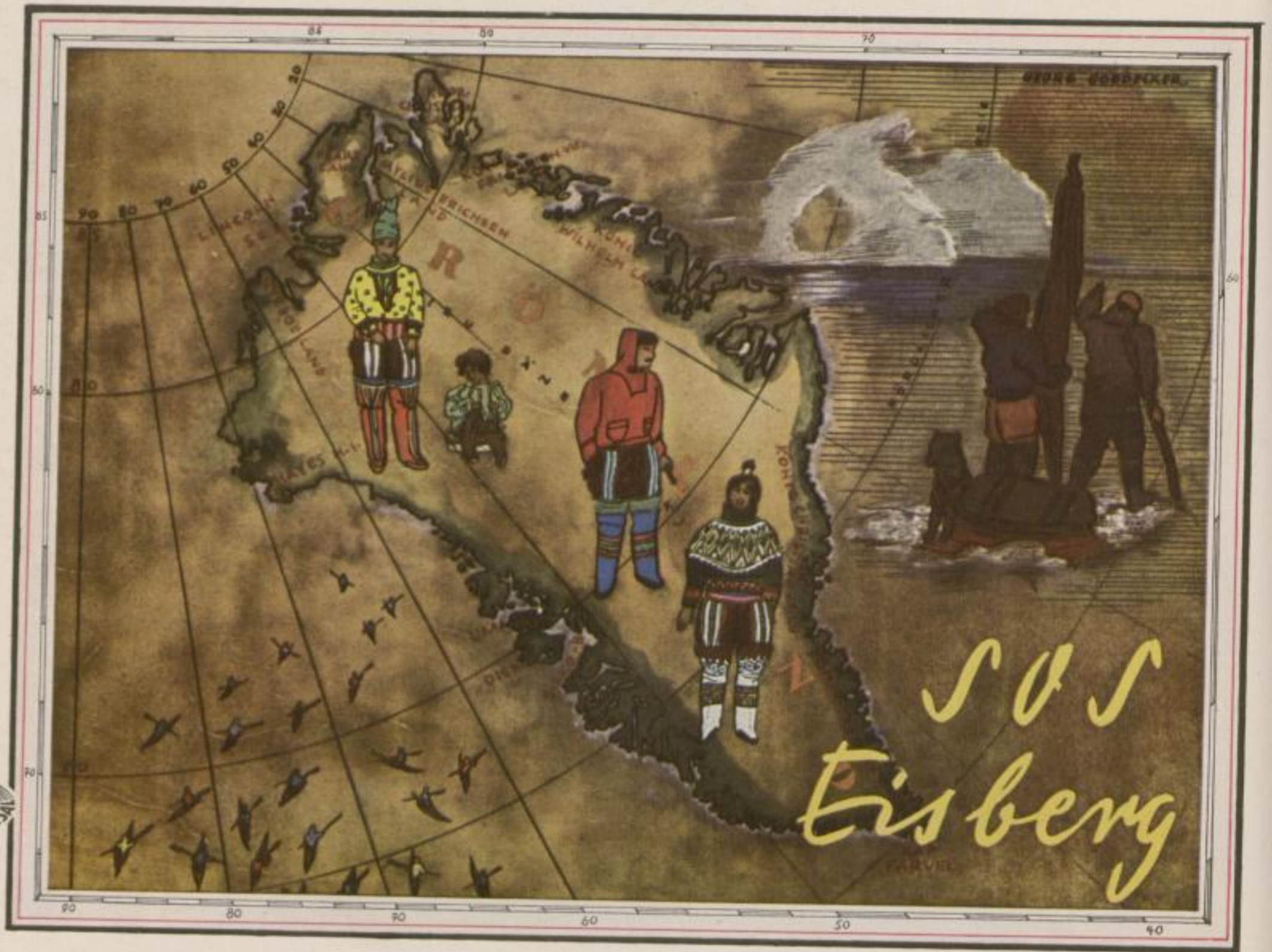
Family announcement

21

Überschriften für die  
Zeitschrift „Arbeitertum“

# „Fleisch im eigenen Saft“

Headlines for the  
periodical „Arbeitertum“



Prospektumschlag für den Film „SOS Eisberg“

Pamphlet-cover for the film „SOS Eisberg“

## Im Himmel über die Nordsee



GEORG  
GOEDECKER

Ausstellung vom 25. Juli - 13. Sept. 1936

# Malerei Graphit Plastik

Haus der Kunst - Berlin - Königsplatz 4

SONDERSCHAU  
Siegespreise u.  
Ehrengaben

Geöffnet 10-6, Sonntags 10-2, Eintritt a.50, Sonntags a.25



Kunst  
Ausstellung  
**Der  
Wald**

NS-KULTURGEMEINDE  
6. Juni - 12. Juli - Tiergartenstr. 21a - Geöffnet 10-6, Sonntag 10-2

NS-Kulturgemeinde  
Reichsbund Deutscher Seegelung



# Seefahrt und Kunst

19. OKTOBER - 19. NOVEMBER 1935

Tiergartenstr. 21a

Täglich geöffnet 10-6, Sonntags 10-3 Uhr



# Lob der Arbeit

Kunstaussstellung

NS-KULTURGEMEINDE

Tiergartenstr. 21a - Geöffnet 10-18, Sonntags 10-14 - Eintritt a.50

PLAKATE

POSTERS

NS-Kulturgemeinde  
Kunstaussstellung vom 3. bis 20. Oktober  
1936

# Ludwig von Hofmann

Zum 75. Geburtstag des Künstlers



Tiergartenstr. 21a - Geöffnet 10-18, Sonntags 10-14

KUNSTAUSSTELLUNG  
VOM 4.-31. AUGUST 1936

# Deutsche Städte bilder

NS-KULTURGEMEINDE  
TIERGARTEN STR. 21A

GEÖFFNET 10-6 SONNTAGS 10-2

23

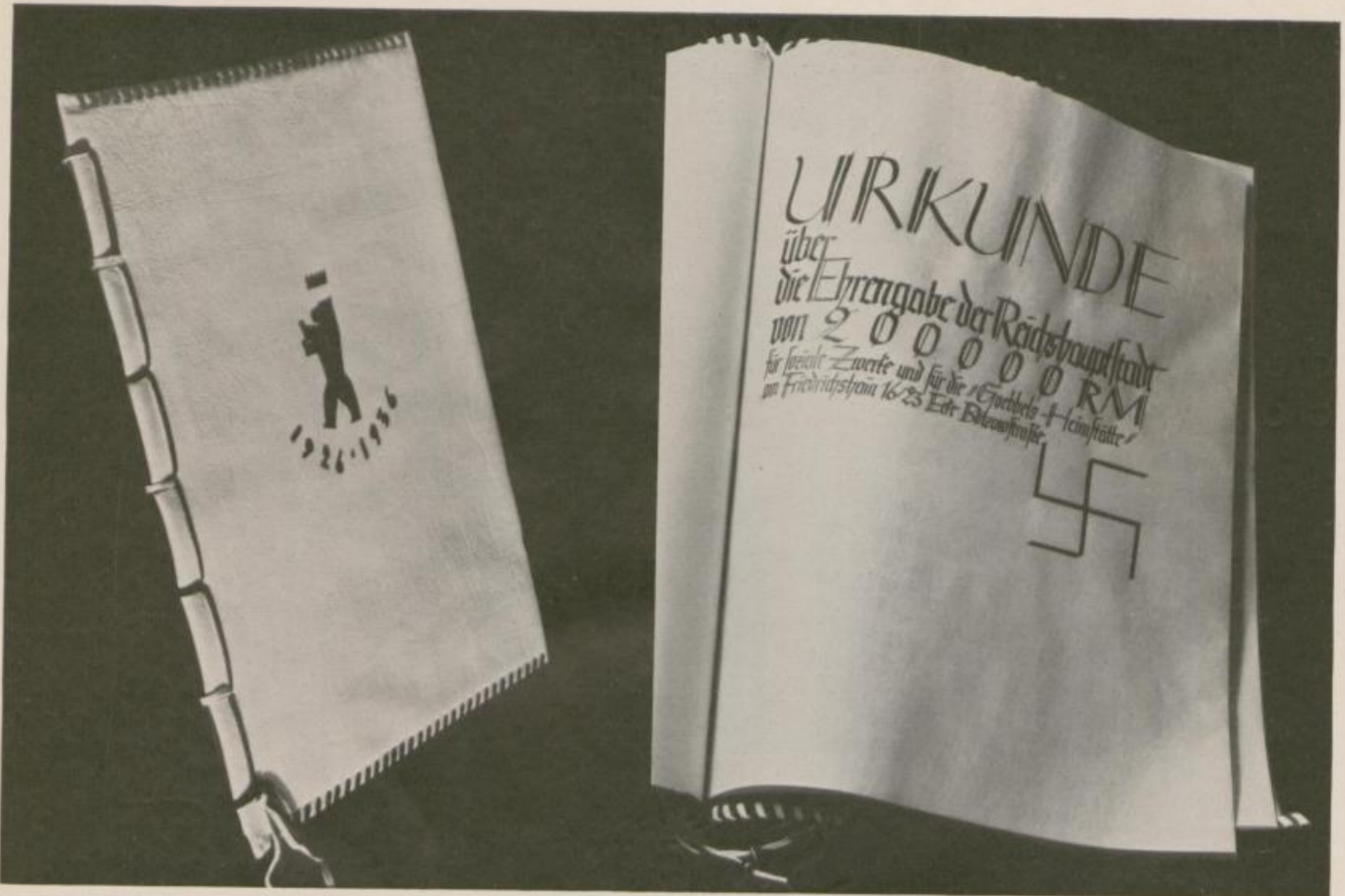


Foto: A. Rumbacher jr.

Die Straßen  
Adolf Hitlers  
in der Kunst



G E O R G

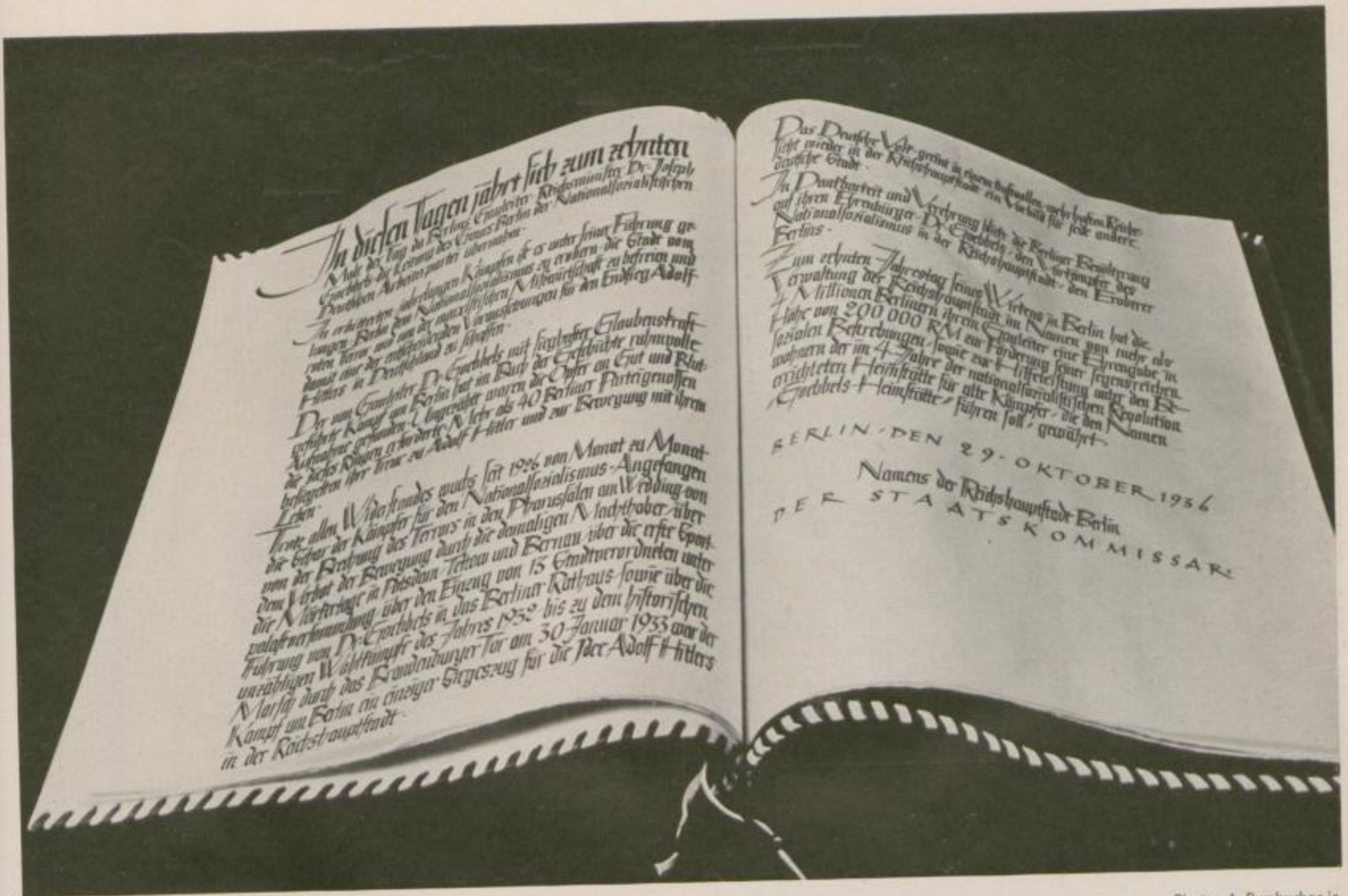
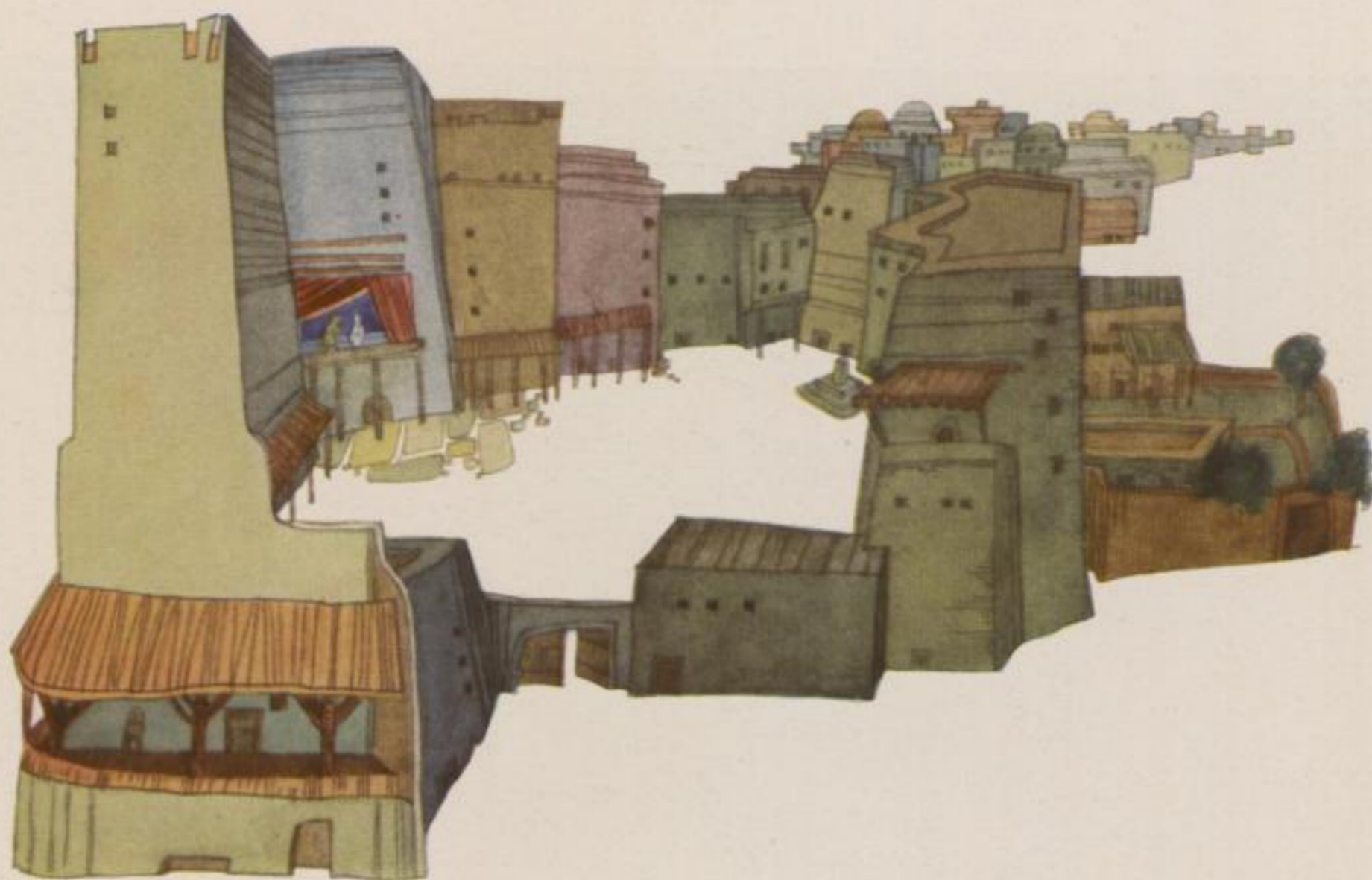


Photo: A. Rumbucher jr.

GOEDECKER

Buchumschlag  
Book jacket





Illustration

G E O R G G O E D E C K E R

Marke

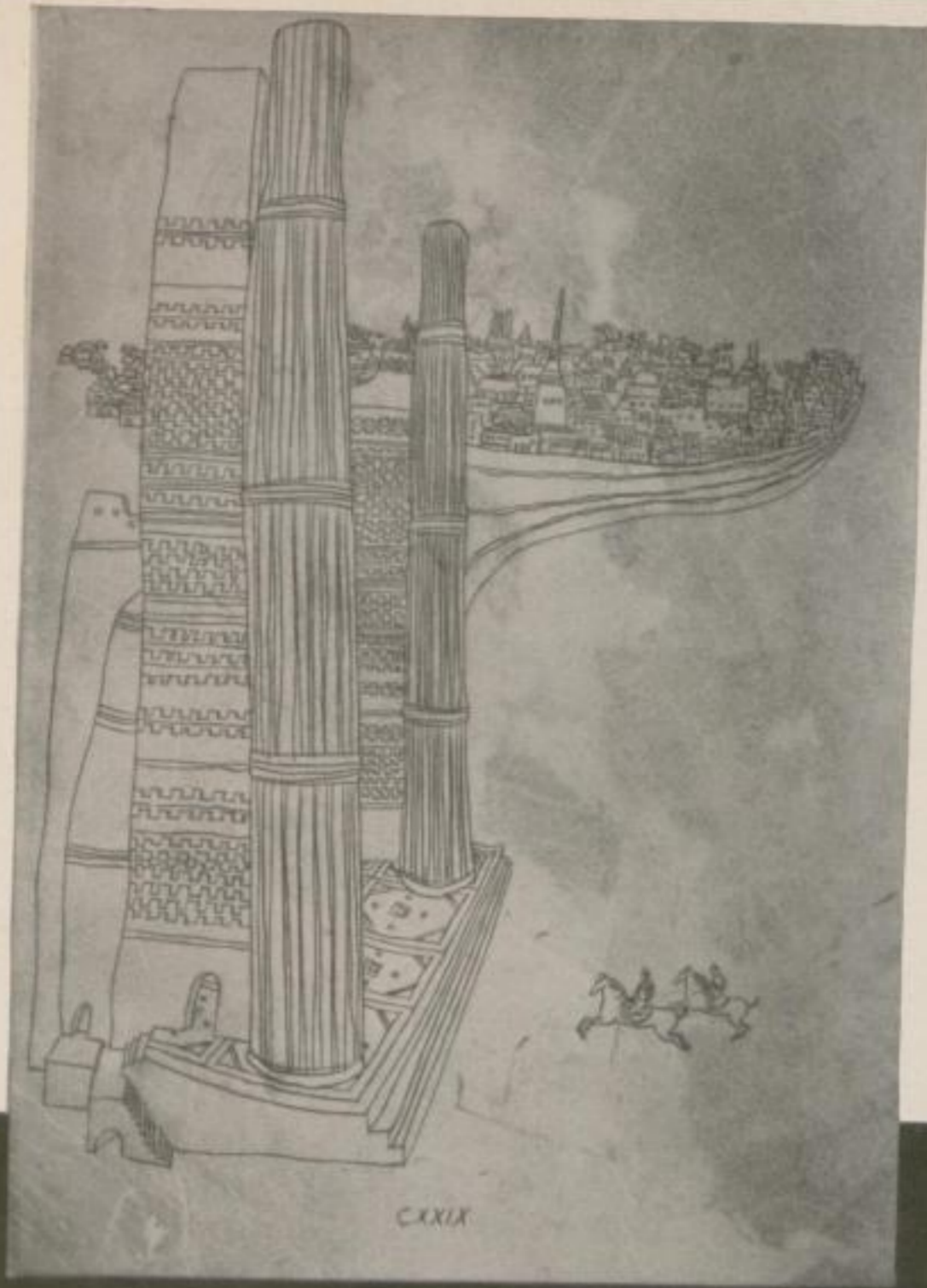


Signet



Spanpackungen

Ply wood packages



Illustration

G E O R G  
G O E D E C K E R

Bucheinbände für die Deutsche Buchgemeinschaft  
Book bindings for "Die Deutsche Buchgemeinschaft"



Alles nicht das Richtige für Sie denn

ein Anzug aus Papier - und wäre er vorzüglich gearbeitet und hätte die zeitgemäße Form - ist den Strapazen unseres modernen Lebens nicht gewachsen.

Aber SS - das Richtige für Sie!

Auch der Staatsanzug der Goethezeit - aus vorzüglichem Kammgarn und vom ersten Schneider gearbeitet - ist nicht das, was Sie suchen.

Aber SS - das Richtige für Sie!

Ein Frack aus Mantelschotten gar - obwohl auf Seide gefüttert und in der Form das kommende Modell - würde selbst im Varieté Befremden erregen.

Aber SS - das Richtige für Sie!

**SS**

VERKAUFSTELLEN:

- SS AM ZOO, Kurfürster Straße 7a
- SS IN DER CITY, Leipziger, Ecke Friedrichs.
- SS AN WITTENBERGPLATZ, Kienbergstraße 23
- SS IN HEUKULLIN, Berliner Straße 47-48
- SS IN STIGLITZ, Kottbusstraße 127

GESCHWÄFTSLEITUNG: BERLIN SW 19, GERTRAUDENSTRASSE 1-3, Sonnenseiten 8-2, Kupfergraben 1441

**Stammkunden-Ausweis**

Wichtig!

**Sehr geehrter Herr Stammkunde!**

Zu unserem am 28. Januar 1935 beginnenden Inventur-Verkauf reichen wir Ihnen diesen Stammkunden-Ausweis. Es würde Ihnen, wenn er seine Aufgabe erfüllt und Sie verantwortlich für den geringen Kostenaufwand erneut in Anspruch nehmen. Denn auch diesmal ist es uns möglich, die Preise bedeutend herabzusetzen. Wir bieten Ihnen die Gelegenheit, unsere bekannt guten Qualität und Ausführung zu erleben. Wir bitten Sie um verbindlichen Besuch der SS-Verkaufsstellen. Erfahrungsgemäß ist das Verkaufspersonal mit dem Kundendienst überlastet. Sie auch bei dieser Sonderveranstaltung aufmerksam und sorgfältig zu bedienen. Bitte die Vormittagsstunden für Ihren Einkauf. Sie haben gut gekauft, wenn Sie im SS-Inventory gekleidet - besser gekleidet!

Wichtige benutzungsregeln und stellen zum Verkauf:

- Strapazierfähige Strickpullover 28.- 44.- 55.- usw.
- Reisetaschen Wintermäntel 32.- 45.- 56.- 66.- usw.
- Spezialtaschen, zwei- und dreifach 22.- 28.- 44.- usw.
- Waggen-Abgaben verhältnismäßig

Mit dem Ausweis erhalten Sie bei jedem Einkauf einen 10% Rabatt. Dieser wird bei der Abrechnung in Rechnung gestellt.

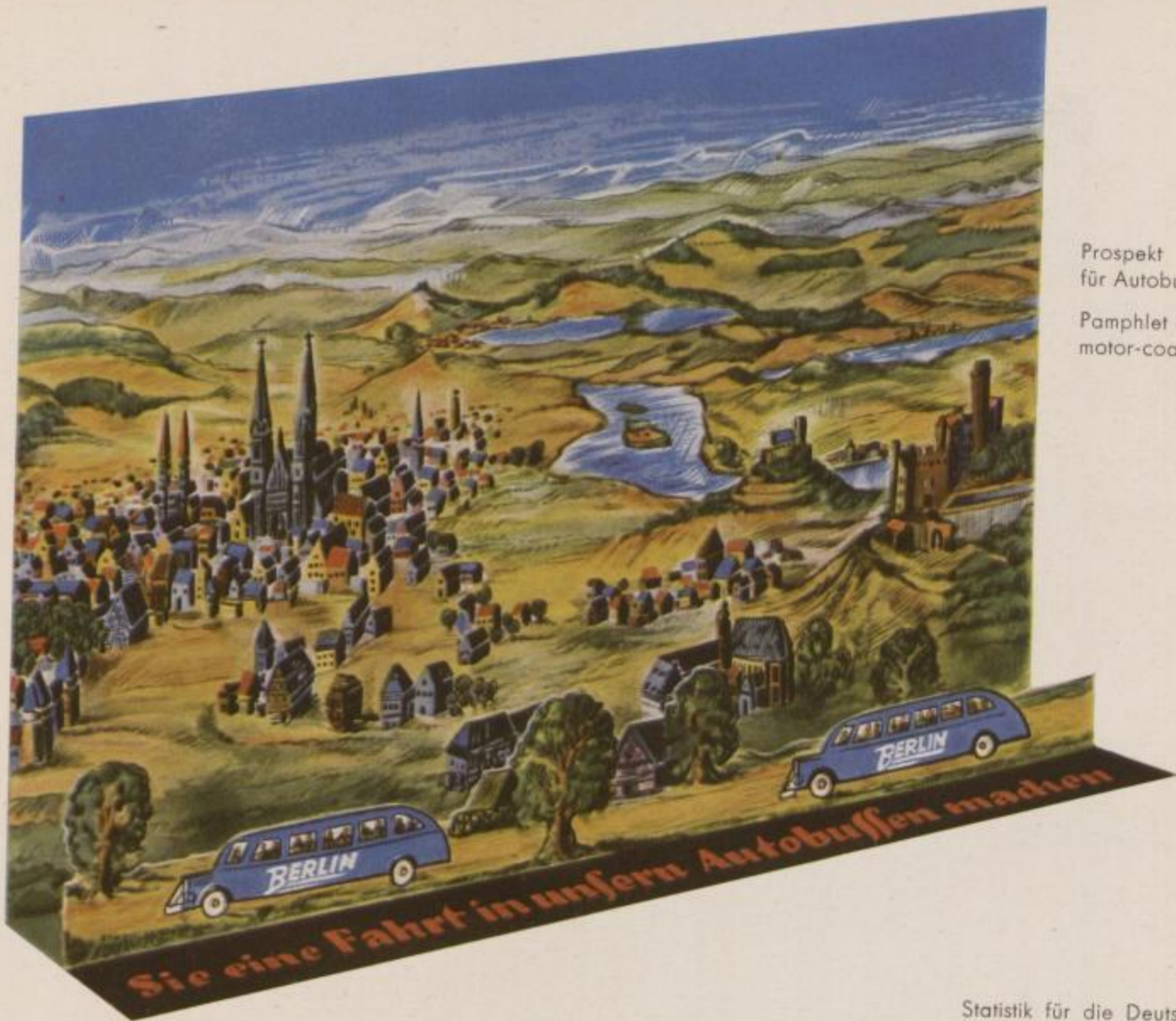
Unser Verkaufspersonal ist angewiesen, beim Vorzeigen des Ausweises Sie mit besonderer Aufmerksamkeit auch dann zu bedienen, wenn Sie sich nur über unsere Preisgestaltung und Lagerhaltung informieren wollen.

**SS**

Eine Sensation!

GEORGOECKER

Werbemittel für Herrenbekleidung  
Advertisements for Tailors



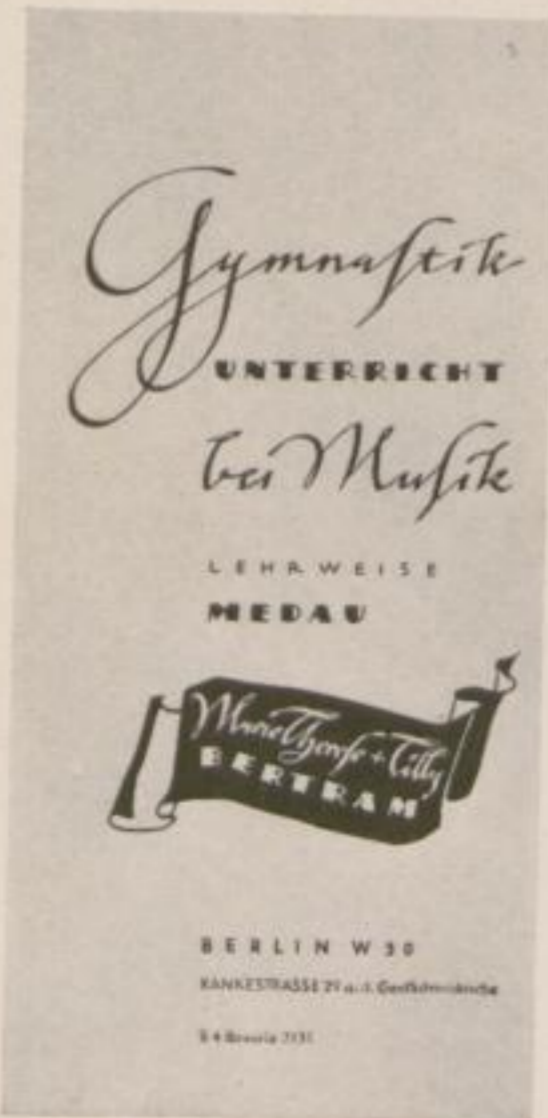
Prospekt  
für Autobusvermietung  
Pamphlet about  
motor-coaches on hire

Statistik für die Deutsche Lufthansa  
Statistic for the "German Lufthansa"

GEORG GOEDECKER

# Schon 2005x umflogen unsere Flugzeuge die Erde

DEUTSCHE LUFTHANSA



Prospekt  
Folder



PLAKATWETTBEWERB  
ÖSTERREICHISCHE VERSICHERUNGS A. G.  
POSTER COMPETITION



Ausgeführter Entwurf

F R I E D R I C H V E I T , W I E N

Executed design



WETTBEWERBS-ENTWURF

H A N N S  
W A G U L A  
G R A Z

COMPETITIVE DESIGN

J O H A N N E S  
T R O Y E R  
I N N S B R U C K

LOIS  
PREGARTBAUER  
WIEN



WETTBEWERBS-ENTWURF

J O S E P H  
B I N D E R  
W I E N

COMPETITIVE DESIGN

H E R M A N N  
K O S E L W I E N



W O J T E K -  
M Ü H L M A N N  
S A L Z B U R G

Travel poster

H A N N S W A G U L A G R A Z

Verkehrsplakat

34

STEIERMARK



ALFONS WALDE  
KITZBÜHEL



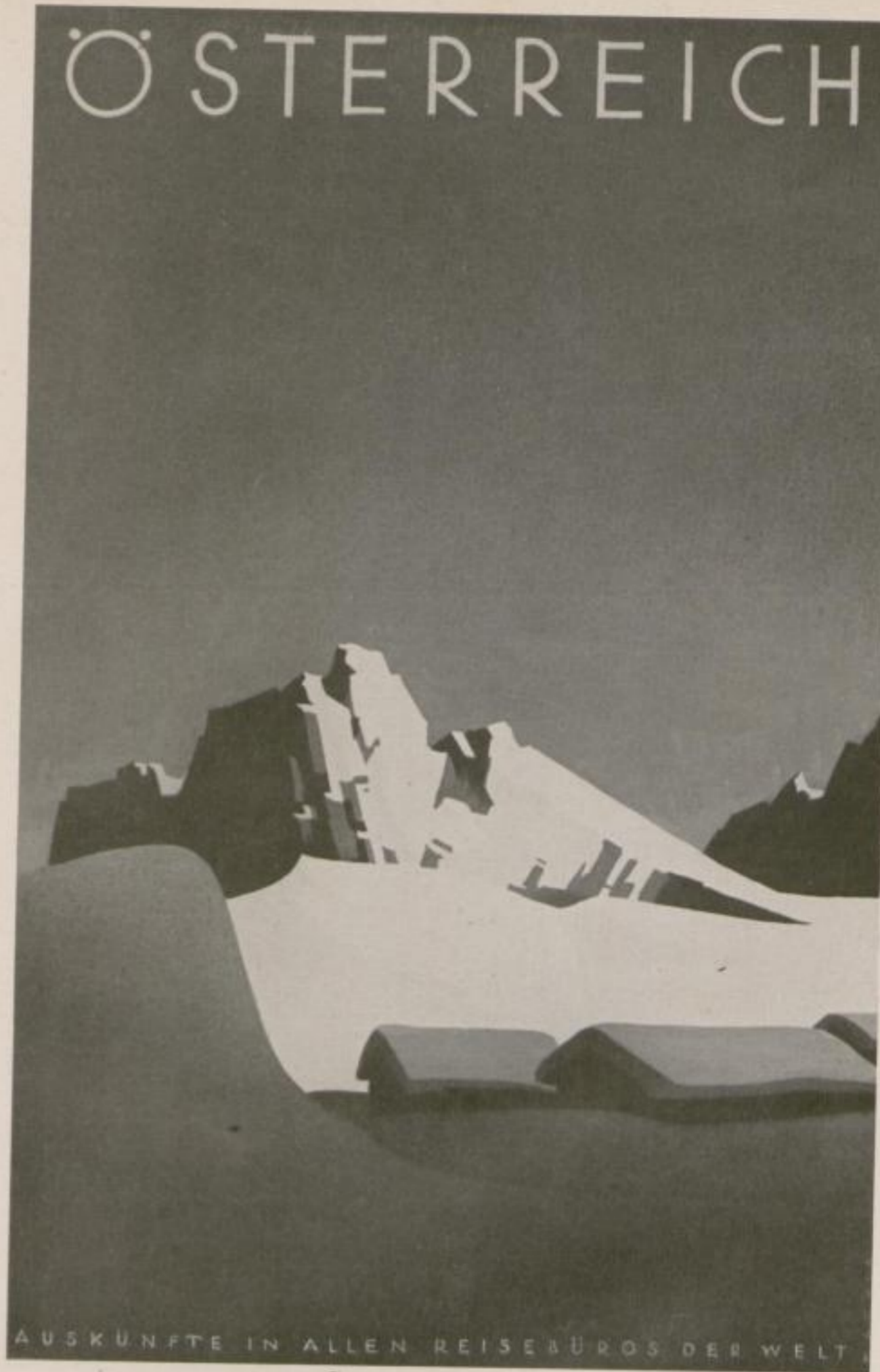
**NEUE ÖSTERREICHISCHE PLAKATE  
NEW POSTERS FROM AUSTRIA**

E. TORGGLER  
INNSBRUCK



# ÖSTERREICH

H A N N S  
W A G U L A  
G R A Z



J O H A N N E S  
T R O Y E R  
I N N S B R U C K

AUSKUNFTE IN ALLEN REISEBÜROS DER WELT



WINTERSPORT IN STEIERMARK



**KASTNER & ÖHLER**  
FÜR JEDEN SPORT



HEINZ  
REICHENFELSER  
GRAZ

JOHANNES  
TROYER  
INNSBRUCK

BERRANN  
INNSBRUCK



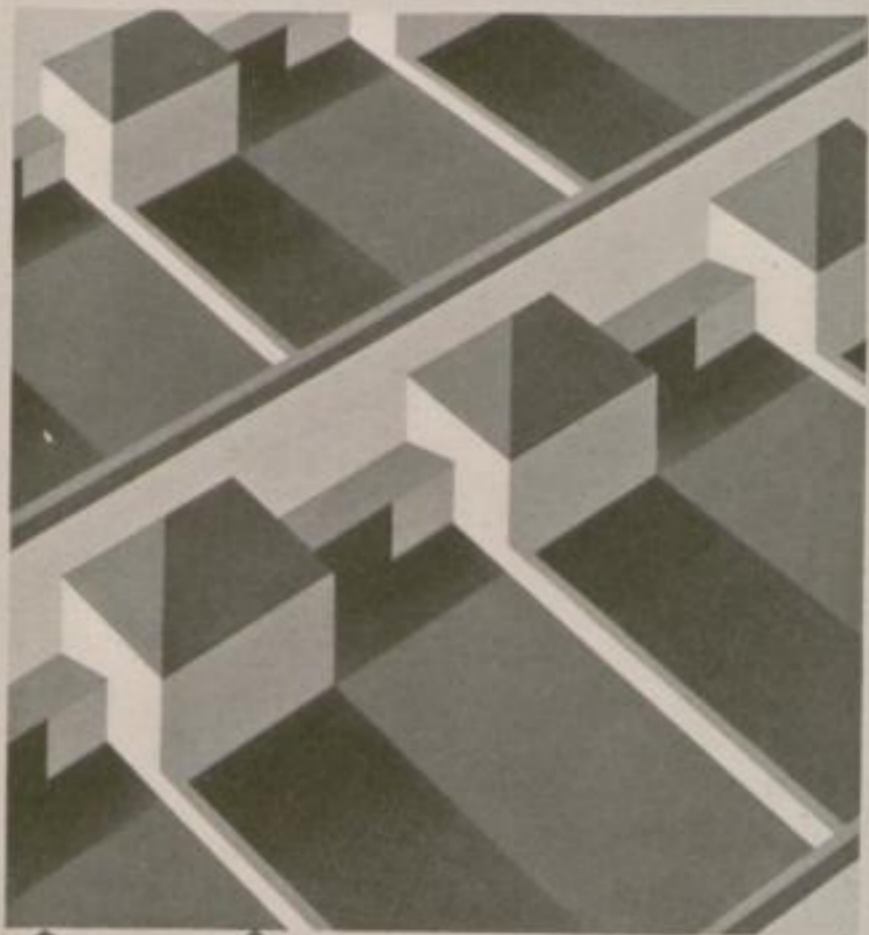
**FIS 1936**  
INNSBRUCK / TYROL



**TYROL**

ÖSTERREICH    AUSTRIA    AUTRICHE

A U S T E L L U N G



# Siedlung und Gemeinsinn

K U N S T G E W E R B E  
M U S E U M

HR

HEINZ

REICHENFELSER

GRAZ

W E I H N A C H T S  
A U S S T E L L U N G



# DAS GUTE SPIELZEUG

KUNSTGEWERBEMUSEUM

HR



JOHANNES  
TROYER  
INNSBRUCK

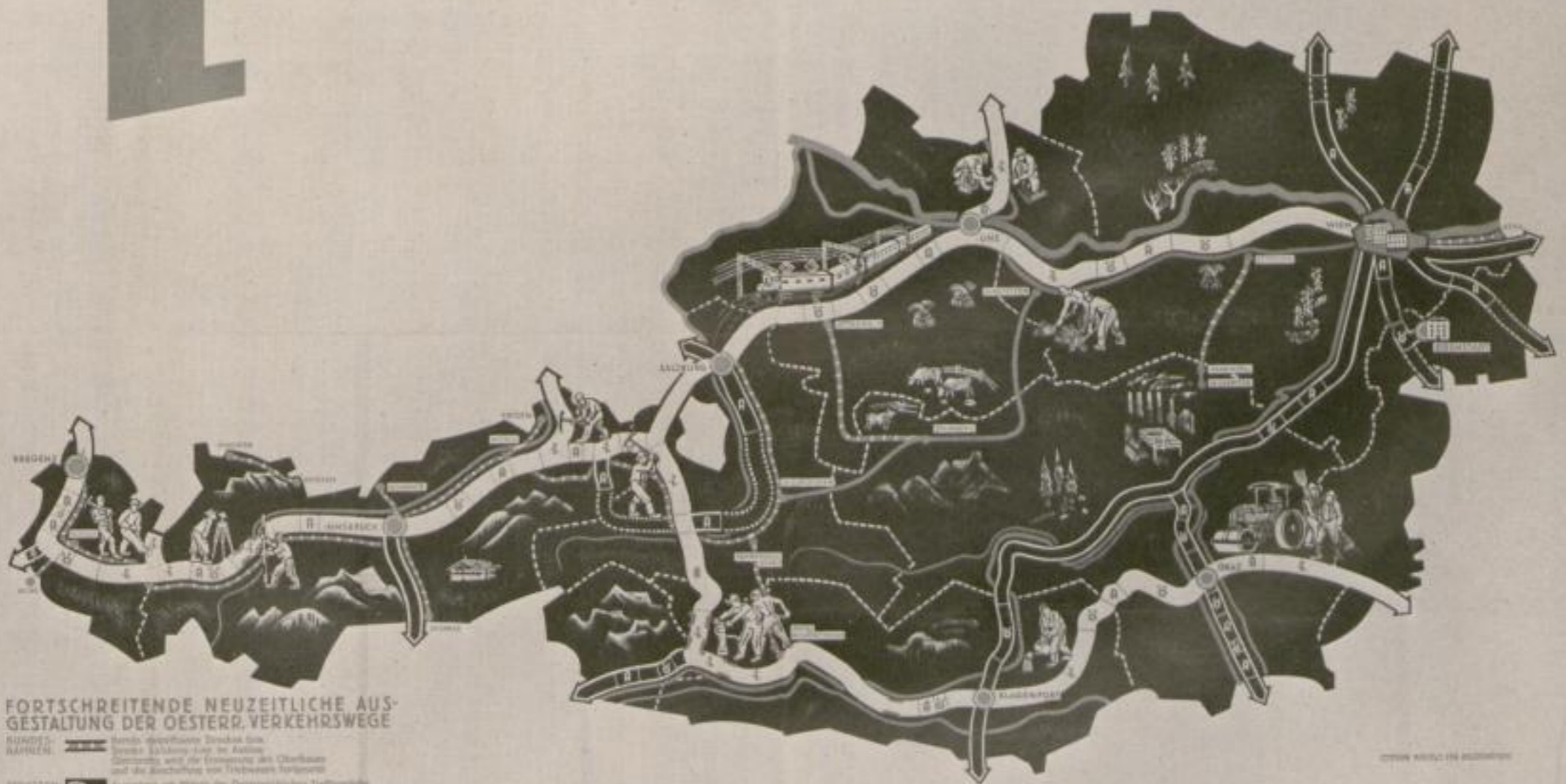


TYROL

Österreichisches Institut für Bildstatistik



# INVESTITIONSANLEIHE 1937 SCHAFFT:



FORTSCHRITENDE NEUZEITLICHE AUSGESTALTUNG DER OESTERR. VERKEHRSWEGE

**RUNDSTRAßEN** Bundesgesetzliche Straßenklasse  
 (breite Fahrbahn zum im Aufbau)  
 (Gesamtheit aller für Erreichung des Oberbaus  
 und die Beschaffung von Verkehrsleistungen)

**STRAßEN** Ausstattung mit Pflaster der Österreichischen Verkehrswege  
 bzw. der Österreichischen Bundesstraßen  
 (Ausstattung mit Pflaster der Österreichischen Bundesstraßen  
 bzw. der Österreichischen Bundesstraßen)

TECHNISCHE VERVOLLKOMMUNG DER LANDESVERTEIDIGUNG UND DER BUNDESBETRIEBE  
 FÖRDERUNG DER ARBEITSBESCHAFFUNG DER STADT WIEN UND DER BUNDESLÄNDER

# 3.

## WELT-REKLAME-KONGRESS

PARIS 5.-10. JULI 1937



Der erste Welt-Reklame-Kongreß fand im Jahre 1924 in Wembley, der zweite in Berlin 1929 statt, der dritte soll in Paris in diesem Jahre abgehalten werden.

Nach Mitteilungen des Kongreßbüros darf mit der Teilnahme von ungefähr 30 Nationen gerechnet werden. Aus Europa liegen folgende Anmeldungen vor: Deutschland, Österreich, Belgien, Bulgarien, Dänemark, Spanien, Estland, Finnland, Großbritannien, Ungarn, Italien, Lettland, Norwegen, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Tschechoslowakei, Freistadt Danzig. Aus Amerika: Argentinien, Kanada, Kuba, Vereinigte Staaten, Mexiko. Aus Asien: China, Indochina. Aus Afrika: Algier, Ägypten, Marokko, Tunis, Südafrika. Australien.

### DIE ARBEITEN DES KONGRESSES

Um zu einem fruchtbaren Ergebnis zu gelangen, hat die I. A. A. (International Advertising Association), unter deren Führung die Welt-Reklame-Kongresse stehen, nur ein offizielles Thema für die Behandlung durch den Kongreß aufgestellt, und zwar „Internationales Recht und Reklame“. Da seit dem Jahre 1929 kein Welt-Reklame-Kongreß mehr stattgefunden hat, sind die Arbeiten auf diesem so wichtigen Gebiet nicht viel weiter gekommen. Man ist aber der Überzeugung, daß die bisher geleisteten Vorarbeiten ausreichen, um bei stärkster Konzentration den Vertretern der einzelnen Nationen Vorschläge mitzugeben, die zu einem einheitlichen Reklamerecht führen können.

Außerhalb dieses Hauptthemas sind separate Verhandlungen einzelner Fachgruppen vorgesehen, z. B. für Schaufensterdekoration, fotomechanische Fotoreproduktion und Rundfunkwerbung. Die Anzeigenwerber werden sich mit der Werbung der Banken, der Versicherungsgesellschaften, der Eisenbahnen und der Fernsprechesellschaften beschäftigen. Wie immer, so wird auch dieser Kongreß große Möglichkeiten zum Gedankenaustausch der Delegierten untereinander geben.

### DIE EMPFÄNGE DES KONGRESSES

Selbstverständlich wird die Weltausstellung „Paris 1937“ das stärkste Interesse der Kongreßteilnehmer finden. Als offizielle Empfänge sind vorgesehen: Empfang im Elysée, im Rathaus, in der Oper mit anschließendem Ball, Empfang bei der Handelskammer, ein Bankett im Park von Versailles mit anschließendem Nachtfest. Außerdem will die Kongreßleitung allen ausländischen Besuchern besondere Seiten von Paris zeigen. Reisen in die Provinz, nach Beendigung des Kongresses, sollen die fremden Gäste mit den Sektkellereien der Champagne sowie mit den französischen Seebädern bekannt machen. Gegen Vorzeigung der Kongreßkarte erhalten die Teilnehmer bei allen Verkehrsgesellschaften 50 Prozent Fahrpreismäßigung.

An dem Kongreß kann jeder an der Reklame Interessierte teilnehmen. Die Eintragungsgebühr beträgt 150 französische Franken. Das Kongreßabzeichen, die Programme, die gedruckten Kongreßreferate und der unentgeltliche Besuch der Weltausstellung sind in diesem Betrag eingeschlossen.

Jede weitere Auskunft erteilt das Kongreßbüro:

3<sup>e</sup> Congrès Mondial de la Publicité  
27, Avenue de Villiers, Paris XVII

# 3<sup>rd</sup>

## WORLD ADVERTISING CONGRESS

PARIS, 5<sup>TH</sup>-10<sup>TH</sup> JULY, 1937

The first World Advertising Congress was held in 1924 at Wembley, the second in 1929 in Berlin, and the third is to be held this year in Paris.

The Congress Office states that about thirty nations will probably be represented. Applications have been received from the following countries. Europe: Germany, Austria, Belgium, Bulgaria, Denmark, Spain, Estonia, Finland, Great Britain, Hungary, Italy, Latvia, Norway, Poland, Portugal, Rumania, Sweden, Czechoslovakia, and the Free City of Danzig. America: Argentina, Canada, Cuba, the United States, and Mexico. Asia: China and Indo-China. Africa: Algeria, Egypt, Morocco, Tunis, and the Union of South Africa. Oceania. Australia.

### THE WORK OF THE CONGRESS

In order to achieve fruitful results, the I. A. A. (International Advertising Association) which organizes the World Advertising Congresses has selected only one official theme to be dealt with by the Congress, namely "International Law and Advertising". As no World Advertising Congress has been held since 1929, the work in this very important sphere has not progressed much further. The conviction is held, however, that the preparatory work already done is sufficient, if the representatives of the various nations concentrate their attention on the subject, to produce proposals which might lead to a uniform system of advertising law.

Besides this main theme, provision has been made for separate negotiations in individual groups of experts on such subjects, for instance, as window-dressing, photo-mechanical photographic reproduction, and broadcasting advertising. The advertisement agents will discuss the advertising methods of banks, insurance companies, railways and telephone companies. As on every other occasion, this Congress will provide great opportunities for an exchange of views between the delegates.

### RECEPTIONS FOR THE CONGRESS

The Paris International Exhibition of 1937 will naturally be of the greatest interest to the members of the Congress. The following official receptions are proposed: reception in the Elysée, in the Hôtel de Ville, in the Opera, followed by a ball, reception by the Chamber of Commerce, a banquet in the Park of Versailles followed by an evening fête. The Congress Management will also show foreign visitors special features of Paris. Tours in the provinces after the Congress will enable foreign visitors to visit the champagne cellars in Champagne and the French seaside resorts. Members of the Congress will be granted a reduction of fare of 50% by all transport companies on production of their member's cards.

Anyone interested in advertising can take part in the Congress. The registration fee is 150 french francs. This charge includes the Congress badge, the programmes, the printed proceedings of the Congress and free admission to the International Exhibition.

All further information may be obtained from the Congress Office:

3<sup>e</sup> Congrès Mondial de la Publicité

27, Avenue de Villiers, Paris XVII

41



Bildnis einer Tänzerin  
Portrait of a dancer

U R S  
L A N G -  
K U R Z  
S T U T T G A R T

Tanzaufnahme  
Photograph of a dance



„Ausdrucksvoll“ ist jedes Bild von Urs Lang-Kurz, ganz gleich ob es sich um ein Porträt, ein Auto, einen Koffer oder eine Modeaufnahme handelt. Schönheit ist überall, die Technik ist so brillant bewältigt, daß sie bis zum Vergessenwerden zurücktritt. Die Komposition, die Nüancen der grauen Töne, die geschickt verteilten Linien vermitteln einen Gefühlsinhalt von wohlthuender Harmonie. Diese Eigenschaft gibt den in den Fotos enthaltenen Werbegedanken einen überzeugenden Reflex.

H. K. Frenzel

Every photograph taken by Urs Lang-Kurz is "expressive", regardless of whether it is a portrait, a motor car, a trunk or a fashion plate. There is beauty everywhere, and the technique is so brilliantly mastered that it recedes into the background to the point of being forgotten. The composition, the nuances of the grey tones and the cleverly distributed lines convey a feeling of pleasing harmony. The advertising ideas contained in the photographs are convincingly reflected by this quality. Translated by W. L. Campbell



Rückenakt  
A bag view



Sportkopf  
A sportswoman



Erzählerische Modeaufnahme „Begrüßung“

A descriptive fashion-photo "The meeting"

URS LANG-KURZ STUTTGART



Erzählerische Modeaufnahme „Abschied“

A descriptive fashion-foto "Good-bye"

URS LANG-KURZ STUTTGART



Werbefoto für eine Autofirma  
 An advertising for a motor-firm

U R S  
 L A N G -  
 K U R Z



Porträt eines Rennfahrers

Portrait of a racing motorist



Kinderunterhaltung  
Children in Conversation

U R S  
L A N G -  
K U R Z

Werbefoto für eine Autofirma  
An advertising for a motor-firm



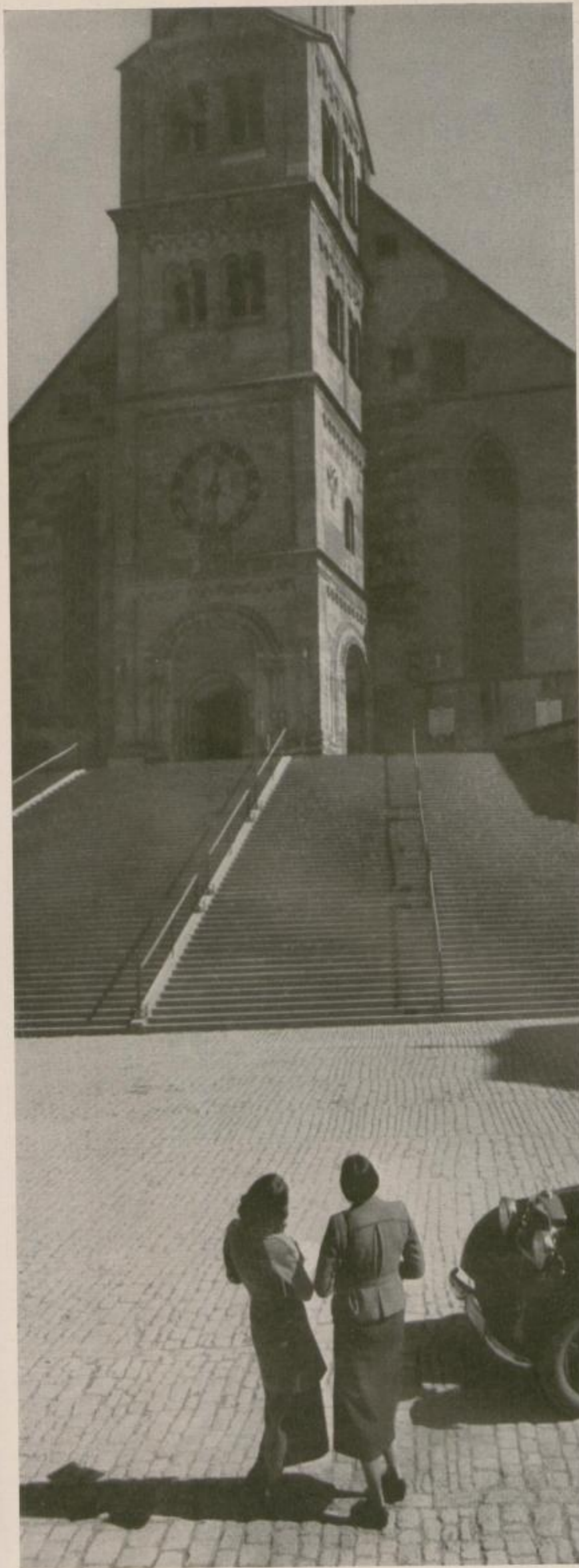
47





U R S L A N G - K U R Z

Modisches Bildnis  
Fashion-photo



Fahrt nach Schwäbisch-Hall

A visit to Schwäbisch-Hall



Portrait

U R S  
L A N G - K U R Z



Modische Reklame  
A fashion advertising

Merkwürdig, wenn man eine größere Reihe von Arbeiten dieses Künstlers betrachtet, drängt sich im ersten Augenblick unwillkürlich der Eindruck einer gewissen Regellosigkeit auf. Eine Feststellung, die auch bei wiederholtem Durchsehen stichhaltig bleibt. Allerdings wird schon durch die Qualität der einzelnen Blätter ein negativer Schluß daraus verhindert. Noch mehr: gerade in ihrer Vielfältigkeit liegt auch die Lösung selbst, denn alle diese scheinbaren Widersprüche wirken, zusammengenommen, als verräterische Zeugen — eines wirklichen Temperaments!

Zweifellos ist das Schaffen K. F. Brust's ein impulsives, und zweifellos ist es seine immer wieder neue Begeisterung, die ihn zu jeweils neuem Ausdruckswillen treibt. Seine handwerkliche Schulung als gelernter Lithograph und Dekorationsmaler läßt ihn überdies technischen Erfordernissen mit überlegener Sicherheit gegenüberstehen,

Zeitschriften-Umschläge



Magazine Covers

und seine Phantasie wiederum läßt ihn im gegebenen Augenblick allen Schulkrum vergessen — ein kleines Geheimnis, in dem die Grundbedingung allen freien Schaffens liegt. Von daher kommt das Überraschende seiner Kompositionen, das unmittelbare „Anspringen“ seiner Plakate auf den Beschauer. Erfreulich genug bleibt dabei für den Kenner festzustellen, daß hinter aller Frische eine sorgfältige Abgewogenheit und das sichere Funktionieren eines künstlerischen Gewissens steht. Grundlagen hierzu bot sein Studium bei Rudolf Koch und bei Throll.

In einigen der hier gezeigten Blätter kann man Brust's inniges Naturstudium verfolgen. Aus dieser Quelle kommt die Form seiner Pressezeichnungen. Und hier, bei aller Naturnähe auf Foto-Imitation bewußt verzichtend, kommt wieder der ganze K. F. Brust zum Durchbruch. Immer findet er packende Erregungsmomente, die, mit dem

It is noteworthy that when one examines a larger number of this artist's works the first impression is involuntarily one of a certain irregularity. This feeling is retained even when the works are re-examined. But the quality of the individual sheets prevents a negative conclusion been drawn, and even more—it is just their variety which provides the solution, for all these apparent contradictions, taken together, have the effect of betraying a real temperament.

There is no doubt that K. F. Brust's work is impulsive, and that it is his constant fresh enthusiasm that drives him to a fresh expression of his intentions every time. His training in craft-

## KARL FRIEDRICH BRUST

manship as a trained lithographer and house decorator stands him in good stead in dealing with technical requirements, while his imagination, on the other hand, makes him forget all the school business at the right moment—a little secret which represents the fundamental condition for all untrammelled creative work. That is also the cause of the surprising effect of his compositions—the direct "attack" made by his posters on the observer. But it is a satisfactory feature that it is left for the expert to ascertain that behind all the freshness there is careful consideration and the sure functioning of an artistic conscience. The basis for this was provided by his studies with Rudolf Koch and Throll.

Continuation page 53



# AEGYPTEN WIRKLICH

Von Karl Friedrich Brust

Ägypten ist nicht mehr das „Land der Pharaonen“, das man sich vorstellt, sondern ein Land, das auf seinen Weg zum Weltmachtstand hinarbeitet. Die Pharaonen aber werden auch immer mehr „Pharaonen“ heißen. In dem Maße, wie Ägypten sich zum Weltmachtstand erhebt, so werden auch die Pharaonen immer mehr ein Symbol von Macht, Ehre, Glück und Wohlstand sein. In dem Maße, wie Ägypten sich zum Weltmachtstand erhebt, so werden auch die Pharaonen immer mehr ein Symbol von Macht, Ehre, Glück und Wohlstand sein.



## ZU MEINEN BILDERN:

**Ägypten als Pharaonen**  
Die Pharaonen sind nicht mehr die Herrscher der Pharaonen, sondern die Herrscher der Pharaonen. In dem Maße, wie Ägypten sich zum Weltmachtstand erhebt, so werden auch die Pharaonen immer mehr ein Symbol von Macht, Ehre, Glück und Wohlstand sein.



**Pharaonen - Romanen**  
Die Pharaonen sind nicht mehr die Herrscher der Pharaonen, sondern die Herrscher der Pharaonen. In dem Maße, wie Ägypten sich zum Weltmachtstand erhebt, so werden auch die Pharaonen immer mehr ein Symbol von Macht, Ehre, Glück und Wohlstand sein.

Die Pharaonen sind nicht mehr die Herrscher der Pharaonen, sondern die Herrscher der Pharaonen. In dem Maße, wie Ägypten sich zum Weltmachtstand erhebt, so werden auch die Pharaonen immer mehr ein Symbol von Macht, Ehre, Glück und Wohlstand sein.



Die Pharaonen sind nicht mehr die Herrscher der Pharaonen, sondern die Herrscher der Pharaonen. In dem Maße, wie Ägypten sich zum Weltmachtstand erhebt, so werden auch die Pharaonen immer mehr ein Symbol von Macht, Ehre, Glück und Wohlstand sein.

Fundament eines sicheren zeichnerischen Könnens, auch überzeugend dargestellt werden. Diese Arbeiten, bei denen statt starrem Kamera-Objektiv das lebendige Auge eines Künstlers sieht, sind vorbildlich. Die Originalität, die aus seinen Titelblättern spricht, ist nicht zuletzt, in Einfalt und Ausführung erfreulich und beispielhaft. Kann man sich doch lebhaft vorstellen, mit welcher Anregung Leser eine Zeitschrift in die Hand nehmen, wenn der Umschlag in so glücklicher Weise dafür wirbt.

Anton Sailer



KARL FRIEDRICH BRUST

Die Große Post / 23. Februar 1936 / Nr. 5

3



Wie würden glücklich sein, daß, wenn am 14. in ganz Deutschland die Glocken läuten, sie nicht nur die Rückkehr unseres verlorenen Gebietes und unserer verlorenen Deutschen, sondern die Einfuhr des Friedens einläuten würden.



Winterhilfswerk  
des Deutschen Volkes  
1935/36



Illustrationen für Zeitungen und Zeitschriften



# Märkischer Sand

ROMAN AUS DEN LEHR-UND WANDERJAHREN  
DES GROSSEN KURFÜRSTEN  
VON HANS BODENSTEDT



Die Straße

Von den Höhen des Himmels herab sah ich ein breites Tal in die Weite der Welt. Wenn man an einem Spätnachmittage auf dem Trübsenberg steht und die Welt auf der Erde liegen sieht, wälzt sich vor dem ständigen Bild der Welt ein Meer von Sand, und alles was ich sehe ist in ihm versunken.  
Unter der Haut der Erde, die sich meistens die Welt überflutet, lag Berlin, lagen die tausend Kiefernstädter und die hundert Heiden, lag alles fast zwischen der Niederung und der Baumart. Die der Erden auf man verlor den Sand ich sah keine Dämme hoch. Die meisten von Sand aufwärts und drängen die immer trägt verdrängen flutet und liehen Welt. Sie teilten und summelten, schoben Blätter und Beere, Campel und Heide und die Wälder — endlose Wälder zwischen den Wäldern — sie schufen die Welt ...  
Es war im Jahre 1647. Welche von der Landstraße zwischen Potsdam und Berlin wendeten zwei Menschen in weissen

Gülden. Schmei am fernen sie vorwärts. Die Sonnenfeste hatte lange Tage über der Welt gelegen. Während man der Sand und ihn wie Staub. Jeder Schritt laut tief in ihn hinein. Er nahm den fernen die Kraft.  
In einem Kessel, in dem sich ein paar flüchtige Heide angefüllt hatten und eine dichte Kiefer wuchs, hielten die Pilger stehen. Der Mann von beiden wußte einen Weg zum Himmel empor, was als er seine freudige wohlwollende Blick sah, fröhlich er genah den Kopf. Dann ließ er sich schwer auf den Sand lag nieder, wusch die Hände gegen die Schläfen und schloß die Augen.  
Der Jüngere sah nach Worten, die dem anderen neue Kraft geben konnten für den Weg durch den Sand.  
„Es ist möglich nicht mehr mit, denn Doktor“, sagte er plötzlich, „ein paar hundert Schritte — dann kommt Heide und dann der Wald.“  
Der Alte antwortete nicht. Nur während der andere sprach, hatte er die Augen geschlossen. Dann schloß er sie wieder und sah noch mehr in sich zusammen.  
Der junge Mensch ließ seinen Blick über das endlose Sand-

sich gleiten, um etwas zu finden, aber das man sprechen konnte, viele graue Sande in die Luft.  
„Hör, du mein Herr!“ rief er plötzlich, als ihm etwas in den Sand kam, das ihm sah den Sand sehen ließ. „Sich doch, wie das Sand die Luft sieht! Du liegst zwei arme Schritte von der Luft an den höchsten Punkt, erdigen und ungeschützt. Wer noch, wie lange ...! Der Sand wandert über die Höhe. Halt dich fest! Ich bin hier. Aber die Erde ragen nach oben — und die Erde, damit der Himmel ihren Blick sieht. Woher kommt der Sturm seine Lüge über sie.“  
Er sah nicht — wartete auf eine Antwort. Aber die Erde war wieder da. Seine Stimme wurde lauter und eindringlicher: „Freilich Himmel, so riefst du, Herr! Schreit doch! Schreit doch! Die Welt ist nicht in Sand, und verheißt dich nicht! Ich bitte dich, bleib nicht doch.“  
Der andere blickte um ihn, vorübergehend. Doch seine dünnen abtrocknen Finger ließ er den gelben Sand rinnen. Seine Augen hatten sich, fast erloschen, auf das Spiel seiner Hände.

Zeichnung von K. F. Brust

KARL FRIEDRICH BRUST

Brust's intimate study of Nature can be traced in some of the sheets reproduced in this issue. This is the source of the form of his sketches for the press. Here, too, the work is characteristically that of K. F. Brust who, with all his nearness to Nature, consciously refrains from imitating photographs. He always finds thrilling stimulating factors, which, thanks to his sure skill as a draughtsman, are always represented in convincing fashion. These works, which are seen by the living eye of an artist, instead of by the rigid objective of a camera, are excellent. The originality which marks his title pages is by no means the least pleasing and exemplary features as regards both ideas and execution. It is easy to imagine the stimulus felt by readers who pick up periodical when the cover acts as publicity in such a satisfactory way.

Translated by W. L. Campbell

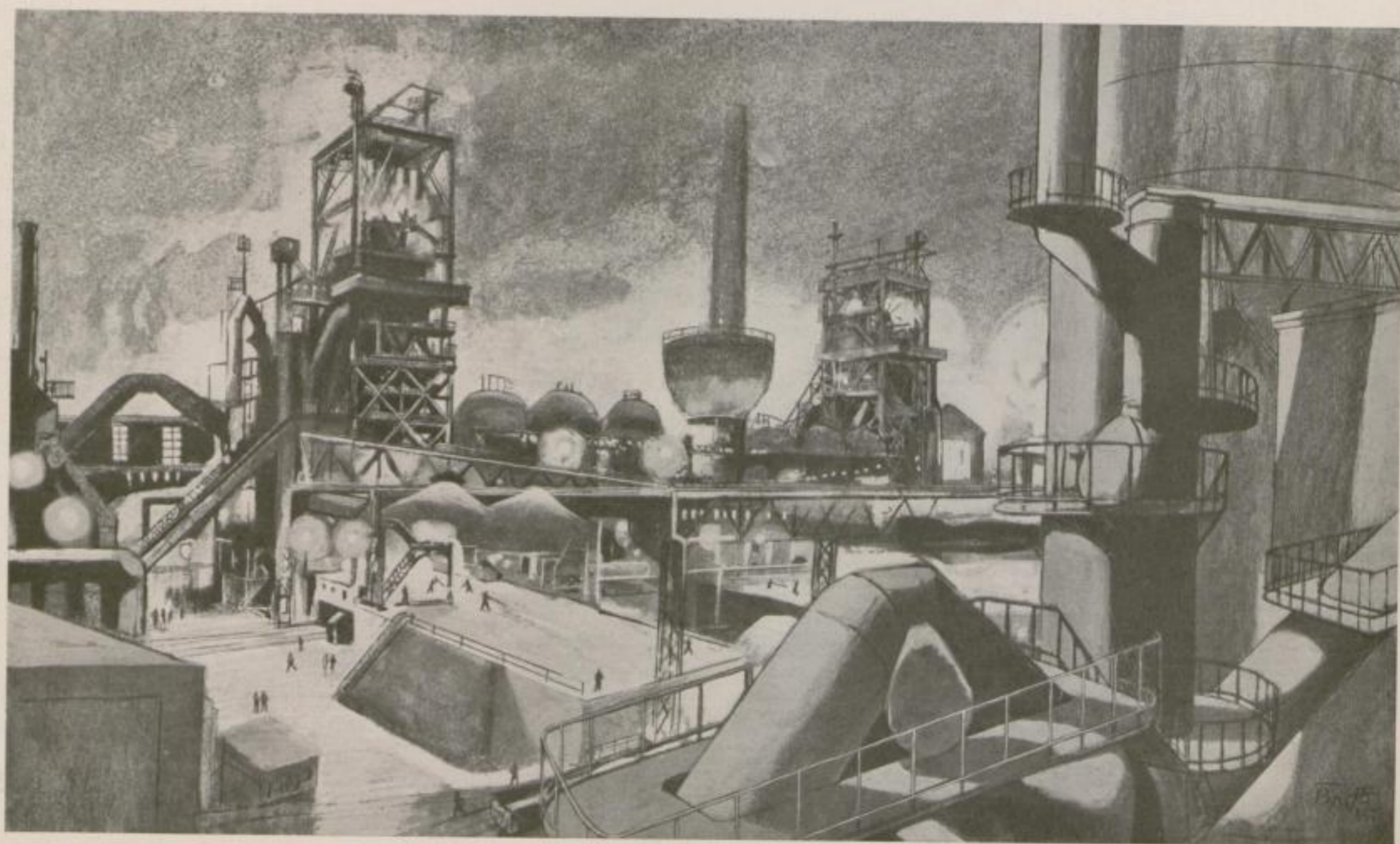
Studie aus Ägypten

KARL  
FRIEDRICH  
BRUST

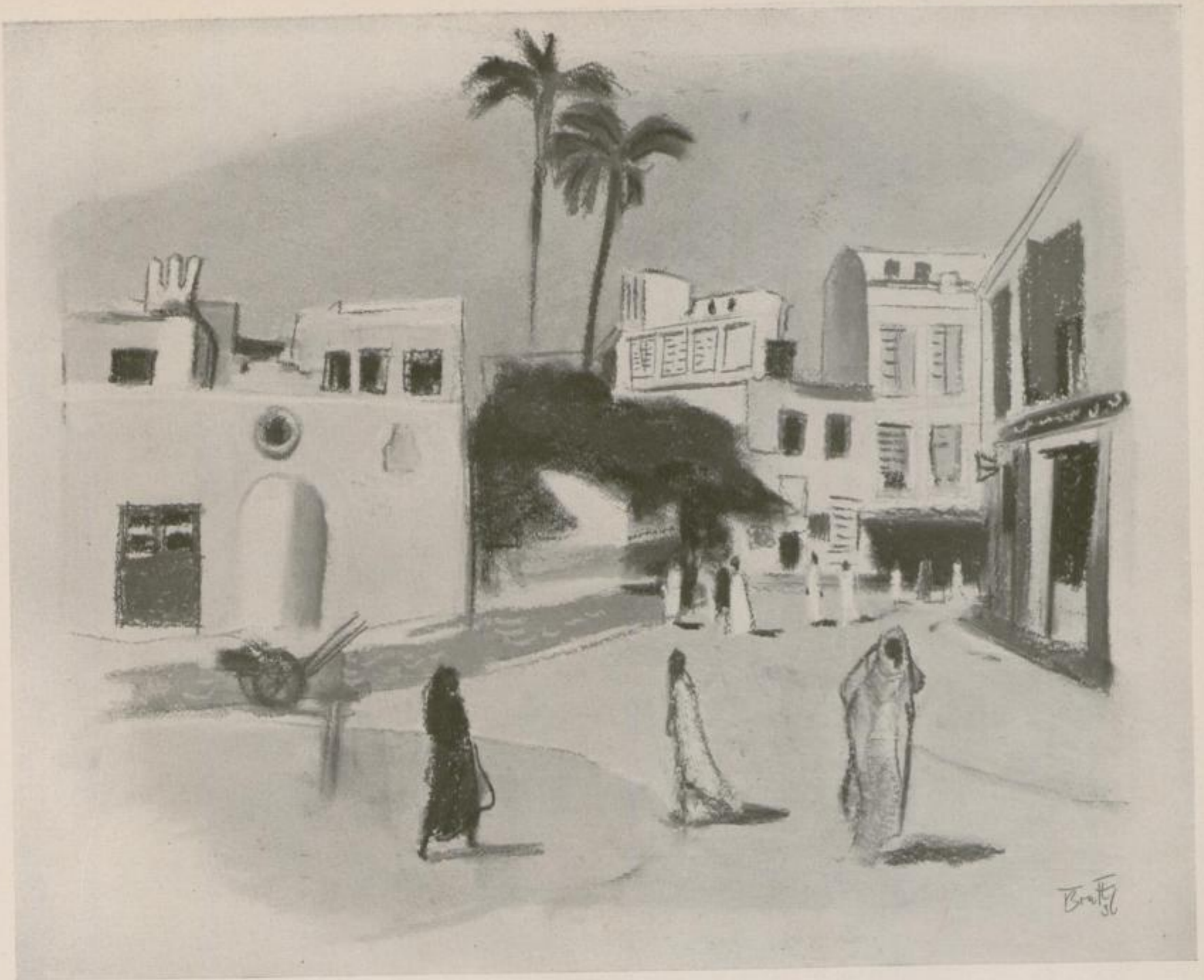
Study for Egypt



Illustration







Studie aus Ägypten

Study for Egypt

KARL FRIEDRICH BRUST

Illustration

Illustration





Originell im Argument und graphisch gut gestaltete Versicherungs-Prospekte

Foto: Pfankuch

ALLIANZ UND STUTTGARTER VEREIN  
VERSICHERUNGS-AKTIEN-GESELLSCHAFT



Photo: Pfankuch

Original and graphically well arranged insurance pamphlets

V I C T O R I A Z U B E R L I N  
 A L L G E M E I N E V E R S I C H E R U N G S - A . - G .



**Baritos**

Diese und alle anderen Sorten  
von Rauch- und Schnupftabak  
werden fabricirt und verkauft bei

**OLDENKOTT**



**Oldenkott**

Diese und alle anderen Sorten  
von Rauch- und Schnupftabak  
werden fabricirt und verkauft bei  
OLDENKOTT in BREMEN

**Baritos**

Diese und alle anderen Sorten  
von Rauch- und Schnupftabak  
werden fabricirt und verkauft bei

**OLDENKOTT**



Diese und alle anderen Sorten  
von Rauch- und Schnupftabak  
werden fabricirt und verkauft bei

**OLDENKOTT**

H O R S T S T A G E

DESIGNS FOR  
TOBACCO PACKAGES



H O R S T S T A G E



PACKUNGEN  
PACKAGES

HERBERT NEUMANN

## WIRTSCHAFT UND WERBUNG

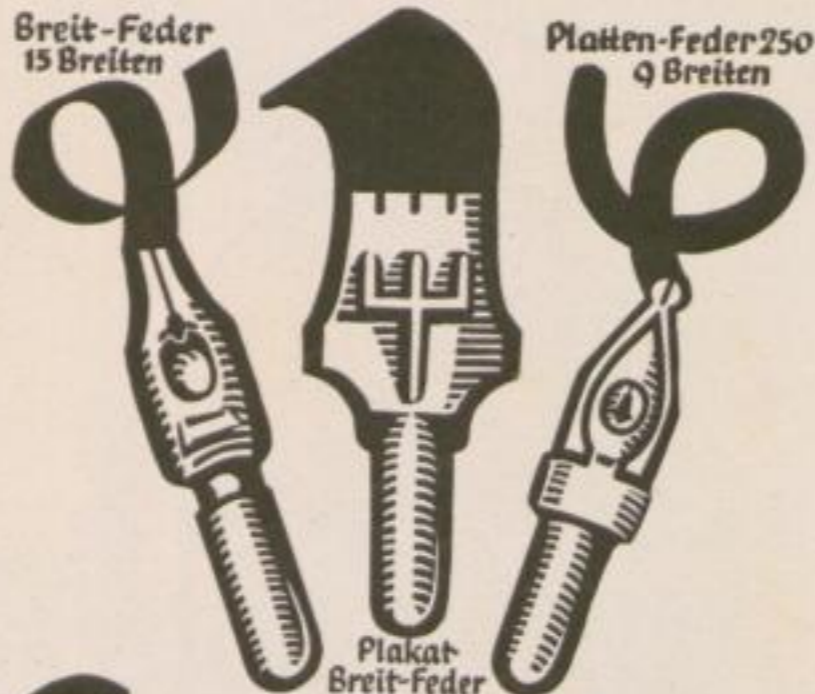
### DIE WERBEKOSTEN IM DEUTSCHEN EINZELHANDEL

Über die Höhe der Kosten, die die einzelnen Wirtschaftszweige für Werbezwecke aufwenden, gingen die Meinungen und die Schätzungen selbst in Fachkreisen bisher weit auseinander. Das lag einmal daran, daß bei den Berechnungen und Schätzungen sehr verschiedene Kosten als „Werbeaufwand“ angesehen wurden: teils lediglich der Sachaufwand an Drucksachen, Inseraten und Dekorationen, teils die Propaganda in weiterem Sinne einschließlich Werbebriefen, Angeboten usw., teils auch die Aufwendungen personeller Art für Reisende, Vertreter usw. Zudem aber mangelte es fast durchweg an wirklich zuverlässigen Unterlagen für diese Schätzungen der Werbekosten, da die meisten Firmen das Geheimnis ihres Werbeaufwandes ängstlich hüteten und da es nicht angängig war, von den Verhältnissen einzelner Unternehmungen auf die Gesamtheit der Betriebe eines Wirtschaftszweiges oder gar darüber hinaus auf die gesamten Aufwendungen der Wirtschaft überhaupt zu schließen. Diese Schwierigkeiten der Beurteilung galten sowohl für die Werbekosten der Industrie, wo das Verhältnis zwischen Umsatz und Werbeaufwand von Betrieb zu Betrieb und erst recht von Industriezweig zu Industriezweig außerordentlich schwankt, es galt auch für den Einzelhandel, wo die Verschiedenheiten zwischen den einzelnen Betrieben allerdings wohl nicht ganz die Spanne erreichen wie bei der Industrie, da die Werbekosten hier nicht in einem annähernd gleich großen Verhältnis zum Umsatz stehen wie es bei einzelnen Industriezweigen, namentlich bei der Markenartikelindustrie der Fall ist. Denn während die Werbung des Einzelhandels sich lediglich an den letzten Verbraucher wendet, hat die Industrie für ihre Erzeugnisse oft sowohl beim Konsumenten wie auch beim Einzelhändler zu werben.

Die Unsicherheit in den Berechnungen der Werbekosten und ihres Anteils an den Gesamtkosten wie an den Gesamtumsätzen beginnt allmählich dadurch beseitigt zu werden, daß an Stelle der Schätzungen und unzuverlässigen Verallgemeinerungen positive, auf Grund sicherer Methoden gesammelte Zahlenunterlagen treten. Wir wiesen erst kürzlich an dieser Stelle auf Untersuchungen des Werberats der deutschen Wirtschaft und des Instituts für Konjunkturforschung hin, die geeignet sind, das statistische Dunkel etwas aufzuhellen, das noch die volk- und betriebswirtschaftliche Rolle der Werbung umgibt. Was den Einzelhandel anlangt, so läßt sich aus einer Arbeit der Forschungsstelle für den Handel beim RKW über die „Kosten des deutschen Einzelhandels von 1930 bis 1935“ mancher Einblick in den Umfang und die Bedeutung der Werbekosten im Einzelhandel gewinnen. (Die Arbeit ist von Dr. Tiburtius und Dipl.-Kaufmann Schmidt verfaßt und im C. E. Poeschel-Verlag, Stuttgart, 1937 erschienen. Preis RM 2,90.)

Als Kosten des Einzelhandels bezeichnet die Arbeit alle die Aufwände, die in der Sphäre der Einzelhandelsbetriebe selber entstehen, es werden also nicht die Aufwendungen für den Einkauf der Ware unter die Kosten gerechnet. Erfasst werden somit die Personalkosten, die Mietkosten, sonstige Raumkosten (Beleuchtung, Heizung, Reinigung), Betriebssteuern (Gewerbe- und Umsatz-





# Soennecken-Federn

für alle Kunstschriften!

Überall zu haben

Prospekt Nr. 02371 auf Wunsch kostenfrei

F-SOENNECKEN-BONN-BERLIN-LEIPZIG



## DER MASSTAB

Ihrer Werbung liegt in der präzisen Ausführung Ihrer KLISCHEE'S

und Offset-Reproduktionen von Sauer & Co.

BERLIN SW. 68, ALEXANDRINEN STR. 26  
BOCHUM, FR.-LUEG-HAUS KORTUM STR. 16

steuern), die Sachkosten der Werbung, die Zinsen für Kredite und eine Sammelgruppe „Sonstige Kosten“; mit unter die Kosten fallen das Unternehmergehalt, der Mietwert für eigene Geschäftsräume und Zins für Eigenkapital. Für den Untersuchungszeitraum 1930—1935 ergibt sich folgende Entwicklung der Umsätze und Kosten des deutschen Einzelhandels, wobei der gesamte Einzelhandel mit geringen Ausnahmen (Teile des Altwarenhandels, des Markt- und Straßenhandels, Direktwarengeschäfte industrieller Hersteller) einbezogen ist:

Handelszweig und Betriebsform	Reklamekosten in %			von den Gesamtkosten 1935
	vom Umsatz			
	1933	1934	1935	
Tabakwarenfachgeschäfte	—	0,4	0,3	1
Fachgeschäfte für Bekleidung:				
Textilwaren aller Art	—	0,9	0,9	3
Kurz-, Weiß- und Wollwaren	—	0,8	0,9	4
Wirk- und Strickwaren	—	1,4	1,2	4
Wäsche	—	1,3	1,1	4
Bettwaren	—	—	2,0	6
Kleider- und Wäschestoffe	—	1,2	1,5	5
Damen- und Mädchenkleidung	—	1,0	1,5	5
Herren- und Knabenkleidung	—	1,8	1,8	7
Herrenausstattungen	—	0,9	1,2	4
Herrenhüte und Mützen	—	—	1,2	3
Teppiche und Möbelstoffe	—	—	2,1	7
Handarbeiten	—	—	0,6	2
Sportartikel und -bekleidung	2,7	2,1	2,2	9
Schuhwaren	1,6	1,2	0,9	4
Haushaltwaren:				
Möbel	1,5	1,3	1,3	5
Glas- und Porzellanwaren, Hausrat	—	0,9	0,9	3
Haus- und Küchengeräte, Porzellanwaren, Eisenwaren	—	0,6	0,7	2
Eisenwaren, Öfen u. Herde, Hausrat	—	0,5	0,5	2
Tapeten	—	1,0	1,0	3
Funkgeräte und -zubehör	—	1,8	1,5	5
Drogerien	1,0	1,0	0,9	3
Fachgeschäfte für Fotogeräte u. -bedarf	—	1,9	rd. 1,5	4
Uhren	2,3	2,3	2,5	6
Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren	—	1,1	1,3	3
Papier-, Schreibwaren- und Bürobedarf	—	0,7	0,6	2
Büromaschinen u. Organisationsmittel	1,2	0,9	0,8	3
Kraftfahrzeuge	0,3	0,3	0,4	5
Landmaschinen	—	—	0,2	1
Warenhäuser	1,9	1,7	1,5	5
Kaufhäuser	1,8	1,5	1,4	5
Ländliche Gemischtwarengeschäfte	—	—	1,0	4

Es mag in diesem Zusammenhang von Interesse sein, wie die Verfasser diese Entwicklung der Gesamtumsätze und der Kosten des Einzelhandels beurteilen: „Umsätze und Kosten des Einzelhandels haben zwischen 1925 und 1935 drei Perioden von charakteristischer Verschiedenheit durchlaufen. Von 1925 bis 1928 stiegen die Umsätze, mit einem kurzen Stillstand im Jahre 1926, von etwa 30 Milliarden RM auf 35 Milliarden RM, sie wurden im Jahre 1929 insgesamt behauptet, sie sanken bis 1933 auf 21,2 Milliarden RM und stiegen in den Jahren 1934 und 1935 auf 25,2 Milliarden RM wieder an. Nach dieser Entwicklung lagen die Umsätze des Einzelhandels im Jahre 1935 noch um etwa 30 % unter dem Stande des Jahres 1929, um etwa 23 % unter 1930 und etwa auf gleicher Höhe wie im Jahre 1924. . . Die Kosten des Einzelhandels sind in der Aufstiegsperiode der Jahre 1924 bis 1929 stark gestiegen, da die Vermehrung der Umsätze auf einer erheblichen Ausdehnung der Leistungen der Betriebe beruhte. In der Krisenzeit der Jahre 1930 bis 1933 sind die Kosten wesentlich weniger gesunken als die Umsätze, da deren Rückgang weit mehr auf Preissenkungen als auf einer Verringerung der Mengen und der an die Betriebsleistung gestellten Ansprüche beruhte. Die Folge dieser Entwicklung in den Krisenjahren war, daß der Einzelhandel seine Betriebsbereitschaft in erheblichem Umfange aufrechterhalten mußte. Die Kosten sanken daher von 6,9 Milliarden RM des Jahres 1930 auf 5,2 Milliarden RM im Jahre 1933, um nur etwa ein Viertel, die Umsätze sanken in der gleichen Zeit von 32 Milliarden RM auf 20,7 Milliarden Reichsmark, um etwa 35 %. Er konnte daher auch in die Zeit des Wiederanstieges der Umsätze nach 1933



starke Reserven an unausgenutzter Leistungsfähigkeit hineinnehmen und die Umsatzvermehrung der Jahre 1934 und 1935 von rund 19 % mit einer Kostensteigerung von nur 6,1 %, von 5,3 Milliarden RM auf 5,7 Milliarden RM bestreiten. Damit lagen die Kosten im Jahre 1935 um etwa 20 % unter der Höhe von 1930. Auf diese Entwicklung der Kosten hat die Entwicklung der Umsätze in den genannten drei Perioden durch die Unterschiede ihrer Ursachen und ihres Verlaufs entscheidend eingewirkt."

Bei der Gliederung der Kosten nach ihrer betriebswirtschaftlichen Funktion werden die Personal-, Miet- und Steueraufwendungen, die der planmäßigen Beeinflussung nur in engen Grenzen zugänglich sind, den von der Umsatzentwicklung abhängigeren Kosten gegenübergestellt, unter die auch die Werbekosten fallen. Von ihnen wird ausdrücklich gesagt, daß ihre Verringerung in Krisenzeiten nur dann günstig wirkt, wenn die Marktrückgang entstehen läßt — und das dürfte nur für recht wenige Ausnahmefälle zutreffen.

Unter „Kosten für Werbung“ sind in der vorliegenden Untersuchung die Aufwendungen für alle Arten von Sachwerbung zusammengefaßt, also die Gebühren für Anzeigen und Anschläge, die Herstellungspreise der Plakate und Kataloge, Beschaffungskosten von Zugabegenständen und von Gegenständen, die in Schaufenstern, Schaukästen oder anderen Plätzen zu Werbezwecken aufgestellt werden. Nicht inbegriffen sind die Personalkosten der Werbung, also auch die Gehälter für im eigenen Betrieb angestellte Dekorateur und Reklamezeichner. Dadurch dürfte allerdings wahrscheinlich der Werbeaufwand namentlich der Waren- und Kaufhäuser in den Zahlen der Veröffentlichung nicht voll in Erscheinung treten.

Für die Jahre 1934 und 1935, zum Teil auch für 1933 sind in der Untersuchung für die verschiedenen Handelszweige und Betriebsformen die Anteile der einzelnen Kostenarten in % der Gesamtumsätze ausgewiesen. Dabei zeigt sich, daß die Werbekosten im Einzelhandel zwischen 0,2 und 2,7 % der Umsatzsummen schwanken.

	1930	1931	1932	1933	1934	1935
Umsatz in Milliarden RM. . . . .	32,0	27,2	21,5	21,2	23,8	25,2
Umsatzveränderung 1933 = 100 . . . . .	154,5	131,2	103,8	100	112,4	118,8
Umsatzveränderung gegenüber dem Vorjahr in % . . . . .	-8,6	-15,1	-20,9	-3,7	+12,4	+5,7
Kosten in Milliarden RM. . . . .	6,9	6,3	5,5	5,3	5,6	5,7
Kosten in % vom Umsatz. . . . .	21,7	23,3	25,5	25,2	23,4	22,5
Kostenveränderung 1933 = 100 . . . . .	133,1	121,5	105,1	100	104,2	106,1
Kostenveränderung gegenüber dem Vorjahr in % . . . . .	—	-8,7	-13,5	-4,8	+4,2	+1,8

Bezogen auf die gesamten Kosten des Einzelhandels schwanken die Werbekosten zwischen 1 und 9 %, wie aus der letzten Spalte der Tabelle hervorgeht.

Nach der Aufstellung haben den höchsten Reklameaufwand unter den aufgeführten Einzelhandelszweigen die Uhrengeschäfte, die Fachgeschäfte für Sportartikel und -bekleidung, für Teppiche und für Bettwaren. Die Kauf- und Warenhäuser dagegen erscheinen erst in einigem Abstand, wobei allerdings der bereits erwähnte Umstand zu beachten ist, daß die Gehälter für im eigenen Betriebe angestellte Reklamezeichner und Dekorateur hier nicht in Ansatz gebracht sind. Auffällig ist dabei der Rückgang der Reklameaufwendungen im Verhältnis zum Umsatz bei den Waren- und Kaufhäusern seit 1933. Auf der anderen Seite fällt die Steigerung der Reklamekosten von 1934 auf 1935 im Handel mit Damen- und



## Studienreise

des graphischen Gewerbes nach

# USA



ausgeführt von der

**Hamburg - Amerika Linie**



Ausreise mit Schnelldampfer „Hansa“ am 6. Mai ab Hamburg. Heimreise mit Schnelldampfer „Deutschland“ am 27. Mai ab New York.

Das sorgfältig zusammengestellte Reiseprogramm bietet Gelegenheit, Spezialbetriebe allergrößten Umfangs für sämtliche Zweige des graphischen Gewerbes kennenzulernen.

Das Reiseprogramm umfaßt folgende Ziele: New York, Buffalo, Niagara-fälle, Chicago, Milwaukee, Cincinnati.

Fahrtpreise einschließlich See- und Landreise ab RM 996.-

Es reist sich gut mit den Schiffen der

**Hamburg - Amerika Linie**



Ausführliche Prospekte und Buchungen durch die Vertretungen an allen größeren Plätzen.



Der Fachhandel führt diese Radiergummi seit Jahren!

Gummiwaren-Fabrik »Hansa« Böcker & Basch K.G., Hannover

Spezialanstalt für  
**Galvanos  
 Matern  
 Stereos**

BLEIPRÄGEGALVANOS  
 VERNICKLUNG V. KLISCHEES  
 STARKE KUPFERSCHICHT  
 TIEFE PRÄGEMATERN

**Joh. Hartleib** Klischee  
 Fabrik  
 Berlin SW 19 · Alte Jakobstr. 78a · Tel.: 161776

Mädchenkleidung auf; in diesem Zweige gingen nicht etwa bei absolut gleichbleibendem Reklameaufwand die Umsätze zurück, sondern im Gegenteil blieben die Umsätze absolut gleich, die Reklameaufwendungen wurden jedoch um 50 % gesteigert.

Die Forschungsstelle für den Handel will in einer weiteren Veröffentlichung der Darstellung der Tatsachen eine Untersuchung der Ursachen für die Entstehung und die Höhe der Kosten und für ihre Veränderungen folgen lassen. Es soll dann z. B. auch geprüft werden, „inwieweit die Vermehrung der Reklameaufwände des Handels mit Damen- und Mädchenkleidung und die Steigerung anderer Kosten aus betriebswirtschaftlichen Maßnahmen zu erklären sind, mit denen dieser Handelszweig im Jahre 1935 die in anderen, ihm nahestehenden Zweigen eintretenden Rückschläge jenes Jahres vielleicht abzuwehren suchte. Daneben ist zu prüfen, wie in den letzten Jahren die Preise von Werbemitteln (besonders von Inseraten, Anschlägen an Säulen und von Katalogen) verändert worden sind.“ Man darf von dieser angekündigten Arbeit also auch für die Frage der Reklamekosten weitere wichtige Aufklärungen erwarten.

## ANREGUNGEN UND BERICHTE ZUR ABSATZFORSCHUNG

**Neue Wege in der Absatzwirtschaft.** Heft 4 der Schriftenreihe „Absatzwirtschaft“. Berlin, 1937, Deutscher Betriebswirte-Verlag, G. m. b. H., 100 Seiten, Preis 3 Mark. Die Schrift ist eine Veröffentlichung der Vorträge, die auf dem 2. Deutschen Betriebswirtschaftertag gehalten wurden, soweit sie sich mit Fragen der Absatzwirtschaft, der Werbung und der Verbrauchsforschung befaßten. Sie bezweckt, die Zusammenarbeit von Wirtschaftslehre und Wirtschaftspraxis auf diesem wichtigen betriebswirtschaftlichen Gebiet zu fördern. Es handelt sich — der Entstehung des Buches entsprechend — nicht um eine systematische Darstellung, sondern um die Wiedergabe von Anregungen und Erfahrungen führender Männer der Wissenschaft und der Praxis. Nicht alles ist, wie der Titel es verspricht, dabei neu. Neu und wesentlich ist jedoch die betonte Blickrichtung auf die in den Betriebswissenschaften bisher recht stiefmütterlich behandelten Probleme des Absatzes. Mit Beiträgen beteiligt sind Prof. Vershofen, Dr. Schäfer und Dr. Bergler vom Nürnberger Institut für Wirtschaftsbeobachtung, R. Künzler, Dr. Tiburtius, Dr. Jacobs, R. Krause, K. Ahrens und Dr. Schnutenhaus.

**Dr. Edgar Schley: „Scheinwerfer auf den Kraftfahrzeug-Absatz“.** Marktbeobachtung und Betriebsvergleich im Kraftfahrzeughandel und -gewerbe. Halle (Saale), 1936, Verlag von Wilhelm Knapp, 152 Seiten. Auf Grund einer mehrjährigen Tätigkeit beim jetzigen „Reichsfachverband des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes“ schildert Dr. Schley die Praxis der Marktbeobachtung dieser Organisation. Das Kraftfahrzeuggewerbe gehört zu den Wirtschaftszweigen, für die durch umfangreiches und einwandfreies amtliches und privates Zahlenmaterial seit langem die Möglichkeit einer genauen Beobachtung und Kontrolle des Marktes gegeben ist. Es ist nun reizvoll zu erfahren, daß diese Unterlagen nicht allein von den industriellen Firmen für ihre Marktanalysen ausgewertet werden, sondern in umfassender Weise auch von der Berufsorganisation des Fachhandels. (Der Zusatz „Gewerbe“ ist irreführend, da es sich hier nicht um die Automobilindustrie handelt, sondern ausschließlich um die Nebengewerbe.) Nur für sehr wenige andere Warenzweige wird der Markt so weitgehend statistisch „durchleuchtbar“ sein wie für die Kraftwagen, daher werden sich die Marktbeobachtungsmethoden und ihre Durchführung leider nicht verallgemeinern lassen. Dennoch wird die Darstellung auch den Marktanalytikern anderer Wirtschaftszweige manchen Hinweis geben. Der Betriebsvergleich, dessen Methodik und Praxis ebenfalls geschildert werden, kann noch nicht die lange Erprobung für sich sprechen lassen wie die Marktbeobachtung. Gerade im Kraftfahrzeughandel ist er zudem mit vielen Schwierigkeiten verbunden, so daß hier noch manche Verbesserungen nötig sein werden, um durch ihn zu verwertbaren Erkenntnissen zu kommen. Das Buch ist im ganzen eine überzeugende Werbung für die Anwendung betriebswissenschaftlicher Beobachtungsmethoden auf dem Gebiet des Warenabsatzes.

„Die Stimme des Verbrauchers“. Herausgegeben von der Gesellschaft für Konsumforschung e. V., Berlin. Die von

**Kraftdroschken-Reklame**  
 IN ALLEN STÄDTEN DES REICHES

TAUENTZIEN-VERLAG u. PROPAGANDA G.M.B.H. Abtl. Kraftdroschken Reklame · BERLIN W 50. TAUENTZIENSTR. 15. TEL. B 4.951 b



Vierfarbenätzung nach Naturfarbenfoto

**4. Beispiel**

## Freude an Pickenhahn- Farbendruckern

### Freude an Pickenhahn-Farbendruckern

Ein neues Beispiel, damit Sie selbst entscheiden können, ob Pickenhahn-Farbendrucke auch Ihrer Werbung eine neue Note zu geben vermögen. Wenn Sie noch im Zweifel sein sollten — einfach mal probieren — mit einer Titelseite, einem Umschlag, einem Sonderprospekt. — Sie werden überrascht sein! In der Farbe liegen doch ganz große Möglichkeiten. — Zu teuer? Keinesfalls, nur die Wirkung mit in Rechnung stellen, einmal bedenken, wie sehr die Menschen nach Farbenfreude verlangen, wie lebendig Sie Ihre Erzeugnisse zeigen können, — es einfach wagen, um nicht hinten an zu kommen. — Sorge vor Experimenten ist unbegründet, wenn Sie Pickenhahn in Anspruch nehmen. Bei Pickenhahn druckt man Farbendrucke seit Jahrzehnten in hervorragender Qualität, ausgezeichnete Farbätzer sorgen für die Klischees und die Aufnahmen werden gleichfalls im eigenen Atelier gemacht, oder freischaffende Farbenfotografen wirken mit, wenn Sonderaufgaben solche Mitarbeit gelegentlich verlangen. — Schicken Sie uns nun bitte Ihre Anfrage, oder besprechen Sie einmal die nächste in Aussicht stehende Arbeit völlig unverbindlich mit einem unserer fachkundigen Vertreter. Es ist ratsam, bald Nachricht zu geben, weil man die Freude an Pickenhahn-Farbendruckern nicht aufschieben soll.

**J. C. F. PICKENHAHN & SOHN  
CHEMNITZ**



**Buch-, Offset-, Stein- und Lichtdruck  
Klischeeanstalt, Fotoatelier**

*Seit 99 Jahren*



Prof. Vershofen geleitete „Gesellschaft für Konsumforschung“, die es sich zur Aufgabe gesetzt hat, durch wissenschaftliche Erforschung der Konsumentenhaltung und der Konsumentengewohnheiten an der Lösung der Absatzprobleme mitzuwirken, führt in dieser ausgezeichnet geschriebenen und gedruckten Werbeschrift in ihre Gedanken, ihr Wollen und ihr Wesen ein. Die Schrift überzeugt nicht nur durch ihren Text (Hanns W. Brose), vor allem auch durch ihre sorgfältige, unaufdringliche und doch fesselnde graphische Gestaltung (W. Schwarze-Nürnberg).

„Wirtschaftsstruktur Schlesien“. Herausgegeben vom Gauverlag — NS — Schlesien, bearbeitet von Dipl.-Volkswirt Gerhard Rösler. 111 Seiten. Auch diese Werbeschrift will und wird mithelfen an der Absatzforschung. Werben will sie nicht nur für den Verlag, der sie herausbringt, sondern für ein ganzes Wirtschafts- und Konsumgebiet, das oft etwas stiefmütterlich behandelt wurde und es zudem von Natur aus schwer hat. Geschmackvoll und instruktiv sind in graphischen Bildern, unterstützt von Zahlenangaben, die Bevölkerungsgliederung, die wirtschaftliche Entwicklung, die Produktionsleistung der schlesischen Wirtschaft in Vergleich gesetzt zu den Verhältnissen in anderen wichtigen Wirtschaftsgebieten des Reichs. Der zweite Teil bringt dann Angaben über die Einzelgebiete Schlesiens, und zwar jeweils für den von einer Zeitung des Verlags erfaßten Bezirk. Hier werden den Einzeldaten über Bevölkerung und Wirtschaft stets die wesentlichsten Angaben über die Verbreitung der Gauzeitung gegenübergestellt. Das Buch sollte bei Marktanalysen und bei der Aufstellung von Werbeplänen nicht unbeachtet bleiben. Es gibt einen vorzüglichen Überblick über die Markt- und Werbemöglichkeiten in dieser oft zu wenig beachteten Provinz.

Dr. W. P.

## Zur guten Werbung gehört ein gutes Plakat


an Anschlagssäulen  
und Straßenbahnen

Wir verwalten den Bogenanschlag in rund 400 Gemeinden. In einer Reihe von Städten auch Straßenbahn-Reklame usw.

Verlang. Sie Vorschläge u. Preisangebote unverb. v.

**Deutsche Städte-Reklame GmbH.**

Hauptverwaltung: Frankfurt am Main, Platz der SA 11. Telefon 23749. Geschäftsstellen: Berlin, Bochum, Braunschweig, Bremen, Danzig, Essen, Gera, Gelsenkirchen, Kassel, Kiel, Königsberg in Preußen, Krefeld, Mainz, München, München-Gladbach, Münster in Westfalen, Zwickau in Sachsen



### Ergebnis des „1000-DM-Wettbewerbs“

der „Postreklame“, zur Erlangung von Anzeigen-Entwürfen für Markenartikelwerbung auf Schreibpult-Löschblättern in Postämtern. Die Sitzung des Preisgerichtes hat am 24. Februar dieses Jahres stattgefunden. Ausgezeichnet wurden folgende Teilnehmer:

- 1. Preis: RM 300.—** für den Entwurf 732 094  
Gebrauchsgraphiker Kurt Vrien und Gerhard Schulz, Berlin-Wilmersdorf
- 2. Preis: RM 200.—** für den Entwurf 923 557  
Gebrauchsgraphiker Friedrich Wobst, Berlin W 15
- 3. Preis: RM 100.—** für den Entwurf 123 762  
Gebrauchsgraphiker Eug. Kech, Schwenningen am Neckar

**8 Trostpreise zu je RM 50.—**

341 625 — Karl Fehrmann, Berlin-Südende	395 291 — Fris Wiblein, Mannheim-Neckarau
153 711 — Herbert Voigt, Alschersleben	101 112 — Ruth Frommhold, Hannover
173 462 — Karl Fehrmann, Berlin-Südende	213 153 — Karl Holz, Rehbrücke b. Potsdam
531 441 — Ernst Benninghoven, Barmen-Wuppertal	174 125 — H. Huffert, Gr. Steinheim-Hanau

Nach den Wettbewerbsbestimmungen gehen die ausgezeichneten Arbeiten mit allen Vervielfältigungsrechten in das Eigentum der Postreklame über. Die Preisträger wurden bereits besonders benachrichtigt. Die zahlreichen guten Lösungen der von uns gestellten Aufgaben haben bewiesen, daß Löschblätter auf Schreibpulten in Postämtern vorbildliche Werbeträger sein können. Wir wollen die Markenartikel-Industrie an Hand mehrfarbiger Wiedergaben der preisgekrönten Arbeiten von der geschmackvollen Wirksamkeit guter Löschblatt-Werbung auf Schreibpulten in Postämtern überzeugen. Fordern Sie daher unverbindlich und kostenlos die Mappe: „Löschblattwerbung in Postämtern“ durch die Deutsche Reichs-Postreklame G. m. b. H., Berlin W 66, Mauerstraße 77.

# ADRESSENVERZEICHNIS ZU HEFT 4

**K Ü N S T L E R** ALTON, LOIS, Innsbruck  
BEUCKE, WERNER, Berlin-Dahlem, Spilstraße 10  
BINDER, JOSEPH, 57 West 58<sup>th</sup> Street, New York City  
BRUST, KARL FRIEDRICH, Berlin-Wilmersdorf, Bonner Straße 5  
DRESCHER, PROF. ARNO, Kunstgewerbeschule Dresden  
GODECKER, GEORG, Berlin-Schöneberg, Kufsteiner Straße 47  
KOSEL, HERMANN, Wien  
LANG-KURZ, URS, Stuttgart, Kronenstraße 25  
NAGEL, HANNA, Vereinigte Staatsschulen für freie und angewandte Kunst,  
Berlin-Charlottenburg, Hardenbergstraße 33, Atel. 189  
NEUMANN, HERBERT, Berlin-Weißensee, Friedrichstraße 4  
PFANKUCH, GERT, Berlin W 35, Potsdamer Privatstraße 121c  
PREGATBAUER, LOIS, Wien  
REICHENFELSER, HEINZ, Graz  
TORGGLER, Innsbruck  
TROYER, JOHANNES, Innsbruck  
VEIT, FRIEDRICH, Wien  
WAGULA, HANNS, Graz  
WALDE, ALFONS, Kitzbühel  
WOJTEK-MÜHLMANN, Salzburg

**SCHRIFTSTELLER** FRENZEL, PROF. H. K., Berlin SW 68, Wilhelmstraße 148  
HOLSCHER, DR. EBERHARD, Berlin SW 61, Gitschiner Straße 5  
PUTTKAMMER, DR. WALTER, Wilmersdorf-Friedenau, Südwestkorso 20  
SAILER, ANTON, Berlin-Haiensee, Küstriner Straße 4  
SCHALCHER, TRAUOGOTT, Berlin NW 21, Lübecker Straße 30  
**ENGLISCHER ÜBERSETZER:**  
CAMPBELL, MAJOR W. L., Berlin W 62, Kleiststraße 26


**B E I L A G E N** BERGER & WIRTH, Farbenfabriken, Leipzig N 24  
FERD. FLINSCH, Papiergroßhandlung, Berlin SW 68  
W. GIRARDET, Graphische Betriebe, Essen  
P. GOSSEN & CO. K.-G., Fabrik elektr. Apparate, Erlangen  
GRAF & SCHUMACHER, G. m. b. H., Düsseldorf, Tußmannstraße  
G. E. HABICH'S SOHNE, Farbenfabrik, Veckerhagen  
GEBR. HARTMANN, Druckfarbenfabriken, Ammendorf bei Halle  
KAST & EHINGER G. m. b. H., Druckfarbenfabriken, Stuttgart  
KARL KRAUSE, Komm. Ges. a. A., Leipzig O 5  
J. NEUMANN, Graph. Großbetrieb, Neudamm  
J. C. F. PICKENHAHN & SOHN, Großdruckerei, Chemnitz  
AUGUST SCHERL, Verlag und Druckerei, Berlin SW 68  
GEBR. SCHMIDT, Druckfarbenfabriken, Berlin-Heinersdorf  
GEORG THIEME & CO., Holzutensilienfabrik, Leipzig O 5

**ENTWURF DES UMSCHLAGES:**

ALLNER, HEINZ, Paris 14e, 232 Bd. Raspail

**DRUCK DES UMSCHLAGES:**

WILHELM WAGNER, Buch- und Kunstdruckerei, Berlin S 42, Brandenburg-  
straße 72/73

 Heute wie vor 75 Jahren  
sind Führung und Gefolgschaft  
unserer graphischen Werke verbunden.  
im Streben nach der besten Leistung

**MEISSNER & BUCH**  
LEIPZIG · BERLIN



*Meisenbach*

ERFINDER DER AUTOTYPHE

**MEISENBACH-KLISCHEES**

\*

**MEISENBACH-GRAVÜREN**

\*

**MEISENBACH-TIEFDRUCK**

\*

**MEISENBACH-ATELIERS**

für künstlerische Aufnahmen  
und Farben-Photographie

\*

**MERCO-FARBENTIEFDRUCK**

\*

**MERCO-FARBENPOSTKARTEN**

*Weltruf durch Qualität*

BEGRÜNDER DER FIRMA

**MEISENBACH**

**RIFFARTH & CO. AKTIENGESELLSCHAFT**



**BERLIN-SCHÖNEBERG \* MEISENBACHHAUS \* LEIPZIG CI**

Printers and  
**DRUCKEREIEN UND KUNSTANSTALTEN**  
Studios



**PRÄGE-** PLAKATE · KALENDERRÜCKWÄNDE  
in Hochrelief und Schneideschrift  
**„REFLEXOL“** · BUCHSTABEN · ZAHLEN  
· PREISSCHILDER  
Plakafabrik Walter Fabian · Dresden-A.19  
Leipziger Messe: Ringmesshaus V./1116 u. Großer Heller II./25

**Arthur Kolbe GmbH., Kunstanstalt**  
für einfarbigen Lichtdruck und Farbenlichtdruck  
**DRESDEN - A. 21**  
Herstellung von Bildern, Plakaten, Prospekten



**W. GIRARDET · ESSEN**

Tiefdruck u.  
Buchdruck  
von Bogen  
und Rollen

SEIT 60 JAHREN LIEFERE ICH  
Werbedrucke  
Illustrations- u.  
Farbendrucke  
Zeitschriften



**ROBERT MÜLLER POTSDAM**

**Wilhelm Falk & Co.**  
Dresden 19 Gegründet 1904


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

Vertreter an vielen Plätzen gesucht

**MARTIN PHILIPSEN**

BERLIN NO 55  
FERNRUF 530344

Die Druckerei für farbige Werbung  
Taschenkalender · Tischkalender



**Moderne Drucksachen**  
Kontobücher und Lineaturen  
Formulare jeder Art  
Reklame- und Schriftentwürfe

**BUCH- UND KUNSTDRUCKEREI GREIF**  
Berlin S 42 · Wassertorstr. 50 · F 1 Moritzplatz 5208

Zahlkarten  
Spezialformulare  
Kollanhänger

Wir sind auf diese Druck-Erzeugnisse spezialisiert. Wir können also preiswert und vor allem schnell liefern. Das sind Vorteile, die Sie sich nutzbar machen sollten. Verlangen Sie Muster und Preise.



**SCHERPE · KREFELD**  
Der leistungsfähige Drucker

**Plakafabrik Laubegast**  
**Max Fischer**  
DRESDEN-A. 44

• Kartonplakate in plastischer Hochreliefprägung  
Kalenderrückwände

*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-LEHNHAGEN · MARGARETENSTR. 19

F R E I

BUCHDRUCK  TIEFDRUCK  
IN HERVORRAGENDER AUSFÜHRUNG  
**G.A. KOENIG · ERFURT**

**Immer  
Spamer  
Drucke**

**SPAMER A.-G.**  
ABT. DRUCKEREI  
LEIPZIG

**Krämerische Buchdruckerei**  
Hermann Steffen · Potsdam · Junferstr. 50 · Begr. 1722

7 Druck-, 2 Setzmaschinen. Eigene Buchbinderei

ZEITSCHRIFTEN WERKE WERBEDRUCKSACHEN



Printers and  
**DRUCKEREIEN UND KUNSTANSTALTEN**  
Studios

**MÄNNER**  
*der Industrie-Werbung*  
verlangen kostenlose Zusendung von Drucken aus unserer Praxis  
**Stuttgarter Vereinsbuchdruckerei**  
Aktiengesellschaft Stuttgart-W Hasenbergstr. 13-15 Fernruf 61210  
Die bekannte süddeutsche Qualitätsdruckerei für Werbedrucke

 **STEIN- u. Offset DRUCK**  
*in bester Ausführung!*  
W-SCHROEDER & CO. NACHF.  
BERLIN SW19 - NEUE GRÜNSTR. 32  
ANRUUF: 16 73 42  
Etiketten  
Plakate  
Prospekte

**WEBERS**  
Buch- u. Kunstdruckerei  
017, Große Frankfurter Straße 137  
 Ruf: E 7 Weichsel 0397  
Moderne leistungsfähige  
Druckerei für Handwerk,  
Handel und Industrie

**WER LIEFERT FOLIEN?** *Manufacturers of Foils*

**ALUMINIUMWERK TSCHUELIN GMBH.**  
TENINGEN - BADEN  
Aluminiumfolien in jeder Ausführung

**Aluminium-Folien** kaschiert und unkaschiert  
für das graphische Gewerbe  
In bestens bewährten Qualitäten liefern  
**Aluminium-Walzwerke Singen G.m.b.H.**  
Singen — Hohentwiel

FOLIENPAPIERE **METALLOSE**  
GOLD UND SILBER  
Metallpapierfabrik  
H. Benkert  
Dresden-A. 21  
für Luxus-Packungen, Katalogumschläge,  
Schnellschrift-Plakate, Siegelmarken usw.

**M. BRÜNN & CO., A.-G.**  
FÜRTH IN BAYERN  
Kaschierte und unkaschierte, glatte, dessinerte, bunte,  
bedruckte Aluminium- und Zinnfolien-Qualitätsware.

 **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

 **Aluminium-Folien**  
Hueck & Büren  
Aluminiumfolienwalzwerk • Lüdenscheid

**Aluminium-Folien-**  
**Walzwerk / Köln — Niehl 2**  
Aluminiumfolien jeder Art, auch Dekorationsfolien  
Einige Vertreterbezirke frei!

**ALUMINIUM-FOLIEN**  
in erstklassiger Ausführung liefert  
Metallpapier-Bronzefarben-Blattmetallwerke  
Aktiengesellschaft München 12

**Vereinigte Stanniolfabriken G.m.b.H.**  
**Roth bei Nürnberg**  
sind leistungsfähige Lieferanten für  
**Aluminium- und Zinnfolien in allen Sorten**

*Bookbinders-service* **WER BINDET BÜCHER?**




**BERLINER  
BUCHBINDEREI-  
WERKSTÄTTE G.M.B.H.**  
BERLIN SW 68, ALTE JAKOBSTRASSE 156-57. RUF: A 7 4741

**fritzsche-  
Ludwig R.G.**  
Großbuchbinderei  
Papierverarbeitung  
BERLIN SW 68 · FRIEDRICHSTR 16  
*u.a. Filz-Pluppen für alle Zwecke*

F R E I

**GEORG MÜLLER & CO.**  
Großbuchbinderei  
für Industrie und Verlag  
TELEFON 123924 BERLIN W 8 MAUERSTRASSE 43



**HAUT - PERGAMENT**  
für Diplome, Bucheinbände, Kunsthandwerk und dergl. auch in einzelnen Zuschnitten  
**CARL WILDBRETT** G.m.b.H. Mühlhausen in Thüringen 2

**WER LIEFERT KLISCHEES?** *Who makes blocks?*

**AI Klischees**  
*Klischeeanstalt Anzeiger-Blockhaus*  
HANNOVER · GOSERIEDE 5/6 · FERNRUF: 51221  
Qualitätsklischees für alle Werbezwecke  
SPEZIALITÄTEN:  
EXPRESS-ZEITUNGSKLISCHEES · MATERN  
TIEFTONKLISCHEES · FARBÄTZUNGEN  
Verlangen Sie Angebot 14  
VERTRETER GESUCHT



**KLISCHEES**  
FRITZ HAUSSMANN  
DARMSTADT  
FERNRUF: 4384/85



**KLISCHEES**  
BRUNO ROHLAND  
BERLIN SW 61 · BARÜTHER STR. 15  
RUF: 66 87 75 / 76

*Qualitäts-Klischees liefert:*  
**Klischee-Dienst**  
Telefon: 17-3621-22  
Berlin S.W. 68 Lindenstr. 26

**Tülich**  
KLISCHEES / GUMMISTEMPEL / GEÄTZTE UND  
BEDRUCKTE SCHILDER IN FEINSTER AUSFÜHRUNG  
ALBIN JULICH GMBH. KLISCHEEFABRIK / DRESDEN-A. 16

F R E I

**KLISCHEES** SCHRAMM & BERGER  
DRESDEN-A.1 PILLNITZER STR. 50

# DRUCKEREI-BEDARF

Necessaries  
for Printers

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



## Transportgeräte aller Art

für das Druckereifach.  
Hubwagen und Stapler  
Seit 43 Jahren:

**GRUNDMANN & KUHN Berlin SO 16**

## Fenstereinklebe - Maschinen

**Berger & Becker**  
Spezialmaschinen für die papierverarbeitende Industrie  
**Düsseldorf-Eller**



## Schneidlinien

**GRAEF & KUNHENN**  
Werkzeugfabrik  
Wuppertal-Unterbarmen

Ritz-, Rill-, Perforier-, Wellenlinien,  
Sperrholzdekupler-Sägen, Schwamm-  
u. Biegemaschinen f. d. Herstellung von  
Bandstahlschnitten. Vertreter gesucht.

## Siegelmarken - Prägepressen



Zur Herstellung aller Arten Siegel-  
marken, Etiketten, Banderolen, kleinen  
Faltschachtel-Zuschnitten usw. in einem  
Arbeitsgange. Langjährige Spezialität:  
Export nach allen Ländern.

**Wilh. MAUL jr. Maschinenfabrik**  
Dresden-G. 27 - Gegründet 1873

# LEHRANSTALTEN

Academies

## contemporä

LEHRATELIERS FÜR NEUE WERKKUNST  
RAUMKUNST • TEXTILENTWURF: PROF. F. A. BREUHAUS  
MODE • GEBRAUCHSGRAPHIK: PROF. OTTO ARPKE  
FOTOGRAFIE • WERBUNG • REPORTAGE: ERICH BALG  
Prospekt kostenlos durch Sekretariat B 2 • Berlin W 15 • Emsier Str. 43 • Tel. J 2 Oliva 4355



**BLOCHERER SCHULE**  
für angewandte Kunst  
MÜNCHEN, Gabelsbergerstraße 36  
staatlich anerkannt. — Spezialklasse  
für Gebrauchsgraphik und Modezeichnen

## HANDWERKERSCHULE HILDESHEIM

STAATL.-STÄDT. TECHN. U. KUNSTHANDWERKL. FACHSCHULE

Abteilungen für Dekorations-Malerei, Tischler — Raumgestaltung,  
Schlosser — Schmiede — Metallbearbeitung, Gebrauchsgraphik,  
Frauenkleidung — Handarbeiten, Maschinenbau — Elektrotechnik.  
Vollunterricht  
nach festen Lehrplänen mit Zwischen- und Abschlußprüfungen.  
Fach- und Sonderkurse. — Meisterkurse.  
Semesterbeginn: 15. März u. 1. Oktober 1937. Eintritt auch außerhalb  
dieser Zeit möglich. Unterricht von 8 bis 15 Uhr.  
Auskunft und Druckschriften Rathausstraße 9 — Fernruf: 3044.

## KUNST UND WERK

PRIVATE SCHULE FÜR GESTALTUNG • VORMALS

## SCHULE REIMANN

INHABER: HUGO HÄRING

FREIE UND GEBRAUCHSGRAFIK  
MODE, TEXTILKUNST UND FOTO  
PROSPEKT A KOSTENLOS • BERLIN W 30



## Münchner Lehrwerkstätten


FRÜHER DEBSCHITZSCHULE MÜNCHEN  
Hohenzollernstraße 21. Telefon 30149  
Gebrauchsgraphik, Schrift, Modezeichnen, Architektur, Textil,  
Handwerkstoff, Keramik, Zeichnen, Malen (Portraitk.),  
Plastik. Künstlerische Leitung: Burke. Prospekt frei

## Weimar • Hochschulen

Direktor: Schultze-Naumburg

**Kursus: Wandmalerei**  
vom 25. Mai bis 19. Juni 1937

# WER LIEFERT ENTWÜRFE?

You can  
obtain  
designs from 

*Schrift Etikett Prospekt Plakat*  
**JOE AVERDUNG**  
Berlin W 50 Spichernstr. 25 + B 4.0115

**WERBEFOTOS**  
Erich Balg, Berlin W 15, Emser Str. 44  
(siehe „Gebrauchsgraphik“ Dezember 1936, Seite 20-25)

**BALTZER**  
BERLIN-BRITZ  
PARCHIMER ALLEE 89n • FO. 6393

## BEMELEIT

Ein Gebrauchsgraphiker, der den vielseitigen Aufgaben der Gegenwart durch einfache aber eindrucksvolle Form überzeugende Gestalt zu geben weiß. H.K.F.  
(Gebrauchsgraphik, Heft Nr. 6, Juni 1936)

Arthur Bemeleit, Berlin-Zehlendorf  
Loebellstrasse 12, Fernruf: H 4 7709

**BRUHN**  
BERLIN W 50 PASSAUER STRASSE 34  
2 4 3 5 0 7

DORE MONKEMEYER  
**C O R T Y**  
DRESDEN, GRUNAER STR. 45



EMIL DÖRFEL • BERLIN SW 61 • IMMELMANNSTRASSE 2

### Bildender Künstler

**LEO DORFSTÄTTER**

MALER & GRAPHIKER • MARKNEUKIRCHEN I. S. • FELDSTRASSE 6

Landschaft- und Porträt-Maler,  
Gebrauchsgraphiker,  
Ideenreicher Entwurfzeichner,  
Modelleur, Medailleur.



BERLIN-SPANDAU • GATOWER STR. 94-96 • C 7-6695

**GRETEL DUVE**  
BERLIN-DAHLEM  
Peter-Lenné-Straße 26 G 6 2651  
MODE-ZEICHNUNGEN

### Natural. figurliche Entwürfe

Spezialgebiet: Zeichnungen von Kindern

**HELENE EVERS** BERLIN W 50, ANSBACHER STR. 3  
FERNRUF B 4 2154



### walter funkat

WERBEGRAFIK • WERBEFOTO • WERBEBAU  
BERLIN W 50 • TAUENTZHENSTR. 6 • TEL. 244590

### Alle Situationsen

meistern mit packenden Bildern und treffenden Worten die von uns entworfenen Werbemittel. Seit einem Jahrzehnt beraten wir bekannte Industrie- u. Marken-Artikel-Firmen im In- u. Ausland

**FRITZ HAACK DÜSSELDORF**  
REKLAME IN WORT UND BILD  
RICHTHOFENSTRASSE 226



### C. O. HÖFER-MILSPE

FIGUREN • TIERE • BLUMEN

Arbeitsproben auf Wunsch

**SCHOELLERSHAMMER** ist das  
**ZEICHENPAPIER** mit  
geradezu unbegrenzter Verwendungsfähigkeit. Darum auch für Entwürfe nur



### SCHOELLERSHAMMER

Alleinige Hersteller: **Heinr. Aug. Schoeller Söhne, Düren**  
Lieferung durch den Fachhandel — Muster auf Wunsch kostenlos

**WER LIEFERT ENTWÜRFE?**

*You can  
obtain  
designs from?*



E. H. Jeschke, Berlin-Zehlendorf, Sophie-Charlotte-Str. 29 • Tel. 84 85 05

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

- Wanda Lehre
- Berlin-Schöneberg, Eisenacher Straße 60-61, Tel. G1 9830

**KUNZE**  
BERLIN-CHARLOTTENBURG  
SYBELSTR. 69 • 323103

WERBE-  
ENTWÜRFE  
BUCHGRAPHIK  
FIGUR

**S. Ludewig**

LEIPZIG C1 • GUSTAV-ADOLF-STRASSE 42

**MILES**

MALER • GRAPHIKER • PHOTOGRAPH  
BERLIN-TEMPELHOF • BERLINER STR. 28A  
TEL. F 6, 6588 • ARBEITEN JULI-HEFT 33

FRUCHT **MENSAK** WISDEW  
ENTWÜRFE • TEXTE • BERATUNG  
Berlin-Wilmersdorf  
Württembergische Str. 19



BRAUNSCHWEIG • FRIESENSTR. 67



*Packende Entwürfe*

**FRITZ MÜLLER DRESDEN**

Nürnberg. Pl. 4. Ruf: 48839



wird zum Erfolg geführt durch  
HEINZ-H. MÜLLER • DRESDEN A 19 • HAYDNSTRASSE 31

*Franz Pfeffer* BERLIN-SCHÖNEBERG  
Eisenacher Str. 60-61 • Anruf 71 86 16

GUTE NATURALISTISCHE ENTWÜRFE



*Retau zeichnet für Sie*

PLAKATE • INSERATE • PROSPERTE • KALENDER • PACKUNGEN • MARKEN  
Berlin-Pegnitz-Wolsteinische Str. 30 • Fernruf: 794 795

**WALTER RIEMER**

BERLIN-SCHÖNEBERG, MONUMENTENSTR. 39  
TELEFON G1 STEPHAN 1613

**WERBEGESTALTUNG**

muß in hohem Maße verkaufsfördernd wirken. Dieses Ziel wird erreicht durch künstlerisch reife Entwürfe, die auf der Grundlage handwerklichen Könnens und 15-jähriger Werbeerfahrung geschaffen werden von  
**ROLF ROELIN, BREMEN, SCHWACHH. RING 81, RUF 44346**



**FIGUR u. SCHRIFT**

NATURALISTISCH **FRITZ RUDAT**  
BERLIN-FRIEDENAU, NIEDSTR. 16  
FERNSPRECHER: H 3 RHEINGAU 0151

ENTWÜRFE FÜR PLASTISCH GEPRÄGTE PLAKATE,  
SCHAUFENSTER-DEKORATIONEN UND PACKUNGEN

**HANS SACHSE**

DRESDEN-A 19, JACOBISTR. 14 • TEL. 35 819

**WILHELM SCHLEICHER**

— — — und zwar auch *Lustige*  
aber immer *erfolgsstark!*

LEIPZIG O 27, SCHÖNBACHSTR. 21 • FERNRUF 60041

*Schmalhans*

B E R L I N

BERLIN-WILMDF.  
BINGER STR. 17  
TELEF. H 9 0956  
ABBILDUNGEN:  
APRILHEFT 1936

# WER LIEFERT ENTWÜRFE?

*You can  
obtain  
designs from* <sup>®</sup>



ist immer für Sie bereit —  
malt, zeichnet, textet alles für Sie —  
hat stets neue Ideen —  
bringt immer volle Erfolge —

Plakate in Schrift und Figur, nat. u. stil.  
Graphische und Textentwürfe für Anzeigen,  
Werbebriefe, Prospekte, Kataloge, Packungen,  
Schutzmarken, Geschäftsdrucksachen.

**WERBEKRAFT Ernst Stiefenhofer, Regensburg 2**  
Atelier für neuzeitliche Werbegestaltung in Wort und Bild, Malerei und Graphik

Spezialist für  
**HERSCHU**  
Auto-Reklame  
Karosseriegestaltung  
Ansichtszeichnungen  
Karikaturen u. humor.  
Kinderfiguren für  
Illustration u. Reklame  
Berlin-Friedenau · HERBERT SCHULTZ · Hertelstraße 8

**OSWALD**  
**VOH** BERLIN - WILMERSDORF  
Durlacher Straße 20. H 6 4361  
ARBEITSPROBEN: JANUARHEFT 1935 u. 1937

**GERH. SCHULZE**  
Maler und Graphiker. Spezialist in Porträt,  
Figur und Plakat — Spargau bei Großkorbetha

**Georg Wagner**  
Telefon 252814 Berlin W 33 Neue Bayreuther Str. 8  
Schriftentwürfe, Prospekte, Inserate, Plakate  
Urkunden, Schutzmarken, Buchschmuck

**Blickfang! - Erfolgswang!** Blickfang-  
Klischees (D.R.P.) ermöglichen mehrfarbigen Druck in einem  
Arbeitsgang. Verlangen Sie Werbeschrift G vom Hersteller:  
Carl R. Seybold, Potsdam, Eisenhartstraße 22, Tel. 2221



Plakate · Prospekte  
Anzeigen-Entwürfe

**WEGENER**  
Berlin - Friedenau  
Kaiser-Allee 99/100  
Telefon: 83 67 88

**SCHÜTZE**  
ALFRED · DRESDEN-A. 21 · DACHSTEINWEG 31  
FIGUR · SCHRIFT · ORNAMENT FÜR INDUSTRIE UND VERLAG

**STORZ** Buchgraphik  
Werbegraphik  
BERLIN · WILMERSDORF · KONSTANZER STRASSE 44 · FERNRUF H7 4536

**WINKLER-LEERS**  
BERLIN-SCHÖNEBERG, NYMPHENBURGER STR. 4  
G 1 STEPHAN 6780



Verdünnte Tusche gerinnt nicht, wenn ihr ein wenig Syn-  
detikon zugesetzt wird. Durch geringen Zusatz von Syndetikon lassen  
sich **Wasserfarben** besser verstreichen und haften unbegrenzt.  
**Bronzepulver** wird durch stark verdünntes Syndetikon gut ge-  
bunden, läßt sich gleichmäßig verarbeiten und sogar pastas auftragen.

**Seit 1880 bewährt.**

**TRICLAIR** **ENTWÜRFE**  
Der Kaufmann benötigt sich ein wirksames  
Werbemittel. Hunderte von Millionen  
Päckchen an täglichen Handel erweisen das  
Verkaufserfolg unserer Entwürfe.  
Wirklichkeiten, lassen  
sich ausdrücken, An-  
zeigen ein fester kon-  
kreter Verkaufsfaktor  
Walter Triclair, Berlin-Köpenick  
Friedrichshagen Str. 25  
Fernruf: JF 3423

NATURAL.  
**FIGÜRLICHE** W. H. WITTIG  
ENTWÜRFE BERLIN SW 61  
GROSSBEEREN-  
STR. 64 · RUF  
BLÜCHER 0211

Es war einmal ein Mann, der niemals warb.  
Es ist schon lange her, daß dieser starb.

Wollt heutzutage einer niemals werben,  
so würd sein Haus schon bei der Gründung sterben.  
Drum werbt! Werbt richtig! Laßt Euch Werbewaffen  
zu Kampf und Sieg von Wigo Weigand\* schaffen!  
\*Hannover, Steinriede, Ruf 65100



## DER VIERFARBEN-OFFSETDRUCK

*in natürlicher Farbenwirkung ist das verlockende Ziel, das heute jede Offsetanstalt erstrebt. Daß dieser Wunsch erfüllbar ist, ohne daß die Qualität darunter leiden muß, beweist auf's Neue der umstehende Vierfarbendruck nach einer Aufnahme von Gorsky Frères, Paris.*

*Das tiefste Geheimnis liegt in der sachgemäßen Abstimmung von Druckplatten, Papier und Farben überhaupt. Einen besonderen Anteil am Erfolg hat auch die Anpassung der Photochromiefarben an die Aufnahmefilter und ihre nach bewährten Concentra-Rezepten erfolgte Anreicherung mit dem drucktechnisch zulässigen Höchstgehalt an Farbkörpern.*

*Mit solchen Spezial-Farben lassen sich, wie man sieht, auch im Offset Vierfarbendrucke von überzeugender Wirkung herstellen, sofern man nur mit Verständnis, Lust und Liebe Hand in Hand arbeitet. Weitere interessante Arbeitsproben mit Photochromie-Farben stehen auf Wunsch gern zur Verfügung.*



**GEBR. HARTMANN**  
DRUCKFARBENFABRIKEN - HALLE-AMMENDORF

Gedruckt mit Photochromie-Gelb 2571, Photochromie-Blau 2576, Photochromie-Rot 2574 und Tiefe 90602





# GEORG THIEME & CO.

FABRIK VON HOLZUTENSILIEN FÜR DAS GRAPH. GEWERBE  
FERNRUF NR. 60017 **LEIPZIG C1** TELEGR.: THIEMEHOLZ  
GEGRÜNDET 1899



*Handwritten text in cursive script, likely a signature or name, embossed in reverse.*

**GEORGE THIELME & CO.**

BRUNNEN  
KUNST- u. ANTIK-VEREIN  
ERFURT  
KUNST- u. ANTIK-VEREIN  
ERFURT



# Natur-Farbenaufnahme

gedruckt mit unseren normalen

## Vierfarbendruckfarben

Schwarz 1180

Gelb 4027

Rot 21 636

Blau 4316

**KAST & EHINGER** G. M.  
B. H.  
STUTT GART ◦ BERLIN-FRIEDRICHSFELDE

**Wie 48000**  
deutsche Kaufleute ihre  
**Aussenstände**  
hereinbekommen  
zeigt das  
**Handbuch des**  
**Kreditschutzes**

Herausgegeben von A. Heuß. Rechtsschutz und Selbsthilfe für Lieferanten und sonstige Gläubiger, Organisation und Schriftwechsel des Mahn- und Kreditwesens. Völlige neue und erweiterte Bearbeitung des früheren „Rechtstaschenbuchs für Gläubiger“. Was vielseitige Praktiker in langjähriger Tätigkeit bei Gericht und in Betrieben von Handel, Industrie und Gewerbe an wichtigen Erfahrungen gesammelt haben, wird in dem Werk in leichtverständlicher Sprache, mit vielen praktischen Beispielen, Mahnbriefvorlagen und Vordruckmustern geboten, dazu eine Menge erprobter Vorschläge für die Innenorganisation des Mahnwesens. Loseblattbuch in ganz neuartigem Ordner, Umfang 1200 Seiten, Schlagwortregister mit über 4000 Stichwörtern. R.M. 19,—. Lassen Sie sich das Werk doch gleich einmal zur Ansicht mit Rückgaberecht kommen vom

VERLAG FÜR WIRTSCHAFT  
U. VERKEHR, FORKEL & CO.,  
STUTTGART-O, Pfizerstr. 252

**ÜBERSETZUNG**

und fremdsprachliche Bearbeitung von Werbetexten für alle Gebiete der Wirtschaft, Technik und Wissenschaft

**HANS RUDOLF BURCKHARDT**

Dolmetscher und Übersetzer • Mitglied des R. F. D.  
Berlin W 30 • Habsburger Straße 3 • Telefon 27 2994

**WERBEFILME**



**Döring-Film-Werke**

G. m. b. H.

Berlin NW 40 • Schlieffenufer 42

ENGLÄNDER **“THE KING'S ENGLISH”**

Englische Werbetexte und Übersetzungen aller Art. Filmübersetzungen und Synchronisierungen (bereits 60 Filme übersetzt). Lebensläufe, Zeugnisse, Bücher, Handelsbriefe (Verfasser: Modern Business Letters)

Mr. WILL POTTER • BERLIN W 15 • FASANENSTR. 59 • TEL. 92 38 38

90 Jahre führend  
Das Neueste: **Pan-o-Fix Raster**  
Spitta u. Leutz  
Berlin W 42 Lutherstr. 46 Berlin SW 68 Ritterstr. 64  
83 Sacharowastr. 2258 A 7 Dönhoff 1866

**ADVERTISING IN GREAT BRITAIN**

W. S. Crawford Ltd. 233 High Holborn London WC1

**Crawfords**  
**Advertising**

Crawford Service

● Berlin Kurfürstendamm 32 ● Paris 67 Avenue des Champs-Élysées



ADVERTISING SERVICE LTD  
3 SAVOY PLACE LONDON W.C.2

**STELLENANZEIGEN**

Wir empfehlen Stellensuchenden, den Bewerbungen auf Chiffre-Anzeigen keine Originalzeugnisse oder Originalarbeiten beizufügen und außerdem auf Zeugnisabschriften und Lichtbildern Name und Anschrift des Bewerbers anzugeben

Wer entwirft

**Zugabeartikel?**

Graph. Großbetrieb sucht freie Mitarbeit von Künstlern, die über gute Ideen für originelle, neuartige Zugaben verfügen. Nähere Mitteilungen unt. L.49 an Frenzel & Engelbrecher „Gebrauchsgraphik“ Verlag, Berlin SW 68.

*Ich suche* für mein Atelier noch einen jungen Graphiker, der für Schrift und Sachdarstellung besonders befähigt ist. Handschriftliche Angebote mit einigen Arbeitsproben erbeten an BEUCKE, BLN.-DAHLEM, SPILSTR. 10

STELLENANZEIGEN (siehe auch vorige Seite)

### Achtung Café Berlin!

Sonntag abend 14. März

Berufskollege erbittet Anschrift  
Gefl. Zuschrift unter „N 42“ an Frenzel & Engelbrecher  
„Gebrauchsgraphik“ Verlag, Berlin SW 68, Wilhelmstr. 148

## BLUMENMALER

Arbeitsproben erbeten an  
Meissner & Buch G. m. b. H., Leipzig

für  
Packungen  
gesucht

## GEBRAUCHSGRAPHIKER

26 Jahre alt, speziell Inserat, Plakat, Schrift, Darstellung und Figur,  
**sucht feste Stellung oder freie Mitarbeit.**  
Angebote unter B 47 an Frenzel & Engelbrecher „Gebrauchs-  
graphik“ Verlag, Berlin SW 68, Wilhelmstraße 148.

ERFOLGREICHER  
BEKANNTER

## Maler u. Graphiker DRESDEN

sucht erweiterten Wirkungskreis  
zur freien Mitarbeit. Vielseitig im  
Entwurf f. Plakat, Packung, Inserat

Angebote unter M 41 an Frenzel & Engelbrecher „Gebrauchsgraphik“ Verlag,  
Berlin SW 68, Wilhelmstraße 148

## GEBRAUCHSGRAPHIKER



27 Jahre alt, sucht freie Mitarbeit oder  
feste Anstellung. Ideenreich,  
talentiert, an selbständiges Arbeiten  
gewöhnnt, besonders begabt für Ornament  
und Schrift, auch Figur, Plakat, Packung,  
Inserat, Prospekt und Buchgraphik.  
5 Semester Kunstschule.  
Kenntnisse in Lithographie und Typographie

Angebote unter H 48 an Frenzel & Engelbrecher  
„Gebrauchsgraphik“ Verlag, Berlin SW 68

Berliner

## Gebrauchsgraphiker

vielseitig, mit kultiviertem Geschmack,  
**SPEZIAL-ARBEITSGEBIET:**  
**Bild und Typographie für eindrucks-**  
**volle und neuzeitliche**  
**PROSPEKTGESTALTUNG**  
Figur, Schrift, Inserat, Plakat. Vertraut  
mit allen technischen Bedingungen der  
Reproduktion

**sucht freie Mitarbeit**  
**evtl. Halbtagsstellung**

Anfragen erbeten unter G 46 an Frenzel & Engelbrecher  
„Gebrauchsgraphik“ Verlag, Bln. SW 68, Wilhelmstr. 148

## JUNGER ZEICHNER

Spezialität Figur, sucht sich zu verändern. Muster stehen jederzeit zur  
Verfügung. Anfragen erbeten unter N 43 an Frenzel & Engelbrecher  
„Gebrauchsgraphik“ Verlag, Berlin SW 68, Wilhelmstraße 148.

## Maler und Graphiker

Spezialität naturalistische, ausdrucksvolle Portraits und Figur,  
sucht freie Mitarbeit oder Stellung. Anfragen unter M 45 an  
Frenzel & Engelbrecher „Gebrauchsgraphik“ Verlag Berlin SW 68

## Graphiker u. Jllustr.

28 Jahre alt, wünscht  
sich zu verändern.  
Suche Stellung in größerem Unternehmen oder Zeitschriften-Verlag als  
erster Mitarbeiter wo ich vollkommen selbständig arbeiten kann!  
Arbeiten stehen gern zur Verfügung. Angebote erbeten an  
F. Pachtik, Königslutter (Braunschweig), Lutterstraße 4

Junger ideenreicher

## Gebrauchsgraphiker

(8 Semester Kunstgewerbeschule)

**sucht neue Stellung**

am liebsten in einem großen Atelier. Es wird mehr Wert auf die  
Möglichkeit einer wirklich guten Weiterbildung als auf Verdienst  
gelegt. Anfragen erbeten unter S 44 an Frenzel & Engelbrecher  
„Gebrauchsgraphik“ Verlag, Berlin SW 68, Wilhelmstraße 148

# Künstlerischer Berater

**für weltbekanntes  
Unternehmen gesucht**

Der Posten erfordert neben höchsten  
graphischen und typographischen  
Fähigkeiten persönliche Kultur und  
Organisationstalent. Ein Atelier  
ist zu leiten, viele Künstler und  
Photographen sind zu betreuen.

Bewerbungen von Anfängern  
sind völlig zwecklos.

Angebote unter **G. 3046**  
an **Ala, Berlin W 35.**

Schriftleiter: Prof. H. K. Frenzel, Berlin; Anzeigenleiter: Gerhard Kruse, Berlin. Druck Ullstein A.-G., Berlin SW 68, Verlag und Anzeigen-  
annahme: Frenzel & Engelbrecher „Gebrauchsgraphik“ Verlag Berlin SW 68, Wilhelmstraße 148. — DA. 7066 I. Vj. Pl. 5. Auflage der  
April - Nummer 7200. Die Rücksendung von unverlangten Arbeiten kann nur bei Beifügung des Rückportos erfolgen. Printed in Germany.

# BITTE MERKEN SIE VOR:

DIE NEUE FIRMA

DIE NEUE ANSCHRIFT

DIE NEUE RUFNUMMER



Unsere bisherige Verlagsfirma, die „Gebrauchsgraphik“ Druck und Verlag G. m. b. H. ist auf Grund des Gesetzes vom 5. Juli 1934 in eine offene Handelsgesellschaft mit der Firma: Frenzel & Engelbrecher „Gebrauchsgraphik“ Verlag umgewandelt worden. Auch haben wir unsere Geschäftsräume verlegt.

Die neue Firma: **FRENZEL & ENGELBRECHER  
„GEBRAUCHSGRAPHIK“ VERLAG**

Die neue Anschrift: **BERLIN SW 68, WILHELMSTR. 148**

Die neue Rufnummer: **SAMMELNUMMER 19 74 31**



**FRENZEL & ENGELBRECHER „GEBRAUCHSGRAPHIK“ VERLAG**

Berlin SW 68 · Wilhelmstraße 148 · Fernsprecher: Sammel-Nr. 19 74 31

Postscheckkonto: Berlin NW7, Nr. 26 993, Bankkonto: Commerz- und Privatbank, Dep.-Kasse 0



# Wilhelm Wagner

Buch- und Kunstdruckerei

MEHRFARBENDRUCKE · KATALOGE · PROSPEKTE · ZEITSCHRIFTEN

Berlin S 42 · Brandenburgstraße 72/73

Fernruf 17 20 43 · 17 20 44



# Klischee-Technik G.m.b.H.

Berlin SW 68 · Oranienstraße 119

Fernruf: 17 74 74

*Ätzungen ein- und mehrfarbig*