

Andere Zeiten — andere Mittel ... Der Schlüssel zur Buchhaltung mit der Schreibmaschine ... Auf der ganzen Welt Kontinental. Wanderer-Werke, Siegmarschönau bei Chemnitz. Drei textlich hervorragende Prospekte. In der werbetechnischen Gesamtgestaltung finden wir „Der Schlüssel zur Buchhaltung“ am einprägsamsten.

Die selbstansaugende Flader-Motorspritze „Siegerin“. Wichtig ist: zuverlässig, rasch und sicher. E. C. Flader, Jöhstadt i. Sa. Zwei großzügige Werbeprospekte, „Siegerin“ knallrot im Innern, so daß man das Feuer im Elsaß zu sehen glaubt; auf dem andern Blatt brennt denn auch bereits ein Dachstuhl.

Warum hat's Herr Müller eilig? Aschinger's Bäckerei-Verkaufsstelle am Richard-Wagner-Platz, Berlin. Herr Müller und Frau Schmidt und andere haben es so eilig, weil sie vor Ladenschluß noch Aschinger-Brot einkaufen wollen. Und so sieht man sie alle rennen, rennen auf dem kleinen leporello-artigen Drucksäckelchen. Die lustigen Zeichnungen stammen von Neu.

Mit Shell in den Sommer. Shell-Reisedienst. Kasimir Edschmid besingt in begeisterten und begeisternden Worten den Bodensee und seine Geschichte. Reizend sind die drei literarischen Skizzen „Die enge Gasse“ mit der treffend charakterisierten Einstellung des New-Yorkers, des Wieners und des Parisers. Das Heft ist mit Zeichnungen, Fotos und Karten garniert.

Arbeiten der Meisterschule für Deutschlands Buchdrucker in München. Unter der Fülle der Akzidenzen fiel die Serie reizvoller Prospekte für das Blumenhaus Rothe besonders auf durch ihren Abwechslungsreichtum und ihre ungewöhnlich geschickte farbige Ausnutzung des Papiertons. Doch wir wollen gegen die anderen Druckleistungen nicht ungerecht werden. Delikatester Geschmack drückt sich aus in Briefbogen wie für „Fleischers crepette“ mit dem zarten Blau und Rot der Hauptzeile, ebenso in „Steib“ und dem Briefbogen der Meisterschule. Die Proben aus schöngeistigen und wissenschaftlichen Werken, bald schlicht, bald reicher ausgestattet, sind wahre Kleinode der Druckkunst. Leider haben sich in dem abgedruckten Gesang aus der Göttlichen Komödie vier Druckfehler (im Italienischen) eingeschlichen: im 19. Vers muß es heißen „queta“ statt cheta, im 26. Vers „a retro“ statt aretro, im 70. Vers „nacqui“ statt nacpui und im Schlußvers des Gesanges „retro“ statt dietro. Vollendet in der Art, wie Form und Inhalt zusammenstimmen, ist das Büchlein der Schildbürgerstreiche mit den derbultigen, prächtigen Holzschnitten von Eduard Ege. Das „Hildebrandlied“ und „Der Sieg bei Murten“ sind buch künstlerische Leistungen, in die man sich geradezu verlieben kann, berückend das Mäppchen „20 Lieder und Jodler“ mit den dem Volkston angepaßten famosen Zeichnungen von Prof. Viri. Doch sollen darüber die Arbeiten des täglichen Bedarfs nicht vergessen bleiben; sie sind mit derselben Liebe und Sorgfalt erfunden und ausgeführt.

Schaffende Menschen. So viel Geld. Darmstädter Tageblatt. Elisabeth Wittich. Zeitungs-Verlag und -Druckerei, Darmstadt. Der Prospekt „So viel Geld“ weist mit überzeugenden Worten nach, wie wichtig



Vorführung von Werbefilmen auf Dampfern des NORDDDEUTSCHEN LLOYD durch

LLOYD VERLAG G.m. b. H. **BREMEN**

es vor allem für den Bauern ist, auch im Sommer seine Zeitung zu lesen, wenn er sich vor Schaden bewahren will. Der andere Prospekt „Schaffende Menschen“ wirbt für Bäderanzeigen. Die Bilder der ersten Seite, Photo und Photomontage, zwingen durch ihre Suggestivität zum Lesen des Textes.

Tr. Sch.

Aschinger-Magazin, Nr. 3, 1937, Hausmitteilungen der Aschingers A.-G., Berlin. Harry schreibt einen stürmischen Liebesbrief an seine „heißgeliebte Freundin“, die Tasse Kaffee. Das Aschinger-Magazin hat es diesmal überhaupt mit der Liebe. Eine rührende Happy-end-Geschichte von E. M. Pick mit Zeichnungen von Emil Loewe ist „Wien-Berlin-verliebt“. Und E. M. Schulz dichtet gar eine „Aschinger-Hochzeit“ in Versen.

Tiefgeprägte Matern

sind die Vorbedingung für einwandfreie Stereos, die beim Druck nicht schmierem

ÜBERZEUGEN SIE SICH DURCH EINEN PROBEAUFTRAG

Joh. Hartleib KLISCHEE FABRIK
BERLIN SW19-Alte Jakobstr. 78a-Tel: 16 17 76