



Die Universalkameras
mit Zeiss Triotar-Optik im Compur
in überraschend günstiger Preislage
RM 96.- 108.- 128.-

Rolleicord
in weltbekannter Rolleiflex-Präzision
Prospekte durch den Fotohandel

Grasold - Brieföffner



mit echter Damaszener-Klinge

Das vornehme Werbegeschenk für den Herrn bei besonderen Gelegenheiten. Eine Werbung von bleibendem Wert.

GEBR. GRAH ODYSSEUSWERK K.G., SOLINGEN 8

Strich und Wort
Im Nu ist's fort
mit



**Diese Radiergummi
führen alle Fachgeschäfte!**
GUMMIWAREN-FABRIK HANSA-
BÖCKER & BASCH K.G. HANNOVER

Millionär zu sein, ist man glücklich! — Wenn man wirklich Millionär wird, fangen die Sorgen an.“ Hübsche Photos, die das Autofahren von seiner lieblichsten Seite zeigen, schmücken wieder das neue Heft. Ford-Rekorde, mit Stolz aufgetischt, ebenso technische Einzelheiten für den Fachmann, durch gute Werkzeichnungen erläutert. Das farbige Umschlagbild ist, wie so oft bei dieser Hauszeitschrift, eine hervorragende Leistung.

Die Große Woche Baden-Baden. Bäder- und Kurverwaltung, Anstalt des öffentlichen Rechts, Baden-Baden. Der Prospekt zeigt mondän-geschmackvoll aufgeteilte Seiten. Einprägsam ist die Gegenüberstellung des dörflichen Ochsenessens und des weltmännischen Pferderennens von Iffezheim. Das Titelblatt von Straub mit dem grünen Untergrund hat festlichen Charakter. Druck: Förster & Borries, Zwickau. Aufnahmen: H. Saebens und Hein Gorny. Text und Idee der Gestaltung: Herbert Duckstein, Baden-Baden.

Brahms-Gotisch. Genzsch & Heyse, Schriftgießerei A.-G., Hamburg. Der Prospekt ist zweifarbig und bietet einfache, aber überzeugende Anwendungen dieser männlich herben Type, die sich durch unaufdringliche Eigenart auszeichnet.

Paul Freier. Maximilian-Druck. Ein Qualitätsbegriff. Paul Freier, Maximilian-Druck, Berlin. Mit feinstem Geschmack ausgeführte Akzidenzen. Eine Eigenwerbung, die durch souveräne Beherrschung der Mittel Vertrauen erweckt und bestimmt auch erwirbt.

Alles im Auge behalten. Zeiß-Ikon, Dresden. Das Werbefaltblatt wirbt für die Apparate Contax II und III. Was man mit diesen Werkzeugen zur Bildherstellung fertigbringen kann, beweisen mehrere bestechende Aufnahmen, und der Text erklärt außerdem, wie wenig technische Erfahrung dazu gehört, solche Bilder hervorzuzaubern. Entwurf des geschmackvollen Prospekts: Beucke. Dagobert I.

Gemeinschaftswerbung im Handwerk von Diplom-Handelslehrer Dr. Karl Behrens. Verlag Konrad Tritsch, Würzburg. „Die soziale Bedeutung der Handwerkerwerbung wird durch die vielfach nicht genügend bekannte Tatsache erwiesen, daß heute 20% der deutschen Gesamterzeugung auf die handwerkliche Produktion entfallen.“ Eine so gründliche Auseinandersetzung mit der Werbung im Handwerk, wie sie in diesem Buche zu finden ist, braucht keine besondere Rechtfertigung. „Der Handwerker zählt mit den Bauern zu den konservativen Kräften im Volke ...“ sagt der Verfasser. Das Verständnis für die Bedeutung der Werbung ist bei diesem Stande noch vielfach mit Vorurteilen durchsetzt, wofür in dem Buche zahlreiche Beispiele angeführt werden. In den letzten Jahren ist es damit allerdings etwas besser geworden, dank mehreren bedeutenden Erfolgen durchgeführter handwerklicher Gemeinschaftswerbung. Es ist ein Vorzug dieses Buches, daß es immer wieder an praktische Beispiele anknüpft (Werbefeldzüge des Handwerks), Vorzüge und Nachteile abwägt und erklärt und auf Grund von Feststellungen der Werbewissenschaft brauchbare Methoden vermittelt. Gelegentlich sind die Erläuterungen