

strom der üblichen Globetrotter stets fernhalten wird. Zwei herrliche Aufnahmen des Verfassers zeigen die unberührte Schönheit der fernen Insel. Aus Potosi (Bolivien) führt uns Gerstmann entzückend fremd anmutende Bilder vor. Von Willi Prager überraschen die groß geschauten technischen Aufnahmen. Ebenfalls vorwiegend technisch kommt uns der den Beziehern der „Gebrauchsgraphik“ vertraute A. Lazi. Aus der „Fabelwelt des Mittelalters“ hat Wilhelm Castelli jun. in Kirchen und Domen krause alte Handwerkskunst aufgestöbert, woran der gewöhnliche Sterbliche im allgemeinen „blindlings“ vorübergeht. In Heft 16 begegnen wir dem geistreichen F. Seidenstücker (auch ein guter Bekannter der Gebrauchsgraphik). Dr. O. Croy nimmt sich die Mühe, durch photographische Vergrößerungen uns in eine Pflanzenwelt einzuführen, die wir zwar alle kennen, aber so bezaubernd doch nicht gesehen haben. Uner-schöpflich wie das Bild der Welt ist das Abbild der Kamera. — Dieser Schatz an technisch vollkommenen und motivisch neuartigen Photos wird uns in jeder Nummer der „Photographik“ in musterhaften Reproduktionen und hochwertigem Druck (Förster & Borries, Zwickau) vorgeführt.

Tr. Sch.

Beru. Die Geschichte eines schwäbischen Werkes. Herausgegeben vom Beru-Werk Albert Ruprecht, Ludwigsburg in Württemberg, aus Anlaß seines 25jährigen Bestehens am 10. Juli 1937. Die Geschichte der Firma, wie sie uns hier in schlichten Worten gegeben wird, vollzog sich in beständigem Aufstieg aus kleinsten Anfängen heraus. Stimmungsvolle Aufnahmen aus Schwaben, gute Werkfotos, Bildnisse der führenden Männer der Firma und kleine Federzeichnungen begleiten den Text von Siegfried Seher, von dem auch die graphische Gestaltung herrührt. Fotos: Schede, Stuttgart, Württ. Bildstelle; Hildenbrandt. Druck: Stähle & Friedel, Stuttgart.

Der Stand der Automobil-Beleuchtung. Von F. Born VDE., Berlin. Osram GmbH. Kom.-Ges. Berlin. Diese aktuelle Angelegenheit wird in dem Heft fachmännisch nach allen Seiten hin abgetastet. 10 technische Zeichnungen und zwei Zahlentafeln sind zur Erläuterung des Textes beigelegt.

Ford im Bild. Nr. 314. Jahrgang 1937. Hausmitteilungen der Ford Motor Company A.-G. Köln/Rh. Der unverwüthliche Optimismus, der diese Zeitschrift auszeichnet, erfüllt selbstverständlich auch die Frühlingsnummer. Nicht im selben Maße voller Blütenpracht und Wonne wie die lenzlichen Bilder aus Deutschland sind die Berichte und Abbildungen der „Seidenstraße“ aus Asiens Wüsten von Sven Hedin. Unter einem Bilde einer andern Weltreise steht „Keine Tankstelle — eine echte Moschee!“ Wer wird denn eine Kirche für eine Tankstelle ansehen? — und gibt es denn auch „falsche“ Moscheen?

Tit. Sch.

Wirtschaftswinke. 7. 9. 37. Verlag für Wirtschaft und Verkehr. Forkel & Co., Stuttgart. Die „Wirtschaftswinke“ greifen nicht selten über das Wirtschaftliche hinaus und werden zu Lebenswinken, so z. B. in „Euphorien sammeln“. Vom neuen Geiste beseelt ist „Arbeitskraft-Beschaffung“ von Dr. A. Noll. „Am Rand der Woche“ bringt wie immer kurze, manchmal recht gepfefferte Marginalien.

Auch deine Augen brauchen besseres Licht. Osram GmbH., Kommanditges., Berlin. Die mehrfarbig gedruckte Broschüre führt das äußerst umfangreiche Werbematerial für den Osram-Werbefeldzug 1937/38 vor, um dem Wiederverkäufer Gelegenheit zu geben, das ihm Zusagende von der Firma anzufordern. Den Beitrag „Aus der Urzeit der Beleuchtung“ begleiten sehr wirkungsvolle farbige Zeichnungen von H. Rothgaengel aus zwei Jahrtausenden der Geschichte des Lichts. Auch unter den abgebildeten Plakaten, Prospekten und Flugblättern befinden sich reklametechnisch und künstlerisch hochstehende Leistungen. Umschlag von Gadau.

Berliner Silber. Aus der Werkstatt H. J. Wilm 1767 bis 1937. Privatdruck der Werkstätte H. J. Wilm, Berlin. Das Heft erschien als Beitrag zur Geschichte des Berliner Kunsthandwerks zur Siebenhundertjahrfeier der Stadt Berlin. Die Arbeiten, die in photographischen Reproduktionen gezeigt werden, überzeugen durch edle Form und angemessene Würde.

Werbe-Drucksachen. Stempel „Kundendienst“. Schriftgießerei und Messinglinienfabrik D. Stempel A.-G., Frankfurt a. M. Es sind Akzidenzen der täglichen Praxis, zum Teil auf ganz billige Papiere — aber auch dann — mit Sorgfalt gedruckt. Die Tendenz dieses Kundendienstes geht wohl dahin, den Drucker immer wieder daran zu erinnern und davon zu überzeugen, daß er mit gutem Schriftmaterial und unerbittlicher Liebe zur Qualitätsleistung auch aus dem einfachsten Zettel eine geschmackvolle, werbewirksame Drucksache gestalten kann. Doch fehlen auch Anregungen auf rein ästhetischem Gebiete nicht. Ein Meisterstück ist z. B. der Prospekt für Henkels Zwillingswerk mit der überaus delikaten Anwendung der zweiten Farbe: Schutzmarke in Silber auf hell graublauem Papier, Text schwarz.

Tit. Sch.

Henkel auf der Ausstellung Schaffendes Volk 1937 Düsseldorf. Er trägt einen Schleier über dem Hemd. Persil-Werke Henkel & Cie. Düsseldorf. Die Ausstellungsbroschüre (Entwurf und künstlerische Gestaltung: Prof. von Wecus) zeigt in eindrucksvollen farbigen Bildern den Kreislauf des Wassers, Gewinnung der Kokosnuß, den Walfang im südlichen Eismeer und anderes, sowie Photos von Werkanlagen, gibt im Text eine kurze Geschichte der Firma und eine eingehende Erklärung der Fabrikate. Der vierseitige Prospekt „Er trägt einen Schleier über dem Hemd“ ist in jeder Hinsicht eine erstklassige Werbesache, das Titelblatt dazu ein in Idee und Ausführung suggestiver Wurf.

Indanthrenhaus-Modedienst. In Modedingen wendet sich der Kritiker gelegentlich an den häuslichen Experten, der noch mehr davon versteht. Man muß sich dann freilich abfinden mit „wunderhübsch — entzückend“ und fraulichen Modefachausdrücken, die einem böhmische Dörfer sind. Immerhin, einiges kann man auch schon selber beurteilen, z. B. wie die Stoffmuster entworfen und wie die Figurinen gezeichnet sind, die Seitenaufteilung und den Druck. Seltsam, nachdem wir alles gewissenhaft in Augenschein genommen haben, bleiben wir schließlich an denselben Ausdrücken hängen, die wir eben an der Expertin bemängelt haben: wunderhübsch — entzückend.