

von A. Fallscheer nach Zeichnungen von E. Ege könnten in diesem Rahmen kaum durch Besseres ersetzt werden. Julius Nitsche in „Wilhelm Busch und München“ beweist, daß er sein Thema eingehend studiert hat (mit 2 Holzschnitten nach W. Busch). „Vom Zimmermieten Anno 1750“ weiß Dr. Hermann Frey launige, aber kulturhistorisch fesselnde Dinge zu berichten wie z. B. daß Zeitungsverleger nebenbei mit Insektenpulver handelten. Ueber „Die Bauten des Führers in der Hauptstadt der Bewegung“ unterrichtet Dr. H. Kiener. Nicht unerwähnt bleiben dürfen die vier schönen Gedichte zum Kalendarium von Heinrich Anacker. Zu dem sehr delikates getzeten und ausgestatteten Bächlein hat Prof. G. Trump als Titelblatt einen eigenwillig empfundenen Holzstich geliefert. Auch eine Zeichnung von Schwind und ein paar Vignetten von Ege schmücken außerdem das bestrickende Geschenk.

Dr. Richard Sieben: „Gemeinschaftswerbung für Konsumfertigkeiten“. Carl Heymanns Verlag, Berlin 1937, 128 Seiten, Preis RM. 7,—. Im Band 1 der Schriftenreihe „Marktwirtschaft und Verbrauch“ (herausgegeben von der Gesellschaft für Konsumforschung) gibt Dr. Sieben, auf umfangreiches, vom Nürnberger Institut für Wirtschaftsbeobachtung gesammeltes Material gestützt, eine gründliche Einführung in das Wesen, die Organisation und die wirtschaftspolitischen Aufgaben der Gemeinschaftswerbung. Er untersucht ihre Motive und ihre Ziele, ihre Argumente und ihre Elemente, ihre Organisation und ihre Taktik, versucht ihre Stellung innerhalb der Werbewirtschaft zu ergründen und formuliert Grundsätze ihrer künftigen wirtschaftspolitisch bestimmten Haltung und Gestaltung. Mit Recht sieht er ihre Zukunftsaufgabe in der Verbrauchlenkung, nicht in einer absoluten „Bedarfsdeckung“, denn die Reklame ist nicht kaufkraftschöpfend, sondern nur bedarfslenkend. Gerade die Gemeinschaftswerbung hat sich daher dienend den wirtschaftspolitischen Zielen des Staates unterzuordnen und muß deshalb staatlich gelenkt und geplant werden. Der Verfasser sieht hier die große Zukunftsaufgabe des Werberats der deutschen Wirtschaft. Die Grundeinstellung der Arbeit ist ebenso erfreulich wie die Gründlichkeit, mit der sie die vielen Einzelercheinungen und Einzel-tatsachen im Rahmen einer übersichtlichen Systematik zu einem Gesamtbild der Gemeinschaftswerbung zusammenfaßt. Dr. P.

Klingspor-Kalender für das Jahr 1938. Gedruckt und herausgegeben von Gebr. Klingspor, Offenbach a. M. Darf ein schöner Kalender zu spät kommen? Das Schöne ist stets willkommen. Dieser Kalender wird, von den Monatstabellen des zeitbedingten Kalendariums abgesehen, im Jahre 1950 noch ebenso zeitgemäß sein wie heute. Es klingt zwar paradox, einen Kalender zeitlos zu nennen, doch der Klingspor-Kalender hat Zeit. Die Holzschnitte machten mehr Arbeit als vorauszu-sehen war. Was lange währt, wird endlich gut, sagt das Sprichwort, und in diesem Falle trifft es sogar zu. Josua Leander Gampp heißt der Künstler, der die Bilder geschaffen hat. Die zum Kalendarium verwendete Jessenschrift hat so einen urwüchsigen holzschnittmäßigen Duktus, daß man



Druckfachengestalter und Zeichner

für unser grafisches Atelier zum baldigen Eintritt gesucht. Verlangt wird: Erfahrung in der Industriererbung, geboten wird: selbständige Dauerstellung. Angebote mit Gehaltsansprüchen und Arbeitsproben erbeten an:

WERBESTATT WIESEMANN, Hagen, Augustastr. 37