

**Knock-out ... H. Berthold A. G., Schriftgießerei und Messinglinienfabrik, Berlin.** Nach der Jiu-Jitsu kommt die Knock-out, die „schlagende“ Schrift, ebenfalls von Dassel entworfen. Von ihren Schlägen purzelt ein starker Mann auf dem Titelbilde in die Seile. Auch die übrigen Anwendungsbeispiele des mehrteiligen Faltblattes erweisen die Schlagkraft der charakteristischen Type. Besonders sinnfällig kommt ihre zeitgemäße Note zum Ausdruck in dem Plakat für Leokrem „Wie wird man schneller braun?“

**Schrift hilft werben. Von Georg Wagner. Verlag August Scherl, GmbH., Berlin.** Georg Wagner, einer der Vorkämpfer der Wiederbelebung der deutschen Schriftkultur, hat dies Buch verfaßt. Es ist also unnötig zu sagen, daß der Autor seinen Werkstoff beherrsche. Georg Wagner ist in seiner Aufgabe so restlos aufgegangen, daß er ihr alles opferte, sogar die typographische Schönheit seines Werkes. Das Heft ist kein restlos befriedigendes Druckwerk. Schon daß der laufende Text in verschiedenen Schriften und Schriftgrößen gesetzt ist — um recht viel Schriftarten zur Geltung zu bringen — trägt zur Harmonie des Gesamten nicht bei. Aber die Reklamefachleute und auch andere, die mit Schrift umgehen müssen, ohne direkt vom Bau zu sein, haben hier ein Brevier, das ihnen erklärt, was man von Schrift wissen muß und wie man sie anwendet.

Ttt. Sch.

**Der moderne Buchdrucker. Heft 100. Linotype Candida. Hausmitteilungen der Mergenthaler Setzmaschinenfabrik GmbH., Berlin.** Der Einleitungsaufsatz „Ein Buchdrucker-Jubiläum“ gilt der 100. Nummer und ihren Vorläufern. Dann wird der Leser mit der „Candida“ auf der Linotype vertraut gemacht. Sie, die „Candida“ stammt noch von dem Kölner Schriftkünstler Jakob Erbar, dem Schöpfer der Erbar-Grotesk. In meistens illustrierten Beiträgen wissenschaftlichen und belletristischen Charakters erscheint die kühlklare vornehme Type in mehreren Sprachen, gelegentlich auch kursiv und halbfett. Sie macht ihrem Namen wirklich Ehre.

**Kaufkraft wecken — Kaufkraft nützen! Deutsche Fleischer-Zeitung. Verlag Hans Holzmann, Berlin.** Jede aufgeschlagene Doppelseite enthält rechts das Bild, links den Text. Dieser Text ist durchgehend in zwei Teile gegliedert. Im ersten Teil werden wichtige Zahlen über Fleischverbrauch und Fleischerhandwerk mitgeteilt, der zweite Teil beantwortet die Frage: Was besagt das dem Werbungtreibenden? Das ist überzeugend durchgeführt. Die Bildseiten korrespondieren jeweils auf originelle Art mit dem Text. Ausstattung und Druck: vorzüglich. Entwurf und Text der Werbeschrift stammen von Werbekraft GmbH., Berlin.

**Eine Spitzenleistung des Offsetdrucks ... Baer-Farben und Qualitätsdrucke — ein Begriff. Farbenfabriken Otto Baer, Radebeul-Dresden.** Die Reproduktion eines Farbenfotos, die an natürlicher Buntheit nichts zu wünschen übrig läßt, und ein Blumen- und Früchtestilleben in sechsfarbigem Offset zeugen von der Güte und Leuchtkraft der Farben wie auch von der erstaunlichen Druckleistung. Äußerst vornehm die umhüllende Passepartout-Mappe.

