

Eine Farbe für Entwürfe und dekorative Malereien, die alle Ansprüche erfüllt. Ausführlichen Prospekt und Muster sende ich Ihnen gern auf Wunsch kostenlos zu.

The preferred colour for sketches and decorative painting. Prospectus containing full particulars and samples will be sent gratis on application.

Sole Agents for Gt. Britain and Ireland:
L. & C. HARDTMUTH (Gt. Britain) LTD., CROYDON

GÜNTHER WAGNER · HANNOVER

Rechnen Sie, bitte, aus:
Anzeigenpreis geteilt durch Auf-
lagenhöhe. In der «Gebrauchs-
graphik» kostet also, auf das ein-
zelne Heft umgerechnet, $\frac{1}{8}$ Seite
nur $\frac{3}{8}$ Pfennig. Sie sehen, daß
die Werbung in der «Gebrauchs-
graphik» sehr billig ist.

Für Farbenphotographie

ist die **Reckmeier
Farbenkamera**

mit wichtigen Neuheiten
in verschiedenen Größen
u. Ausführungen lieferbar

Emil Reckmeier
Fabrik für Farbenkameras **Bremen - Oberneuland**

üben, muß die Werbemittel kennen. Schon mancher hätte sich vor Enttäuschung bewahrt, wenn er sich vor der Werbehandlung eine gründliche Kenntnis der betreffenden notwendigen Werbemittel angeeignet hätte. Und an manches für besondere Zwecke sehr geeignete Werbemittel wird einfach nicht gedacht. So kommt dieses Buch wirklich einem Bedürfnis entgegen, denn die Werbung ist heute schon ein Gebiet, das ein einzelner kaum noch in allen seinen Verästelungen überblicken kann. Jedes Werbemittel wird daher in dem Buche von einem anerkannten Sachkenner erläutert. Folgende Themen werden behandelt: Werbung durch das gesprochene Wort (Dr. jur. G. Schatte), Werbeschallplatte (Herb. Uhlich), Marken, Warenzeichen, Werbesprüche (G. A. Bischoff), Werbedrucksachen (G. A. B.) Anzeige (Horst Kroth), Anschriftenbuch als Anzeigenträger (E. v. Wagner), Kalender als Anzeigenträger (E. v. W.), Sonstige Druckschriften als Anzeigenträger (E. v. W.), Lesezirkel-Werbung (Horst Kroth), Außenwerbung (Helm Wienkötter), Lichtbildwerbung (Dr. E. Guckes) Gegenständliche Werbemittel (H. M. Geiger), Werbung durch Vergünstigungen (Dr. jur. K. Bußmann), Viervielfältigung (W. Bretag), Schrift (A. Greeven), Planmäßigkeit in der Werbung (P. A. Schlenzka), Grundsätze der lautereren Werbung (Dr. jur. K. H. Jonas), Statistik, Marktanalyse, Marktforschung (O. A. Breyer), Helfer der Werbungtreibenden (Horst Kroth), Werbung im Handel (Dr. P. Quirin), Industriewerbung — dienend oder herrschend? (Dr. W. Hahn), Handwerkswerbung ist Maßarbeit (W. Enge). Mehrere Beiträge sind illustriert, „Das Schaufenster“ z. B. sehr instruktiv mit ausgezeichneten Beispielen. Nicht immer völlig einverstanden sind wir mit dem, was über das Verkaufsgespräch gesagt wird. Seite 27 heißt es anlässlich eines Verkaufsgesprächs über Zellwolle: „Wir wollen dazu ergänzend bemerken, daß auch die Wolle auf Pflanzensubstanzen zurückzuführen ist. Denn das Schaf, welches uns mit seinem Pelz die Wollfaser liefert, lebt von der Weide. Seine Verdauungsorgane verwandeln die Pflanzenstoffe genau so zur Wolle wie Technik und Chemie die Zellulose zur Zellwolle. Grenzt das nicht schon an Sophistik? — Wollte man diese Argumentation weiter treiben, so wäre der Löwe, der ja auch Tiere frißt, die von der Weide leben, eigentlich ein Vegetarier. Das im übrigen sehr wert- und gehaltvolle Werk kostet in Leinen gebunden (400 Seiten) RM. 6.—“

Richtlinien für die Nachwuchserziehung im graphischen und papierverarbeitenden Gewerbe. Herausgeber: Der Reichsorganisationsleiter der NSDAP. Verlag der Deutschen Arbeitsfront, Berlin. Diese Richtlinien sind von hohem Idealismus getragen und sind trotzdem von der praktischen Erfahrung diktiert. Die Broschüre ist auch als Druckerzeugnis vorbildlich in ihrer schlichten Ganzheit.

Sweden — ancient and modern. Published by the Swedish Traffic Association. Victor Pettersons Bokindustriaktiebolag. Stockholm. Schweden, das in seiner geographischen Längenausdehnung einen Raum einnimmt, der etwa von Leipzig bis an die Südspitze Calabriens reichen würde, weist in seinen klimatischen Verhältnissen von Lappland bis Malmö be-