

schlossenen Zweigbetriebe und deren Wirken zu den idyllisch in Grün eingebetteten vorbildlichen Wohnsiedlungen der Firma.

Magirus Kraftfahrmaschine KSV 115 und andere Werbungen. Werk Magirus Ulm a. d. Donau. Diese Feuerlöschgeräte, Spritzen und Leitern bieten dem Photographen, dem Zeichner und Werber willkommene Anlässe, dramatisches Geschehen in Verbindung mit den Verkaufserzeugnissen vorzuführen. Das ist denn auch in diesen Prospekten wirksam in Szene gesetzt.

Dagobert I.

Da lacht die Shell-Pumpe. Überreicht durch Rhenania-Ossag Mineralölwerke A. G. und Aktiengesellschaft der Shell-Floridsdorfer Mineralölfabrik. Wirklich gute Witze und lustige Zeichnungen aus Heimat und Fremde findet man in dieser spaßigen Sammlung, die jedem Empfänger willkommen sein wird.

Original Ophinag Leuchtröhren. Osram-Philips Neon A. G., Berlin. Die Mappe enthält Prospekte, Falblätter und besonders eindrucksvolle Farbdrucke, die die neuen LL- und Superlux-Leuchtröhren mit großer Wirklichkeitstreue an Ort und Stelle angewandt zeigen.

Ala Nachrichten- und Beratungsdienst. Heft 6/7. Jahrgang 6. Verlag: Ala Anzeigen-AG., Berlin. Die Neugestaltung Mitteleuropas durch Deutschland wird in statistischen Tabellen eindrucksvoll dargelegt. „Das Aufgabengebiet der Ala Werbepflichtung“ behandelt Dr. Alfred Sölscher. Aus dem kürzlich erschienenen Buche von Rolf Riedemann „Was ist erlaubt — Was ist verboten?“ erscheint hier der Abschnitt über vergleichende Werbung. Ein volkswirtschaftlich bedeutungsvoller Beitrag von Dipl.-Kaufmann Dr. H. C. Schade „Werbung — Verbrauchlenkung — Tauschreste“ befaßt sich mit einem Schmerzenskinder des Einzelhandels, dem Ladenhüter, mit seiner Entstehung und Vermeidung. Die „Umschau“ ist wie immer sehr reichhaltig. Tr. Sch.

Der Kreis. Max-Krause-Mitteilungen Berlin. 16. Jahrg. Heft 1. Herausgeber und Verleger: Max Krause, Berlin. Es wird geworben zugunsten des Markenartikels im allgemeinen und für die „Gelbe Serie“ der M.-K.-Fabrikate im besonderen. Ein Vertreter schildert seine Vertreter-Abenteuer in Südamerika, wobei sich herausstellt, daß die columbianischen Polizeibehörden sehr höflich sind und ihren Klienten sogar Kaffee anbieten. Preysing lobt „das Gute der Preisbindung“, und im Bilde werden Schaufensterplakate, Schaufenster und wie man sie am besten beleuchtet, vorgeführt. Ttt. Sch.

Olympia Rundschau. 8. Jahrgang 1939. Nr. 2. Hausmitteilungen der Olympia Büromaschinenwerke AG., Erfurt. Prof. Dr. Fritz Termer schildert seine Reise durch Guatemala, wobei wir auch etwas von der Maya-Kultur erfahren, deren Hieroglyphen der gelehrten Entzifferungskunst noch immer spotten. Auch der Aufsatz „Buchstabenschrift und Zahlenschrift“ von Eilert Pastor macht uns mit viel Fremdartigem bekannt, wodurch uns mitunter auch das Bekannte gar nicht mehr selbstverständlich anmutet. Der Aufsatz ist illustriert. Hauptsächlich photographische Abbildungen enthalten die anderen Beiträge dieser anregenden Hauszeitschrift.

HVV-Werbewinke, Heft 4:

Zusammenwirken von Werbemitteln

Was heißt überhaupt „werben“? · Sind Sie musikalisch? · Wie stellt man fest, welche Werbemittel für den Einzelhandel notwendig und brauchbar sind? · Und wie sieht es beim Markenartikel aus? · Auch Werbemittel haben ihre Jahreszeiten · Verkehrsmittel-Werbung als Werbegrundlage · Das zeitliche Zusammenwirken · Das psychologische Zusammenwirken · Gibt es „vornehme“ Werbemittel? — Zusendung gegen 12 Pfg. Porto



Hamburger Verkehrsmittel-Werbung G. m. b. H.
Hamburg 1 · Mönckebergstr. 31 · Fernruf 33 26 75



*Bogenausschlag in
Dortmund,
der größten Stadt Westfalens:
F. Wih. Ruhfus, Dortmund*

