

A. G., Frankfurt a. M. Die vierseitige Schriftprobe macht mit der Humboldt-Fraktur bekannt oder bringt sie dem, der sie schon kennt, wieder in Erinnerung. Sie „hilft mit, die Dinge ins rechte Licht zu rücken und dem Worte Nachdruck zu verleihen“. Hiero Rhode, der Schöpfer der Schrift, hat ihr persönlichen Ausdruck und zugleich Allgemeingültigkeit verliehen.

Candida. Die Schlanke. Ludwig & Mayer Schriftgießerei, Frankfurt a. M. Die Drucksachen, die in ein Gradeverzeichnis der betreffenden Schriften eingeschlagen sind, zeigen „Candida“ und „die Schlanke“ in reicher Abwechslung mit Glück als Briefbogen, Prospekt, Geschäftskarte, Preisliste und Buchprobe.

Kennen Sie Arabella? Ludwig Wagner AG. Schriftgießerei und Messinglinienfabrik, Leipzig. Das lachende junge Mädchen auf der ersten Seite ist nicht die Arabella, die gemeint ist. Die Arabella, die gemeint ist, ist eine Kursiv ohne Ueberhänge. Die elegante Type stammt von Prof. Arno Drescher. Das fünfteilige Falblatt zeigt geschmackvolle Anwendungen der neuen Schrift.

The Craft-Mark. Cooper & Budd Ltd., Peckham. Wragg nennt sich der Künstler, der die Nummer salopp und kühn, gar nicht präraphaelitisch, bildlich ausgestattet hat. Den grobkörnigen Zeichnungen gleicht sich die Grotesk-Type trefflich an (Gill medium sans serif). Im Text verpaßt der Drucker dem Kunden praktische Ratschläge und sanfte Ermahnungen.

Sind Sie ein Glückspilz? Die Grüne Post. Werbeabteilung. Deutscher Verlag, Berlin. Kennst du das Bild des Braunschweiger Malers Henneberg „Die

Jagd nach dem Glück“? Es war um die Jahrhundertwende eines der am meisten reproduzierten Gemälde Europas, vielleicht der Welt. Es war Mode. Ein Ritter jagt auf einem schmalen, baufälligen Brettersteig der vor ihm herschwebenden Fortuna nach. Hinter ihm her hetzt der Tod, er ist eben im Begriff, den Glücksjäger zu packen, während dieser seine gierige Hand nach Fortunen ausstreckt. Zu diesem Bilde, das neben anderen Glückspantasien abgedruckt ist, schreibt Bruno H. Bürgel eine vorsichtig nachdenkliche Plauderei: „Fortuna ist ein Frauenzimmer.“ Die Nummer handelt also vom Glück, vom Glück in der Liebe, vom Glück im Beruf, vom Glück (und vom Unglück) der Schönheit usw. Uns interessiert selbstverständlich am meisten das „Glück in der Werbung“. Man soll nicht die Hände in den Schoß legen und auf das Glück warten: man soll um das Glück „werben“. Da haben wir's. Das ist der Weisheit letzter Schluß.

Spezialfarben für Metall- und Pello-Folien. Druckfarbenfabriken Gebr. Hartmann, Halle-Ammendorf. Die Farben weisen auf den Metall- und Pello-Folien eine Intensität und Leuchtkraft auf, die an farbige Glasschilder erinnert. Das glänzt und gleißt geradezu verführerisch. Für den Drucker sind die praktischen Anweisungen des Vorworts wichtig. Auch ein Preisverzeichnis mit Steckbrief über Lichtbeständigkeit, Lackierfähigkeit und Deckfähigkeit fehlt nicht.

W. Heß. Aus der Betriebspraxis der Druck- und Papierverarbeitung. M. Krayn, Technischer Verlag, Berlin. Der Verfasser war Jahrzehnte hindurch in führenden Großbetrieben der chromo-lithographi-

Die

Deutsche Bergwerks-Zeitung

ist die führende Tageszeitung für Wirtschaft und Technik, auf ihrem Gebiet ein Organ von Weltgeltung. Im großdeutschen Wirtschaftsraum und in der Welterzeugung erfaßt sie die Großauftraggeber und die kaufkräftigen Kreise in Industrie und Handel.

Die

Deutsche Bergwerks-Zeitung

ist daher Wegbereiter und Mittler in den Handelsbeziehungen aller Länder der Erde.

Droste-Verlag und Druckerei K.-G., Düsseldorf