



**HAMBURGS
bevorzugter
Werbeträger**

Durch die einzigartige Verbreitung des Hamburger Fremdenblattes in der kaufkräftigen Bevölkerung aller Berufsschichten — Auflage im August 1939: 145 421, sonnabends 167 900 — konnte es allein im Jahr 1939 insges. 397 769 Anzeigen veröffentlichen

Druck der Offizin Poeschel und Trepte in Leipzig, aus der Bamberger-Gotisch (illustr. Pappband 4,50 Reichsmark). — „Des Longus Hirtengeschichten von Daphnis und Chloe.“ Ganz entzückend. Holzschnitte von Renée Sintenis. Die klassische Übersetzung von Friedrich Jacobs von 1832 ist in der Offizin Haag-Drugulin in Leipzig aus der Weiß-Antiqua gesetzt und gedruckt. Mit den Holzschnitten zusammen eine reine Freude. Und welch ein Zauber der Geschichten selbst! (Illustr. Pappband 4,50 RM.) — „Der Läufer“, das Gedicht von Felix Dhüenen, das auf der Olympiade in Berlin mit der Goldmedaille ausgezeichnet wurde. Eine erstmalige Veröffentlichung mit einer Federzeichnung von Ludwig von Hofmann. Satz und Druck aus der Janson-Antiqua der Offizin Poeschel und Trepte, Leipzig. (Pappumschlag 0,90 RM.) Alle drei Bücher im Verlag von Dr. Ernst Hauswedell & Co., Hamburg.

Anton Sailer

Ein Dichter sieht die Technik. Heinrich Hauser schildert in einem Buch „Im Krafffeld von Rüsselsheim“ das Schaffen der deutschen Industrie. Eine Werbeschrift für Opel, die den Rahmen sprengt und auch die „Vor-Industrie“ für die Automobilindustrie erfaßt. Spannend, lebendig geschrieben. Ein Kapitel wie „Der Mann, der ein Jahrzehnt um Opel warb“ ist glänzend und zeigt dabei eine Werbelinie, die mehr einschlägt als „würdige“ Sätze. Einfach weil es menschlich und das Wirkliche unbekümmert gesehen ist. Dr. Paul Wolff illustriert mit zwölf dramatischen Bildberichten. 80 Farbphotos aus der Märchenwelt der Technik, mit die besten, die wir heute kennen. Ein neuer, lebendiger Vorstoß! Voll Temperament! Ein besonderes Lob noch der Großdruckerei Carl Werner in Reichenbach, der die äußerst schwierige Aufgabe zufiel, die farbigen Kleinbildaufnahmen zu reproduzieren. Sie hat diese Aufgabe in geradezu vorbildlicher Form gelöst; die Wiedergaben in Offsetdruck sind hervorragend. Das Buch ist in zweijähriger Arbeit nach einer Idee von Dr.-Ing. Carl T. Wis-kott entstanden. (Heinrich Hauser: „Im Krafffeld von Rüsselsheim“, Verlag Knorr & Hirth, München.)

Anton Sailer

Der Guckkasten. Eine wiedererstandene biedermeierliche Harmonika. Das gefaltete Büchlein wird straff auseinandergezogen, und dann hält man das Auge ganz nahe an das Guckloch, siehe da: es öffnet sich ein Blick in die Mainzer Werkstatt des Altmeisters der schwarzen Kunst! Keine Zauberei — sondern eine artige Neujahrsgabe. Entwurf und zeichnerische Ausführung stammen von Fritz Kredel. Sehr lieb gemacht, auch drucktechnisch tadellos. Eine Ehrung für das Gutenberg-Jahr und eine reizende Visitenkarte der Bauerschen Gießerei, Frankfurt am Main.

Anton Sailer

Wirtschaftswerbung. Gute Werbung verhilft zu Umsatz-Steigerungen. Das ist eine These, die nie veraltet. Die Frage aber, ob der Wirtschafts-Werbung nicht auch noch eine andere wesentliche Bedeutung zukommt, nämlich die der Kaufkraftsteigerung, ist bisher wenig durchdacht worden. Prof. Dr. Wilhelm Vershofen von der Hindenburg-Hochschule in Nürnberg, der bedeutendste Konsumforscher der Gegenwart, hat damit den Anfang gemacht. Jetzt hat einer seiner Schüler, Dr. Heinz C. Schade, mit seinem unlängst erschienenen Buch „Mehr Umsatz — Mehr