

BETWEEN THE COVERS RARE BOOKS

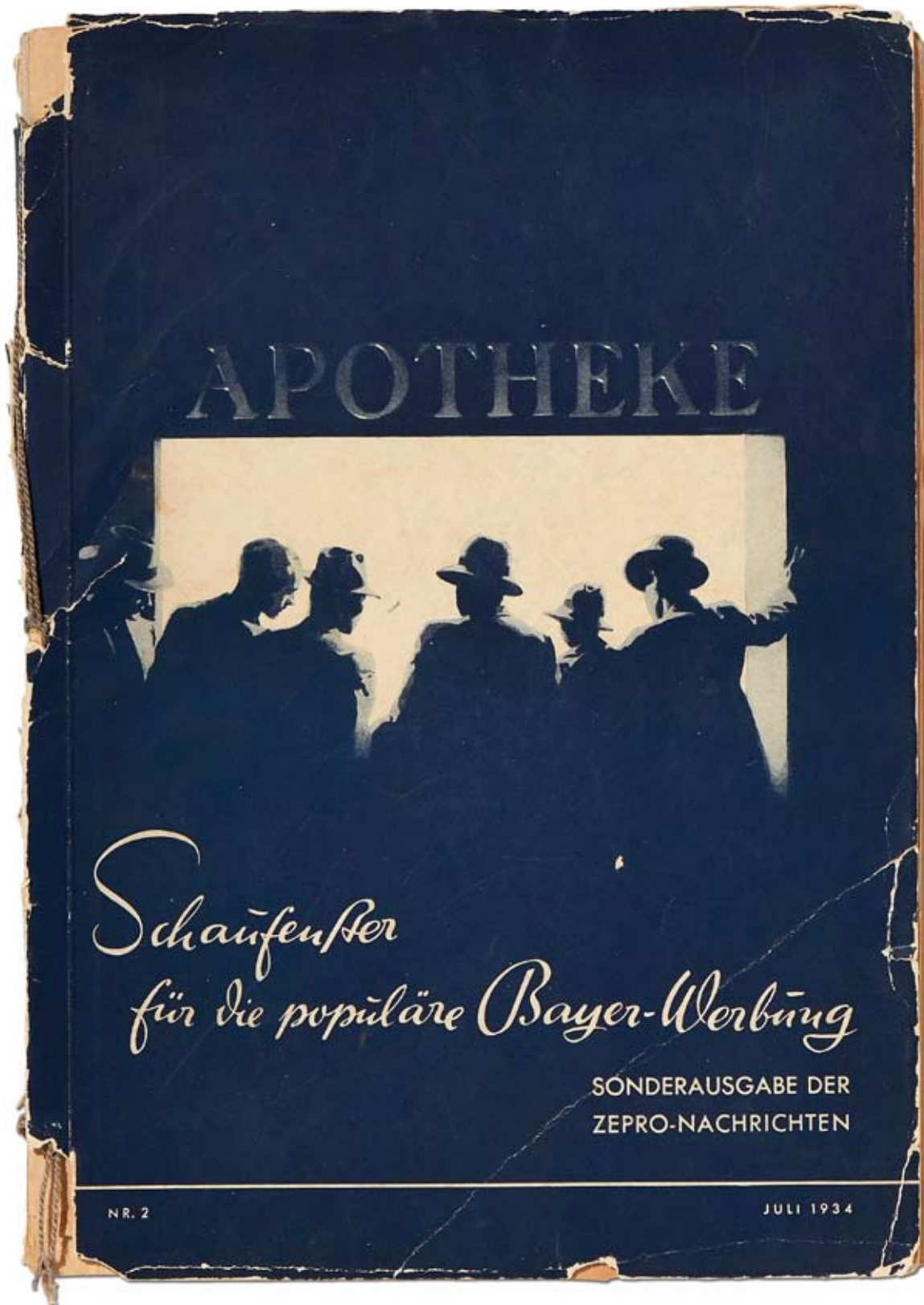
112 Nicholson Rd, Gloucester City, NJ 08030 (856) 456-8008 betweenthecovers.com

(Photography)

Apotheke Schaufenster für die populäre Bayer-Werbung. Sonderausgabe der Zepro-Nachrichten [Pharmacy Showcase for Advertising Popular Bayer Products. Special issue of Zepro News]

Berlin: Bayer Juli 1934

\$500



Quarto. Periodical. 30 tipped-in black and white photographs. Text in German. Photographically illustrated blue wrappers. Front wrap very near detached but present, several chips on the spine, a few of the photographs are detached or have small creases at the corners, but all are present, good only, internally very good to near fine. Special issue of this periodical devoted to Bayer products, particularly Hexofan and Aspirin. The photographs are a fascinating collection of artfully arranged window displays that feature quirky images, some of which show the influence of the Bauhaus, as well as some surrealist influences.

[BTC#395187]



. . . unserer Propaganda noch nicht angewandte, jedoch sehr entwickungsfähige Richtung. Bilder von künstlerischer Darstellungsweise sind hier mit werblichen Elementen vereinigt. Die stimmungsvolle Note dieser Dekoration verleiht ihnen einen eigenartigen Reiz, macht ihre Werbung unauffälliger und dadurch besonders wirksam.



Das Fenster Z 74 besteht aus einer Maske, welche aus bronziertem Karton oder aus Metallfolie gestanzt wird und auch auf größere Entfernungen einen gut sichtbaren Blickfang ergibt. Das ungewöhnliche Motiv der Maske soll dem Publikum ein Rätsel aufgeben (Interessenfang), das die Aufmerksamkeit auf das nebenstehende Textplakat mit Indikationsangaben hinleitet.





Bourdal (Istizin), der Schlüssel zum Wohlbefinden. Beispiel einer Dekoration, welche volkstümliche Vorstellungen, die sich mit dem Begriff „Schlüssel“ verbinden, in Beziehung zu unserem Produkt bringt.

Das populär-wissenschaftliche Fenster

Bekanntlich besteht beim Publikum eine besondere Vorliebe für lehrhafte Darstellung. Sie hat den Vorzug, durch sachliche Argumente eine überzeugende Werbewirkung zu erzielen. Die aufklärende Richtung der populär-wissenschaftlichen Dekorationen unterstützt besonders die Wirkung unserer Propaganda im Dienste der Volksgesundheit. — Die folgenden, auf Hexophan abgestimmten Dekorationen lassen sich leicht auch auf andere unserer Produkte, besonders Aspirin, umstellen.



Das „verstellte“ Fenster

Bei dieser Dekoration besteht der Trick in einer Verhüllung. Lebensgroße Attrappen (Fotovergrößerungen auf Karton aufgezogen) verbergen dem Passanten den Inhalt des Schaufensters. Um ihn sehen zu können, muß er den Figuren über die Schulter sehen. Voraussetzung für eine wirksame Aufstellung dieser Dekoration ist, daß der untere Rand des Schaufensters auf gleicher Höhe mit dem Bürgersteig liegt.