

# Ein Buch von großer Absatzfähigkeit!

Ⓜ

Im Dezember erscheint:

## Handbuch der Reklame

für Kaufleute, Industrielle, Gewerbetreibende  
Handlungs-Gehilfen und Reklame-Fachleute

von P. Friesenhahn

Zweite neu bearbeitete Auflage

von Anton Schöwering

Mit 5 farbigen Einschaltbildern, 41 Abbildungen und zahlreichen  
Satzbeispielen. Kleinoktav, VIII und 312 Seiten. Gebunden 4 Mark.

**A**n wirklich guten Werken über die Reklame ist kein Überfluß. Zu den besten von ihnen gehört unbedingt das obige. Das heutige Reklamewesen ist so vielgestaltig, daß ein gleiches Verständnis für alle seine Formen selbst von einem Fachmann nicht uerlangt werden kann. Friesenhahn-Schöwerings Buch behandelt das gesamte Gebiet der modernen Vertriebsförderung und des fortgeschrittenen Ankündigungswesens in Wort und Bild — das letztere ist nicht das unwichtigste —, namentlich enthält es wertvolle Ausführungen über die Kunst des richtigen Inserierens, die Rentabilität der Anzeigen, die direkte Vertriebspropaganda u. a. Ich werde die Aufmerksamkeit der beteiligten Kreise durch Anzeigen usw. auf das Werk lenken, bitte daher das Sortiment, sich reichlich mit Exemplaren zu versehen und auch seinerseits zum Vertrieb mit beizutragen. Bei reger und zweckmäßiger Verwendung lassen sich mit Leichtigkeit auch von der kleinsten Handlung Partien absetzen, denn der Kreis der Abnehmer ist, wie aus dem Untertitel hervorgeht, sehr groß.

Beachten Sie bitte mein Vorzugsangebot von 50%

Auch den Herren Kollegen selbst sei das Werk zur Anschaffung bestens empfohlen.

### Auszug aus dem Inhalt

#### Die Presse

Abfassung und Ausstattung der Anzeigen.  
Stellengesuche durch die Zeitung.  
Wann und wo soll man anzeigen?  
Der Verkehr mit den Zeitungen.  
Die Anzeigengeschäfte.  
Die Überwachung der Wirksamkeit der Anzeigen.  
Die Reklamebuchführung.  
Die Reklame in Büchern.  
Die redaktionelle Reklame.  
Über Druckereiwesen.  
Prospekt und Zeitungsbeilagen.  
Preislisten und Kataloge.  
Verwendung von Anerkennungs schreiben und Auszeichnungen.  
Die direkte Vertriebs-Propaganda.  
Die Beschaffung von Adressenmaterial.  
Reklame-Vorträge.

#### Das Plakat

Die gemeinsame Reklame.  
Die Straßenreklame.  
Die Ausstellungsreklame.  
Das Schaufenster.  
Die Reklame verschiedener Berufszweige, u. a. Der Buchhandel.  
Verschiedene Reklamegelegenheiten.  
Reklame-Unfug.  
Der Reklameanwalt.

Bezugsbedingungen bedingt 30%, bar 33 1/3%, Partie 13/12.

**Vorzugsbedingungen**  
bis zum 1. Januar 1911  
bar  
**50%**

# Verlag von Wilhelm Diolet in Stuttgart.