

Demnächst erscheint:



Verkleinerte Wiedergabe des farbigen Umschlagentitels
Etapenpreis: etwa 2,50 Mark

Borliegende zweite Auflage des seit längerer Zeit vergessenen, stark begehrten Böttchen kurzen Reklame-Lehrbuchs ist gegenüber der ersten wesentlich verändert und dem augenblicklichen Stand des Werbewesens angepasst. Die Beispiele aus der Werbeprazis sind in zweckdienlicher Weise vermehrt. Die bereits bei der ersten Auflage des Buchs gegebene systematische Darstellung der wichtigsten Anzeigenarten ist auch in dieser Auflage beibehalten. Im Übrigen ist sein Verfasser bestrebt die Leser seines Buchs zum selbständigen Abfassen einfacher Anzeigen anzuleiten.

Auch wenn heute, unter dem allgemeinen Material- und Warenmangel, die „Reklame“ etwas ins Hintertreffen geraten ist, weil, wer überhaupt noch etwas zu verkaufen hat, dafür auch ohne Reklame Abnehmer findet, so darf sie, besonders die Anzeigen-Frage in Zeitungen keineswegs vernachlässigt werden. Das zumal nicht seitens unserer jungen Kaufleute, die zunächst noch keine Erfahrung besitzen. Nur eine geschickt angeordnete und im Rahmen des Ganzen ebenso eingestellte Anzeige hat Aussicht auf Erfolg. Von dem Gesichtspunkt aus ist diese Anleitung von unmittelbar wertzeugender Bedeutung. Das dürfte nicht unwesentlich zu ihrer leichten Verkäuflichkeit beitragen. Auch dieses Buch sollte nie aus der Auslage, von wo aus es sich dauernd verkaufen lässt, verschwinden. Sein äußeres auffallendes und doch durchaus geschmackvolles Kleid macht es allein schon für das Auge zugkräftig.

Bestellzettel mit (Bezugsbedingungen) liegt bei!

Hamburger Handels-Verlag
Hamburg

Binnen Kurzem erscheint in neuer, durchgearbeiteter Auflage:



Preis: Geschmackvoll farb. (farbig) etwa 2,50 Mark

Dieses bisher im Verlage von Georg D. W. Callwey in München erschienene, überaus praktische und wertvolle Buch wird in seiner neuen Auflage jener bei uns erscheinenden Reihe kurzer kaufmännischer Hilfsbücher einbereitet werden, zu denen auch das weiter vorne angezeigte gehört. Die Tatsache, daß das Buch in kürzester Zeit zu der immerhin recht stattlichen Zahl von

20000 verkauften Exemplaren

gebracht hat, dürfte am besten für seine Brauchbarkeit und leichte Abfahrsfähigkeit sprechen. Wie alle in der gleichen Reihe erschienenen Bücher soll es, aus der Praxis hervorgegangen, der Praxis dienen. Daß es das vermag, mögen nachstehende Urteile und Zuschriften erkennen lassen:

„Ein wirklich praktisches Büchlein, das gegen die schwulstige und phrasenhafte Briefschreiberei im Kaufmannsstande wacker zu Felde zieht. Jedem kaufmännischen Lehrling sollte das handliche, bequem in der Tasche mitzubringende Heftchen beim Eintritt ins Geschäft überreicht werden. Auch der gewiegteste Briefschreiber wird seine Mahnanwendung bei einigem guten Willen aus den Vorschlägen ziehen können.“
Rhein.-Westf. Zeitung.

„Wer es gelesen hat,orgt für seine Verbreitung. Es ist ein getreuer Eckhart für den Kaufmann, der gewohnheitsmäßig dazu neigt, deutsche Briefform zu verhandeln. Es gehört auf den Arbeitstisch jedes Handlungsgehilfen.“
Leipz. Neueste Nachr.

„Ich danke Ihnen für die Zusendung Ihrer Schrift „Vorschläge zur Verbesserung des kaufmännischen Briefstils“ und bitte Sie, mir noch 10 Exemplare des Büchleins zusenden zu wollen.“
Heinrich Lanz, Mannheim.

„Wir bestellen Ihnen zur umgehenden Lieferung 500 Stück Ihres Büchleins „Vorschläge zur Verbesserung des kaufmännischen Briefstils.“
Mannesmannröhrenfabrik, Düsseldorf.

Bestellzettel (mit Bezugsbedingungen) liegt bei.

Hamburger Handels-Verlag
Hamburg, Holstenplatz 2