Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Umschlag-Anzeigenpreise: Mitglieder zahlen für die erste Seite (nur ungeteilt) 3750 M., die übrigen Seiten 1/2 1875 M., 1/3 1000 M., 1/4 500 M. — Für Nichtmitglieder betragen die Preise 6375 M., 5625 M., 3000 M. und 1500 M. Im Illustrierten Teil: Mitgl. 1/1 Seite 3000 M., 1/2 S. 1575 M., 1/4 S. 825 M. Nichtmitglieder 1/1 S. 6000 M., 1/2 S. 3500 M., 1/4 S. 1800 M. Auf alle Preise 200% Zuschlag. Anzeigen von Nichtmitgliedern nur gegen Vorauszahlung. Kleinere Anzeigen als viertel. sind auf dem Umschlag und im illustr. Teil unzulässig. Rabatt wird nicht gewährt. Beiderseitiger Erfüllungsort Leipzig. / Beilagen: Weißer Bestellzettel, Verzeichnis der Verlagsfirmen, die ihre Werke mit T.-Zuschlägen liefern usw., Verzeichnis der zurückverlangten Neuigkeiten. (Grüne Liste.) Sonstige Beilagen werden nicht angenommen.

Rationierung d. Börsenblattraumes, sowie Preissteigerungen, auch ohne besond. Mitteilung im Einzelfall jederz. vorbehalten.

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Umschlag zu Nr. 222. Leipzig, Freitag den 22. September 1922. 89. Jahrgang

IM SPÄTHERBST DIESES JAHRES WIRD ERSCHEINEN:

SCHÖPFUNG

EIN JAHRBUCH

FÜR RELIGIÖSE AUSDRUCKSKUNST

ERSTER JAHRGANG

HERAUSGEGEBEN VON OSKAR BEYER

UNTER MITARBEIT VON KURT KARL EBERLEIN, KARLSRUHE • PAUL FECHTER, BERLIN • OTTO FISCHER, STUTTGART • KARL JOSEF FRIEDRICH, GRÜNHAIN WENZEL A. HABLIK, ITZEHOE • G. F. HARTLAUB, MANNHEIM • HERBERT HAUSCHILD, LEIPZIG • FRIED LÜBBECKE, FRANKFURT • EUGEN LÜTHGEN, KÖLN ERICH MENDELSOHN, BERLIN • HANS MUCH, HAMBURG • WILHELM NIEMEYER, HAMBURG • WILHELM SCHÄFER, LUDWIGSHAFEN • PAUL F. SCHMIDT, DRESDEN • BRUNO TAUT, MAGDEBURG • WILHELM WAETZOLD, BERLIN • KARL WITH, HAGEN BIRGER BRINCKS, STOCKHOLM U. A.

MIT UNGEFÄHR SECHZIG ABBILDUNGEN
NACH GEMÄLDEN, GRAPHISCHEN, PLASTISCHEN UND ARCHITEKTONISCHEN WERKEN
ETWA 160 SEITEN GROSSQUART. EINBAND VON RUDOLF KOCH
GEDRUCKT BEI POESCHEL & TREPTE,
LEIPZIG

Ⓩ

SUBSKRIPTIONSPREIS BIS ZUM ERSCHEINEN DES JAHRBUCHES: 80% DES ENDGÜLTIGEN LADENPREISES. AUSFÜHRLICHE PROSPEKTE ZUR WERBUNG VON SUBSKRIBENTEN STEHEN ZUM SELBSTKOSTENPREIS ZUR VERFÜGUNG

WEITERE MITTEILUNGEN IM INNENTEIL

ERSCHEINT IM FURCHE-VERLAG • BERLIN