

DAS NEUE ZWEIBÄNDIGE

V·D·R HANDBUCH DER REKLAME 1 9 2 5

**MIT DEM ADRESSBUCH
DER REKLAMEINDUSTRIE**

ist erschienen

BAND I

DAS HANDBUCH

Herausgeber Walter Dolge, ein für den Reklameinteressenten unentbehrliches Nachschlagewerk, 650 Seiten stark mit zahlreichen Abbildungen und farbigen Kunstbeilagen.

BAND II

ADRESSBUCH DER REKLAMEINDUSTRIE

1. Teil mit tausenden von *Bezugsquellen*, nach 500 verschiedenen Branchen alphabetisch geordnet. • Der 2. Teil „*Städteteil*“, mit den *in jeder Stadt vorhandenen Reklamemöglichkeiten* (für Insertion, Verkehrs-, Plakat-, Theaterreklame usw.) *sowie deren Verkäufer*. • Das Adressbuch der Reklameindustrie erspart der Werbeabteilung unnötige Korrespondenzen, Rückfragen, Zeit, Arbeit und Geld! Kein Werbeplan ohne das Adressbuch der Reklameindustrie!

**Das V·D·R-Handbuch 1925
ist für jede Werbeabteilung
unentbehrlich**

Preis für 2 flex. Ganzleinen-Bände:
Band I: 650 Seiten • Band II: 500 Seiten
Rm. 20.—, 40% Rabatt 11/10

FRANCKEN & LANG ^{GM}_{BH}
BERLIN W 30 • MOTZSTRASSE 11

Auslieferung: Leipzig, Gellertstr. 16



I N H A L T

aus

DIE REKLAME HEFT 4 · MESSEHEFT APRIL 1925

Von Messe zu Messe, von Dr. L. M. Mellinger, Berlin.
Erstklassiger Werbeleiter gesucht
vom Verlagsdirektor Rud. Schwarz.

Geschäftsleitung und Werbeabteilung,
von Christ. Adt. Kupferberg.

Der Journalist als Werbeleiter
von Ludwig Kapeller. (Die blinde Henne. —
Der Mann vom Bau. — Die Brücke zur Presse.)

Der Nachwuchs im Reklamefach
von Paul Wallfisch-Roulin, Berlin.

Prüfungen u. Diplome für den englischen Reklame-
fachmann und Werbefachmann und Reklame-
messe, von Thomas Russell.

Werbefachmann und Reklamemesse.

Die Einführung eines neuen Markenartikels
von Diplom-Handelslehrer Werner Flörke.

Wie britische Schneider Reklame machen
von Fernand A. Marteau.

Gedanken zur amerikanischen Reklame
von Horst Kliemann-München, im Hause
R. Oldenbourg, München.

Reklame im fernen Osten, von Felix Baumann.
Auflagennennung in Deutschland und Amerika,
von Christian Kupferberg.

Die Reklamemesse in Leipzig
von Hans Walther Gerlach.

Abbau der Reklame im Rundfunk
von Ludwig Kapeller.

Welche Angebote hat er jetzt, von Walter Lamout.
Das werbende Wort, von Pempe.

Der
denkende Sortimentler legt das Heft
seinen wirtschaftlich Interessierten
Kunden vor.

Es wird gekauft.

Preis des Heftes M. 3.—, bar mit 40%

Jahresbezugspreis der »Reklame« M. 36.— mit 30%
Vierteljahrsbezug M. 10.— mit 30%

Probehefte à cond. sowie Werbematerial auf Verlangen.

FRANCKEN & LANG G·M·B·H
BERLIN W 30

**Auslieferung nur durch Niederlassung
Leipzig, Gellertstrasse 16**

