

Soeben erschien neben unserem Standard-Werk „Schaufensterkunst“ ein weiteres Buch, mit dem wir dem Ladenkaufmann eine Fülle guter Ideen und praktischer Winke für die Erfordernisse des Tages bieten:



REKLAME

DURCH DAS SCHAUFENSTER

Ein Leitfaden für den Ladenkaufmann
Herausgegeben von Dr. Bruno H. Jahn

Das Schaufenster ist das vorzüglichste Werbemittel des Ladenkaufmanns. Unter diesem Gesichtspunkt entstand mit dem Titel „Reklame durch das Schaufenster“ ein Werk, von dem vorausgesagt werden kann, dass es dem Ladenbesitzer ein sicherer Wegweiser in der Reklame-Ausgestaltung des Schaufensters werden dürfte; ein Ratgeber, wie er in dieser trefflichen Fassung unentbehrlich ist für den Kaufmann, der darauf bedacht ist, die Aufmerksamkeit des Publikums durch die Reklamewirkung des Schaufensters auf sein Geschäft zu lenken. / Das Buch ist im Format 17 1/2 x 24 cm gebunden. Der Innenteil, für den Kunstdruckpapier verwendet wurde, bringt auf 136 Seiten 156 Abbildungen als illustrative Erläuterungen. Ladenpreis Rm. 6.—

Schaufensterkunst. Das Standardwerk für moderne, künstlerische Schaufenster-Dekoration. Lehrsätze und Erläuterungen von Elisabeth von Stephani-Hahn, langjähriger künstlerischer Beirat im Hause A. Wertheim, Berlin. 3. Auflage, neu bearbeitet und erweitert. Das Buch hat einen Umfang von 272 Seiten Grossquart. 509 Reproduktionen von vorbildlichen Schaufenster-Dekorationen, ausserdem enthält das Werk 20 vielfarbige Entwürfe der Verfasserin. Für den Text- und Illustrationsteil wurde feinstes Kunstdruckpapier verwendet. Der in Halbleinen gehaltene Umschlag mit Golddruck auf der 1. Deckelseite macht das Werk zu einem Prachtband. Preis Rm. 18.—

Was der Kaufmann von der Textiltechnik wissen muss.

6. Auflage mit vielen Illustrationen. Ein Lehrbuch, das in klarer Form über den Ursprung und über die Herstellung der Gewebe Aufschluss gibt. Wertvoll für jeden Ein- und Verkäufer, der wissen muss, wie die Ware, die er ein- oder verkauft, beschaffen ist; z. B. ob reine Wolle, reines Leinen, reine Seide oder Kunstseide usw. Interessante Abhandlungen, u. a. über die Bedeutung der deutschen Spitze. Neu aufgenommen: Wirkerei und Strickerei. In Halbleinen gebunden, 208 Seiten, 118 Illustrationen. Preis Rm. 4.50

Der richtige Verkäufer. Von H. Löhning. Nützliche Ratschläge und Beispiele aus der Praxis zur Erlernung der Kunst des Verkaufens. Die 2., durch Illustrationen erweiterte Auflage ist soeben erschienen. Broschiert, 88 Seiten, Format 13 1/2 x 18 1/4 cm. Preis Rm. 2.—

Werdegang eines amerikanischen Warenhauses. (Marshall Field & Comp., Chicago). In diesem Buch

erleben wir das Wachstum eines amerikanischen Warenhauses aus kleinsten Anfängen heraus bis zum heutigen Geschäftspalast mit seinen riesigen Ausmassen. Gross und ernst drängt sich uns beim Studium dieses Werkes die Lehre auf: Nicht Bluff, aber auch nicht Geist und Tüchtigkeit allein schaffen den grossen, dauernden Erfolg; auch Charakter und Seele müssen dabei sein. Halbleinen-Einband, Format 16 x 24 cm, 180 Seiten. Preis Rm. 7.50

Wir machen für unsere Werke ständig Reklame in unsern eigenen Fachzeitschriften „Der Konfektionär“, „Zeitschrift für Waren- und Kaufhäuser“, „Die Herrenmode“. Es besteht deshalb nach diesen Büchern rege Nachfrage.

Auslieferung bei F. Volkmar, Leipzig, oder direkt gegen Vorauszahlung des Betrages über unser Postscheckkonto No. 4103 Berlin, nur bar mit 33 1/3 % Rabatt zuzüglich Porto und Verpackung für den Buchhandel.



L. SCHOTTLAENDER & CO. G. M. B. H.
BERLIN SW 19, KRAUSENSTRASSE 35/36 • FERNRUF ZENTRUM 12181/84

