

## Vor umstürzenden Reformen im deutschen Werbewesen

Endlich sieht die deutsche Geschäftswelt ein, dass man mit grosstuerischer Reklame-Gewichtigkeit und mit den bekannten Befehlen „Kaufe x, benutze y, nimm z für die Zähne!“ keinen Schritt mehr weiterkommt. Auf alle grosssprecherischen Behauptungen über die Güte angepriesener Erzeugnisse (x das beste Waschmittel, y jahrzehntelang bewährt) geben wir heute keinen roten Heller mehr. Wer immer nur von der Güte seiner Ware und von seiner Leistungsfähigkeit erzählt, wirkt langweilig. Die nur künstlerische Reklame macht sich deshalb nur halb bezahlt, weil auch das schönste Bild nur flüchtig wirkt (wie gesehen, so vergessen —), und wenn es trotzdem haften bliebe, so wäre es doch nur das Bild, aber nicht die lebendige, überzeugende Weckung des Bedarfs nach einem bestimmten Erzeugnis.

Die Geschäftswelt sucht jetzt nach neuen, wirksameren Werbemethoden. Nutzen Sie die Konjunktur aus und stellen Sie neue lebendige Reklameliteratur ins Schaufenster!

Was uns fehlt, ist die lebendige, meisterhaft gehandhabte Textwerbung, die Herausbildung eines wirklich fesselnden, aber diskreten Werbe-Stils, ein wirkungsverstärkendes, inneres Zusammenwirken von Bild und Text, lebendige Interessenweckung, sachliche Überzeugung, schlagfertige Bedarfweckung. Diese neuen Wege zeigt das neue, seriöse Reklamebuch:

# Der Prospekt als geschäftliches Werbemittel

von Hans Wüdrich-Meissen

8°, etwa 250 Seiten mit über 40 farbigen Originalbeilagen u. vielen Illustrationen, Gewicht 900 g

Hans Wüdrich theoretisiert nicht, er führt die Praxis mit Überzeugung vor, weist an 40 Musterbeispielen hervorragender deutscher und ausländischer Prospekte nach, wie man über alle Gleichgültigkeit hinweg den Kunden unaufdringlich wirklich im Inneren packt, ihn überzeugt und zur Bestellung führt. Die praktische Reklamepsychologie wird in ihren interessantesten Momenten herangezogen. Die englische, französische, amerikanische Prospektwerbung wird getrennt von gründlichen Kennern behandelt. Ferner enthält das Buch Beiträge bekannter deutscher Werbepraktiker und Musterarbeiten von Iversen, Kropff, Weidenmüller.

Das umfangreiche lebendige Werk in seiner vorzüglichen Ausstattung mit seinem reichen Beispielmateriale bedarfweckender Prospekte wird sich als Musterbuch in der ganzen fortschrittlichen Geschäftswelt rasch einführen. Bestellen Sie deshalb reichlich. Eine beschränkte Anzahl Kundenprospekte steht zur Verfügung. Ich liefere nur bar mit 55 % und Partie 11/10. Geheftet M. 8.—, Halbleinenband M. 10.—, Geschmackvoller Ganzleinenband (in Schuber) M. 14.—

Einmaliges Vorzugsangebot auf Bestellzettel

**C. Barth's Verlag (Dr. L. Landau)**

Berlin S 59, Camphausenstr. 9, Wien VI, Luftbadgasse 11, Leipzig, Hospitalstr. 10  
(Varia-Verlag) (Fernspr. 58—91) (R. Hoffmann)