

GEGRÜNDET 1837. ERSCHEINT JÄHRLICH!

The English Catalogue of Books

Ein vollständiger Führer durch die in Großbritannien erschienenen Bücher. Er gibt den Verfasser, Titel, Verleger, Preis, Format und Datum des Erscheinens unter dem Namen des Autors, des Titels und des Stichwortes an:

„Für Buchhändler und Bibliothekare und für alle, die mit Büchern zu tun haben, ist dieses bedeutende Werk unentbehrlich.“ »Spectator.«

Einzelheiten über alle noch zu habenden Bände mit Preis und Probeseite, die die Einteilung des Kataloges zeigt, auf Verlangen.

|| Der Jahrgang 1926 erscheint im Januar ||
|| 1927 / Preis 15 sh. net = 15 Mark ||

English Catalogue Dept.

THE PUBLISHERS' CIRCULAR LTD.
56-58, Whitcomb Street, London, England



Gegründet 1837.

The "Publishers' Circular & Booksellers' Record"

56-58, Whitcomb St., Leicester Square, London W. C. 2

Die wöchentlich erscheinende Buchhändler-Zeitung des Britischen Reiches. R.B.Marston, Redacteur. Preis 4 Pence

Inhalt:

Einzelheiten über die neuen Bücher der Woche, in einem Alphabet nach Autor, Titel, Stichwort geordnet mit Angabe des Preises, des Formats, des Verlegers und Datum des Erscheinens.

Ankündigungen der demnächst erscheinenden Werke.
Artikel soweit sie für den Buchhandel von Interesse sind.
Verlegeranzeigen neuer Bücher.
Anzeigen über „Gesuchte und Angebotene Bücher“, Antiquariat etc.
Buchhandels-Notizen und Neuigkeiten.
Besprechung neuer Bücher.

Abonnementspreis franco
für 6 Monate £ -/10/10 = 11.— RM
für 12 Monate £ 1/1/8 = 22.— RM

Inseratenpreise auf Verlangen.

Keine Extraberechnung für die Spezial-Frühlings- und -Herbst-, sowie für die Export- und Weihnachts-Nummer.

THE PUBLISHERS' CIRCULAR LTD.
56/58, Whitcomb St., Leicester Square, London, England

Schriften zur Buchwerbung

Diese neue Schriftenreihe müßte von jedem buchhändlerischen Betriebe in mindestens einem Exemplar vollständig für seine Handbücherei bezogen werden, in der die einzelnen Hefte dann jederzeit zur Orientierung über bestimmte, gerade auftauchende Fragen griffbereit vorhanden sein sollten. In bewußt langsamem Aufbau wollen wir allmählich in ausführlichen Einzeldarstellungen verschiedene besonders brennende Fragen der buchhändlerischen Werbung behandeln. Wir legen dabei Wert darauf, Mitarbeiter zu finden, die ganz in der Praxis stehend, doch nicht Einzelfälle kritiklos verallgemeinern, sondern sie stets auf ihre Allgemeingültigkeit hin theoretisch zu untersuchen verstehen. Abgesehen aber von dem Bezug für die Firmenbücherei werden die Hefte jedem von Wert sein, der auf vertieftes buchhändlerisches Fachwissen Wert legt, ganz besonders eignen sie sich auch für jüngere Angestellte, die vorwärtskommen wollen. — Auch als Weihnachts- und Ostergeschenk für Gehilfen und Lehrlinge empfehlen wir diese Schriftenreihe eindringlich allen um die Weiterbildung des Nachwuchses besorgten Firmeninhabern.

Erschienen sind bisher:

Heft 1

Friedrich Reinecke

Das gute Buchfenster

Umfang 7 1/2 Bg. Brosch. M. 3.—, in Halbl. geb. M. 4.— bar

Heft 2

Prof. Dr. Schumann

Das Schaufenster des Kunsthändlers

Umfang 1 1/2 Bg. Brosch. M. —.75 bar

Heft 3

Otto Duthow

Verkaufsgespräche im Sortiment

Umfang 2 Bg. Brosch. M. 1.— bar

Heft 4

Erhard Mittel

Das Buch als Werbemittel

Umfang 4 Bg. Brosch. M. 1.75 bar

Heft 5

Horst Klemann

Die Kartei in Verlag und Sortiment

Umfang 2 1/2 Bg. Brosch. M. 1.50 bar

Heft 6

Hans Balzer

Die Technik der Vortragsveranstaltung

Umfang 5 1/2 Bg. Brosch. M. 2.50 bar

Z

**Verlag des Börsenvereins
der Deutschen Buchhändler zu Leipzig**