



## Einganzseltener Mann

verhilft jetzt auch dem deutschen Buchhändler zur Kassenfüllung, nachdem er schon in Amerika seit einigen Monaten „best-seller“ ist.

**Claude C. Hopkins** Dieser ungewöhnliche Mann ist der Amerikaner der Senior der amerikanischen Reklameleute, der

Anzeigenfeldzüge im Werte von 450 000 000 RM durchgeführt und als Propagandamann jährlich Honorareinnahmen bis zu 640 000 RM

erzielt hat. Seinem rastlosen Gehirn entstammen die größten Anzeigenfeldzüge der Welt. Er schuf die bekannten Milliardenverkäufe von Palmolive, Quaker Oats, Goodyear, Hudson, Studebaker, Overland, Pepsodent, Chalmers, Puffed Rice, Liquozone, Van Camp usw.

**Als grösste Weltautorität in Reklamesachen**

wird Hopkins in Amerika anerkannt, auch wir Deutschen müssen ihn ohne Überschwang so bezeichnen,

**denn er hat diese Riesenfirmen groß gemacht.**

Jetzt, wo Hopkins nicht mehr für Geld, sondern nur noch für den „Ruhm“ arbeitet, hat er seine

**Erfahrungen aus 37-jähriger Propagandaarbeit**

im Rahmen einer Selbstbiographie niedergeschrieben:

# Propaganda =

# Meine Lebensarbeit

Keine gewöhnliche Lebensbeschreibung ist dieses Buch, sondern **eine selten interessante Mischung**

von 15% Biographie, 45% Schilderung seiner Werbefeldzüge, 40% Nutzenanwendung daraus. Die intimsten Einzelheiten seiner Erfolge, aber auch seiner Fehlschläge, gibt Hopkins mit Zustimmung seiner Auftraggeber rückhaltlos preis und belegt sie mit genauen Zahlen. Aus jeder Maßnahme leitet er Werbegrundsätze ab, als Niederschlag jener subtilen Kenntnis der Massenpsyche, die uns in Deutschland so sehr fehlt. In seinem Buche läßt er nun hinter die Kulissen der größten amerikanischen Anzeigenfeldzüge für die bekanntesten Erzeugnisse schauen.

**Einiges aus dem Inhalt:**

Erste Einflüsse / Erfahrungen im Werben und Verkaufen / Mein Eintritt in das Geschäftsleben / Mein Eintritt in die Propaganda / Größere Arbeitsgebiete / Persönliche Verkaufskunst / Heilmittel-Propaganda / Meine Erfahrungen mit „Liquozone“ / Die ersten sieben Jahre in einer Reklame-Agentur / Automobil-Propaganda / Autoreifen-Propaganda / Die Anfänge der „Palmolive“-Propaganda / Puff-Körner und Quaker-Oats / Pepsodent / Erfahrungen in der Versandhaus-Propaganda / Die Gründe meines Erfolges / Wissenschaftliche Propaganda / Mein großer Fehler / Etwas über mich selbst.

Das Buch umfaßt etwa 260 Seiten auf holzfreiem Papier im Format 15,5×21 cm und ist in dauerhaftem mehrfarbigem Ballonleinen gebunden.

Preis RM **13.-**

Günstige Bezugsbedingungen mit Staffelpunkten bis 45%, Werbemittel usw. siehe Bestellzettel



**Verlag für Wirtschaft und Verkehr, Forkel & Co., Stuttgart, Pfizerstraße 7.**