

## Noch nie fertig gebracht

hat es in Deutschland eine Geschäftszeitschrift, mehr als einige Tausend zahlende Abonnenten (nicht bloß Vereinsmitglieder, nicht bloß „Auflagen“!) um sich zu scharen. Deshalb kümmerte sich das Sortiment nicht viel um solche Blätter. Genau so verhielt es sich anfangs auch der „Verkaufspraxis“ gegenüber.


**Jetzt aber, wo die „Verkaufspraxis“ 12000 Abonnenten besitzt und auch noch die Abonnenten der „Reklame-Praxis“ übernimmt,**

hat sie bewiesen, daß sie die Geschäftszeitschrift ist, die dem ernsthaften deutschen Geschäftsmann passt, mit der das Sortiment also schöne Dauergeschäfte machen kann. Dieser ungewöhnliche Aufstieg kommt vor allem daher, daß die „Verkaufspraxis“ von wirklichen Geschäftsleuten im Betriebe mit den Augen und dem Gehirn des Geschäftsmannes gemacht wird, nicht — wie üblich — von Artikelschreibern am grünen Tisch mit dem Federhalter. Der Herausgeber Victor Vogt, der schon früher viele Betriebe reorganisiert hat, steht als Leiter eines großen Betriebes selbst mitten in den Tagessorgen des Geschäftsmannes, der Umsatz und Gewinn zu schaffen hat, drin und erprobt die neuen Verkaufsideen und Umsatzpläne, die er in seiner Zeitschrift bietet, sozusagen am eigenen Leibe. Es ist eben echter Fortschritt der Tat und der Erfahrung, den die „Verkaufspraxis“ sachlich und bescheiden bietet, weit entfernt von jenen rethorischen Mittelchen, mit denen oft ausländische Wunderdoktoren unsere komplizierte deutsche Wirtschaft kurieren wollen.

**Im Oktober beginnt der 4. Jahrgang, eine günstige Gelegenheit für Sie, an neuen Jahresabonnenten je 8-10 RM zu verdienen,**

vor allem aber auch an den Büchern, die die „Verkaufspraxis“-Abonnenten nachher laufend aus dem „Verkaufspraxis“-Verlage beziehen.

**Für die Werbung stellen wir überschüssige Hefte aus dem abgelaufenen Jahrgang kostenl. zur Verfügung.**

Näheres stehe 

VERLAG FÜR WIRTSCHAFT UND VERKEHR, STUTTGART, PFIZERSTRASSE