



JEDEM

in selbständiger oder leitender Stellung tätigen Mann des Wirtschaftslebens ist das prachtvoll ausgestattete grundlegende Spezialwerk unentbehrlich

Der Prospekt

als geschäftliches

Werbemittel

VON
**HANS WÜNDRICH-
MEISSEN**

IN HALBLEINEN M. 10.— / GANZLEINENBAND M. 14.—

Der Verfasser macht uns mit den Erfahrungen der erfolgreichsten deutschen Prospektenschreiber bekannt, und aus lebendiger Werbepaxis heraus entwickelt er die Wirkungsgesetze moderner Prospektreklame.

AUCH

IHNEN,

Herr Kollege, wird das Buch ausgezeichnete Dienste leisten, und mit gutem Gewissen werden Sie es Ihren kaufmännischen Kunden empfehlen.

*

Wenn Sie noch Bedenken haben, lesen Sie, bitte, wie sich die prominente Fachwelt über unsere Neuerscheinung äußert:

Minister a. D. Excell. Prof. Dr. V. Mataja: Das Buch macht schon auf den ersten Blick den Eindruck einer anziehenden und gründlichen Arbeit.

Chr. A. Kupferberg, Inhaber der bekannten Sektkellerei: Es hat mir in jeder Hinsicht gut gefallen. Der Verfasser hat das Thema mit Liebe und Gründlichkeit behandelt. Besonders angenehm ist, daß das Buch in einem frischen, unterhaltenden Ton geschrieben ist, der den rein geschäftsmäßigen Stoff in der gefälligsten Form vermittelt.

Dr. Kurt Th. Friedländer: Es ist für mich eine große Freude, endlich einmal ein Buch zu haben, das man aus vollem Herzen den vielen Lernbegierigen empfehlen kann.

Börsenblatt für den Dtsch. Buchh. in Nr. 92 (v. 21. 4. 1927): Dem Werbepraktiker jeder Gattung dürfte dieses Werk ausgezeichnete Richtlinien zur wirksamen Prospektwerbung zu vermitteln geeignet sein, zumal da der Text durch mehr als vierzig Illustrationen und zur Erläuterung dienende Beilagen ergänzt wird.

In unserem Verlage sind ferner erschienen:

- BEHRMANN, H., DAS INSERAT Halbleinen M. 11.—, Ganzleinen M. 14.—
 DÖBEL, 50 AMERIKANISCHE MUSTERSCHAUFENSTER für das gesamte Textilgewerbe Kart. M. 2.—
 FLEISCHMANN, H. R., MODERNE KUNDENWERBUNG Kart. M. 1.—
 FRISCH, GEIST UND ZWECK DER SCHRIFT. Ihre Aufgabe in der Werbekunst Kart. M. 5.—
 KLIEMANN, H., WIE UND WO ERFASSE ICH KÄUFERSCHICHTEN? Geheftet M. 4.—, Halbleinen M. 5.—
 KROPFF, H., WIE WERDE ICH REKLAME-CHEF? Mit einem Vorw. v. Bruno Randolph (Universität New York) Kart. M. 1.20
 LAUTERER, K., LEHRBUCH DER REKLAME. Einführung in das Werbewesen Geheftet M. 6.40, Halbleinen M. 8.—
 v. LANGEWYDE, W. SL., DAS KÜNSTLERPLAKAT IM MODERNEN SCHAUFENSTER. Mit 60 photographischen Aufnahmen und 14 farbigen Tafeln Geheftet M. 7.—, in Ballonleinen M. 10.—
 NITSCH, H., DIE REKLAME DES HOTEL- UND GASTGEBERES, DER KUBORTE UND DES FREMDENVERKEHRS. 400 Seiten mit über 100 Illustrationen und einer Original-Kunstdruck-Werbebrochure. Geh. M. 8.—, Halbleinen M. 10.—
 SCHALCHER, TR., DIE REKLAME DER STRASSE. Mit 67 Illustrationen und zwei farbigen Tafeln. Halbleinenband M. 9.—
 DIE STRASSENREKLAME DER WELTSTÄDTE:
 1. Das Wiener Straßenbild, gesehen vom Standpunkte des Reklamers. Kart. M. 2.50. 2. Die Straßenreklame von London. M. 4.50
 WEIGL, FR. R., WIE ORGANISIERE ICH MEINE REKLAME-ABTEILUNG? Geheftet M. 4.—, Halbleinenband M. 5.—

Nur bar mit 35% / Vorzugsangebot auf Bestellzettel

Wien I, Heßgasse 7

C. BARTH / VERLAG

Leipzig, Hospitalstr. 10