



Zur Ausgabe gelangten:

Beton-Kalender 1930.

Taschenbuch für Beton- und Eisenbetonbau sowie die verwandten Fächer.

XXIV. neubearbeiteter Jahrgang.

Zwei Teile mit 1066 Textabb. 1929. Teil I in Leinen, Teil II geheftet. Beide Teile zusammen 7.50 RM.

Der Jahrgang 1929 war bereits nach wenigen Monaten vergriffen. In Anbetracht der starken Nachfrage empfiehlt sich rechtzeitige Eindeckung mit genügend Exemplaren.

Anleitung für die Bauüberwachung von Stahlbauwerken auf der Baustelle (ASf Bau)

Gültig vom 1. August 1929 ab. Herausgegeben von der Deutschen Reichsbahn-Gesellschaft. Eingeführt durch Verfügung der Hauptverwaltung vom 20. Juli 1929 - 82 Rvü — Mit 2 Textabb. 1929. Steif geh. 0.80 RM. (nur bar ohne RR.) Partiepreise: 25 Stück 17.50 RM., 50 Stück 30.— RM., 100 Stück 55.— RM.

Verzeichnis der Behörden der Preußischen Bergverwaltung.

Stand am 15. Mai 1929. Geh. 2.50 RM. (nur bar).

Ⓜ

**Verlag von Wilhelm Ernst & Sohn,
Berlin W 8**



DAS STANDARDWERK DES WERBEPRAKTIKERS

so nennt das „Schweizerische kaufmännische Zentralblatt“ die

ALLGEMEINE WERBELEHRE

von

DR. RUDOLF SEYFFERT

ord. Professor an der Universität Köln

Großoktav. 748 Seiten. Kunstdruckpapier, mit 396 zum Teil mehrfarbigen Abbildungen und zahlreichen Tabellen im Text. In Ganzleinen RM 45.—, in Halbleder RM 52.—. Die bisherigen Subskriptionspreise sind mit dem 1. September 1929 erloschen

AUS DEN NEUESTEN URTEILEN:

Es wäre zu wünschen, daß jeder in seinem Betrieb an Hand dieses Werkes ein Augenmerk auf die gründliche Rationalisierung seiner Propaganda richten würde. Das Buch ist anschaulich geschrieben... Geradezu glänzendes Bildmaterial wird geboten, wie überhaupt die Gesamtausstattung vorbildlich genannt werden darf. (*Rundschau für G.m.b.H.*) Eine unendliche Fülle an Material, das vorzüglich geordnet, verständlich und brauchbar zur Darstellung gebracht ist... Gerade weil das praktische Werbewesen im allgemeinen viel mehr auf Willkür als auf Wissen aufgebaut ist, kann zum Studium dieser „Allgemeinen Werbelehre“ nur dringend geraten werden. (*Die Schaulade*) / Das Buch kann allen, welche die Werbetechnik meistern wollen, nur empfohlen werden, zumal alle Gebiete der Reklame nicht nur gestreift, sondern auf Grund langjähriger Praxis tieferschöpfend behandelt werden. (*Der Deutsche Ökonomist*)

UNSERE UMFASSENDE PROPAGANDA

wirkt sich in Verbindung mit der Großen Reklameschau in Berlin erst jetzt in vollem Umfange aus. Beim Sortiment wird binnen kurzem eine verstärkte Nachfrage einsetzen. Es empfiehlt sich deshalb umgehende und ausreichende Bestellung

Ⓜ

**C. E. POESCHEL VERLAG
STUTTGART**