Monatsblatt für Menschen von Geschmack

die neue linie

Aus dem überaus reichlich und schön bebilderten

März-Heft:

Heinz Orlovius: Luftbummel über Europa / **Fritz Herbert Lehr:** 27 Tonfilmlieblinge / **H. Fr. Blunck:** Dammbruch / **Herb. Eddelbüttel:** Winke für den Goethepilger DeutscherVorfrühling ● **Mode:** Persönlichkeit rechtfertigt die Eigenart der Kleidung / Gestrickter Frühling / Vielseitigkeit: Leitmotiv der neuen Mode / Die Herrenlinie.

Verlag Otto Beyer, Leipzig / Berlin

Für 1 RM

für Menschen von Geschmack • Das Monatsblatt für Menschen von Geschmack • Das Monatsblatt

Ⓩ

Neuerscheinung:

Paul B. Barth

Künstler-Monographie

von

Hans Graber

Mit 33 Tafeln

RM 4.40

dazu:

Original-Lithographie von Paul B. Barth im Format 45×36 cm (v. Künstler signiert) RM 16.—. (Bei gleichzeitigem Bezug der Monographie RM 12.80)

Bestellzettel anbei

Ⓩ

Benno Schwabe & Co.
Basel

In unserem Verlag erschien das Heft 13 der „Volkswirtschaftstheoretischen Abhandlungen" von Herrn Prof. Dr. M. R. Weyermann-Jena:

Die Reklame der deutschen Maschinenindustrie

in theoretischer Darstellung

Von **Dr. F. W. Neumann,** Diplom-Handelslehrer

Umfang 96 Seiten. Preis Fr. 3.— / RM 2.25

Die Maschinenindustrie zeigt im Wirtschaftsganzen wie kein anderer Industriezweig eine Fülle von Typen, sowohl der Käufer und Erzeugnisse, als auch der Wege beider zueinander. Während auf der einen Seite die wuchtige, für ganz bestimmte Zwecke hergestellte Großmaschine steht, endet auf der anderen Seite das Untersuchungsfeld bei der im Charakter ganz anders gearteten, massengefertigten Markenmaschine für jedermanns Gebrauch. In diese Fülle der Typen greift nun der Verfasser mit dem theoretischen Seziermesser ein, immer von dem Gedanken bewegt, nicht bei der Frage nach dem „Wie muss Reklame gemacht werden?" stehenzubleiben, sondern über diese Frage beantwortende Literatur hinaus zu der Frage vorzudringen: „Wo liegen die für alle Erscheinungsformen der Reklame gemeinsamen Grundkomponenten, gewissermaßen die Generalnenner?" Davon ausgehend, daß in der Maschinenindustrie Reklame und Maschinenabsatz ein untrennbares organisches Ganzes sind, führt bei der ganz speziell-ökonomischen Einstellung des Verfassers die Behandlung des Stoffs zwangsläufig auf das letzte einende Band aller Werbemaßnahmen, die Reklamekosten. Die Problematik ihrer Höhe und ihre Verknüpfung mit dem mutmaßlichen Erfolgen finden weitgehende Erörterung.

Konditionen die gewohnten. Wir bitten zu verlangen.

Ⓩ

A.-G. Neuenschwander'sche Verlagsbuchhandlung, Weinfelden