

Für die Handbücherei des Buchhändlers!

Schriften

Z

zur Buchwerbung:

Heft 1: Reinecke, F., Das Schaufenster des Buch- und Musikalienhändlers.

III. Auflage. Umfang 11½ Bogen, 136 Abbildungen.

Brosch. RM 6.75, in Ganzleinen geb. RM 8.—

„Keine graue Theorie, alles erhärtet durch die Praxis, viele praktische Winke und Kniffe, mit reichem Bilderanhang.“ H. Langewiesche, E.

Heft 2: Schumann, Prof., Das Schaufenster des Kunsthändlers.

Umfang 1½ Bogen. Brosch. RM 1.10

„... bringt in zahlreichen kurzen Kapiteln viele beachtenswerte Winke und Anregungen für die Praxis.“ K. Loele.

Heft 4: Wittenk, E., Das Buch als Werbemittel.

Umfang 4 Bogen. Brosch. RM 2.25

„Die reklamewirksamste sowie technisch zweckmäßigste Art des Einbandes, der Schutzumschläge und Buchschleifen werden hier an bekannten Buch-Beispielen erläutert.“ Industrielle Psychotechnik.

Heft 7: Eckardt, F., Das Besprechungswesen.

Umfang 8 Bogen. Brosch. RM 5.40, in Ganzleinen geb. RM 6.75

„Am meisten auf seine Kosten wird natürlich der Buchverlag kommen, dem hier eine Einführung in die Praxis geboten ist, wie sie bisher nicht existierte.“ Berliner Börsen-Zeitung.

Heft 8: Fleischhack, K., Buchhändlerische Katalogtechnik.

II. Auflage. Umfang 6½ Bogen. Brosch. RM 4.—

„Das Büchlein zählt zu den besten und nützlichsten Heften unter den »Schriften zur Buchwerbung« und gehört in die Hand jedes Buchhändlers.“ Der Neue Stand.



Heft 3: Quitzow, Verkaufsgespräche, Heft 5: Kliemann, Die Kartei,

Heft 6: Balzer, Vortragsveranstaltung, vergriffen.

Verlag des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler
zu Leipzig.