

Alter Vorzugs-Barcode zum eigenen Gebrauch
nur noch bis 30. November 1937

Siehe Z

Horst Kliemann

Die Werbung fürs Buch

3., vollständig neu bearbeitete Auflage

unter Mitarbeit von Bruno Betcke, Helmuth Bücking, Werner Dietrich,
H. Alexander Eckelt, Franz Ehrenwirth, Max B. Gruenwald, August Harnach,
Hans Köster, Georg Kramolowsky, Hans Ferdinand Schulz, Bernhard Wendt

Din A 5. XIII und 580 Seiten. Mit 110 Abbildungen, einer Farbtafel und zahlreichen Tabellen
Ladenpreis für das in Leinen gebundene Exemplar RM 25.—

Gerhard Schönfelder der stellvertr. Leiter der „Reichsschule des deutschen Buchhandels“ im „Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel“: Kliemann hat aus der Neuauflage seines im Jahre 1923 unter ganz anderen Verhältnissen zum ersten Male erschienenen Buches ein durchaus neues Werk gemacht. Er hat den gesamten Stoff innerlich und äußerlich neu gegliedert und sich zur Bearbeitung der einzelnen Themen eine Reihe von Mitarbeitern aus der Praxis herangezogen. Damit hat er ein Buch geschaffen, das aus der Praxis kommt und für die Praxis geschrieben ist, das aber gleichzeitig seinen Plan und seine neue Gestalt überlegener theoretischer Einsicht verdankt. Es ist klar und lebendig, so daß es jeder verstehen kann. Es geht von der Arbeit aus und entwickelt am Beispiel. — Wir wünschen diesem Buche den Erfolg, den es verdient, um so mehr, als es zum größten Teil die Gemeinschaftsarbeit einer Gruppe von Jungbuchhändlern darstellt. Wir freuen uns, daß der Jungbuchhandel auch hier bei der Schaffung neuen, wertvollen Fachschrifttums in vorderster Linie steht. Aus dem neuen „Kliemann“ wird der Lehrling und Junggehilfe ebenso lernen wie der erfahrene ältere Buchhändler.

Z für O (Zeitschrift für Organisation). Dadurch, daß man die Bearbeitung der einzelnen Abschnitte dafür besonders geeigneten Fachleuten übertragen hat, ist eine besonders gründliche Unterrichtung auf allen Teilgebieten erreicht worden, wie sie in ähnlich gleichmäßiger Durcharbeitung bei Werken, die ein so ausgedehntes und weitverzweigtes Fragengebiet behandeln, sonst wohl kaum zu erreichen ist.

Die Anzeige. Wie man sieht, ist das bearbeitete Material umfassend, die Aufgabe gründlich angepackt und vorbildlich gelöst worden. Der Herausgeber hat mit elf Mitarbeitern, Sachkennern ihrer Sondergebiete, uns nun die buchhändlerische Lehre gegeben und eines der besten Werbefachbücher überhaupt, das unsere deutsche Werbeliteratur bereichern wird.

Diese rühmenden Stimmen

reden eine deutliche Sprache. Wer von den Arbeitskameraden vom Sortiment und Verlag sich bisher noch nicht hat entschließen können, wird wohl jetzt mit seiner Bestellung nicht mehr zögern. Trifft diese bis 30. November 1937 bei uns ein, so liefern wir noch zu dem alten, außergewöhnlich niedrigliegenden Vorzugs-Barcode für den eigenen Gebrauch. Z
Ab 1. Dezember tritt der neue, nicht unwesentlich erhöhte Satz in Kraft.

E. E. Poeschel Verlag in Stuttgart