
Werbung und Wirtschaft

Schriftenreihe zur Erneuerung des deutschen Werbewesens

Unter Mitarbeit von Richard Künzler, Ständiger Vertreter des Reichsfachschäftsleiters der Reichsfachschaft Deutscher Werbefachleute
herausgegeben von Professor Dr. H. Hunke, Präsident des Werberates der deutschen Wirtschaft

Als Band 3 ist soeben erschienen:

Wirtschaft - Werbung - Weiterkommen

Von Peter A. Schlenzka

Beratender Organisator, Vorsitzender des Vorstandsrates der Gesellschaft für Organisation

120 Seiten mit 11 Schaubildern. DIN A 5. Gebunden RM 3.90

Mitglieder der Reichsfachschaft Deutscher Werbefachleute erhalten gemäß § 11.1, Absatz 1 der Verkaufsordnung
das Buch auf Grund vertraglicher Abmachungen zum Vorzugspreis von RM 3.25

Gerade zu dem Zeitpunkt, in dem die deutsche Wirtschaft am Anfang einer staatlich geführten Epoche der Leistungssteigerung steht, erscheint dieses Buch. Der Verfasser entwickelt, ausgehend von der politischen Zielsetzung und Gestaltung unseres Wirtschaftslebens, die Maßnahmen, die den Betrieb zur Rationalisierung und zur Einrichtung auf diese Wirtschaft befähigen. Die praktischen Erfahrungen des Verfassers als Organisator einer großen Zahl von Betrieben bürgen für eine wirkliche Bewährung seiner durch eine Reihe übersichtlicher Darstellungen erläuterten Arbeits- und Planungsrichtlinien. Die Verbindung wirtschaftspolitischer Gedankengänge mit praktischer Betriebsarbeit ist in dieser Synthese wohl zum erstenmal geboten und gerade das, was der Wirtschaftler bisher vermißt hat. Wenn sich das Buch zunächst auch an den Absatz- und Werbefachmann wendet, so geht das Interesse dafür doch weit über diesen Kreis hinaus, da es sich weitgehend mit den Fragen der betrieblichen Planung und der Leistungssteigerung befaßt. So ist dieses Buch als Kompaß für jeden verantwortlichen Mitarbeiter im Betrieb zu betrachten.

Früher erschienen:

Werbung! Zulässig oder Verboten?

Von Rechtsanwalt Dr. Erich Naue und Gerichtsassessor Dr. Martin Röttger

232 Seiten. DIN A 5. Gebunden RM 6.30

Mitglieder der Reichsfachschaft Deutscher Werbefachleute erhalten gemäß § 11.1, Absatz 1 der Verkaufsordnung
das Buch auf Grund vertraglicher Abmachungen zum Vorzugspreis von RM 5.25

Der durch den Band 1 gegebene Auftakt dieser Schriftenreihe ist viel versprechend, hat man hier doch tatsächlich ein Buch für die Praxis herausgebracht, das auf jeder Seite wertvoll ist und das man als Bademeikum des Werbemannes bezeichnen kann - das „BGB des Werbefachmannes“.

Die Deutsche Werbung

In Vorbereitung befindet sich Band 2:

Heilmittelwerbung und ihre Aufgaben

Bearbeitet von Richard Künzler

Dieser Band bringt die Stellungnahme verantwortlicher Persönlichkeiten der Gesundheitsführung, der pharmazeutischen Industrie und des Werberates der deutschen Wirtschaft. Die Autoren des Buches sind:

Professor Dr. Reiter, Präsident des Reichsgesundheitsamtes; Professor Dr. Hunke; Direktor Conrad, Leiter der Fachgruppe Pharmazeutische Erzeugnisse; Dr. jur. Dickmann; Dr. med. Lauer; Dr. Gerber; Werner Spangenberg; Dr. Stader, Hauptgeschäftsführer der Fachgruppe Pharmazeutische Erzeugnisse; Fritz Solm; Ministerialdirektor i. e. R. Reichard; Assessor Meyer.

Weitere Bände erscheinen in zwangloser Folge

Z

Z



Haude & Spenersche Buchhandlung Max Paschke / Berlin W 35

Verlag für Wirtschaftswissenschaft