

Verbrauchslenkung macht die betriebliche Werbung überflüssig?

ROBERT OETKER

Die betriebliche Werbung im Dienste des Vierjahresplanes

Eine Studie über die Aufgaben der betrieblichen Werbung als Mittel
der Verbrauchslenkung im Dienste der Rohstoff- und Nahrungsfreiheit

Reichsgruppe Industrie, Berlin, am 17. 4. 1939: „Die Schrift mit interessanten Abbildungen und Beispielen versehen, verdient weite Verbreitung in Fachkreisen.“

Der Präsident des Werberates der Deutschen Wirtschaft Prof. Dr. H. Funke, Berlin, schrieb am 20. 2. 1939 an den Verfasser: „. . . Sie haben eine Fülle von Gesichtspunkten aufgezeigt und Material zusammengetragen, um die dankenswerte Tendenz Ihrer Arbeit, daß nämlich die betriebliche Werbung durch die Verbrauchslenkung nicht ausgeschaltet wird, sondern vielmehr durch sie neue Anregungen und Zielsetzungen erfährt, zu erhärten. Ihre Arbeit ist umso wertvoller, als Sie mit Erfolg Neuland bearbeitet haben.“

Zeitungsverlag Nr. 17 v. 29. 4. 1939: „Oetker hat es verstanden mit viel Verständnis für die wirtschaftlichen Zusammenhänge eine Fülle von Material aus der Praxis zusammenzutragen, kritisch zu beurteilen und damit einen tiefen Einblick in den sich vollziehenden Umstellungsprozeß der gesamten betrieblichen Werbung zu vermitteln. Der besondere Wert dieser interessanten Darstellung liegt darin, daß der Verfasser selbst eine Menge nützlicher Anregungen zur Durchführung der neuen Aufgaben auf dem Gebiet der betrieblichen Werbung bringt. Die Schrift ist deshalb jedem zu empfehlen, der mit dem Aufbau und der Durchführung der Werbung im Betrieb betraut ist. Darüber hinaus wird sie von allen am Vierjahresplan Beteiligten und Interessierten gelesen werden.“

Die Schrift erschien in bester Ausstattung auf Kunstdruckpapier mit 55 Abbildungen und Beilagen

Kartonierte mit Pelloro-Umschlag RM 5.70

Werbekarten und Prospekte

Ⓜ

KONRAD TRILTSCH VERLAG WÜRZBURG-AUMÜHLE