

Demnächst erscheint:

Werbung und Umsatzentwicklung bei Markenartikel-Unternehmungen

Von Dipl.-Kfm. Dr. Hans Grube

Mit 24 graphischen Darstellungen. Etwa RM 6.—

Vor Erscheinen bestellt RM 5.20

Welche Stellung nimmt die Werbung im Wirtschaftsrhythmus des einzelnen Unternehmens ein, und wie verhalten sich Werbung und Betriebserfolg zueinander? Die Unterlagen zu der Untersuchung dieser Frage lieferten dem Verfasser eigene Erhebungen bei führenden Unternehmungen der Markenartikelindustrie.

Die Arbeit stützt sich auf Zahlenmaterial u. a. aus folgenden Industriegruppen: Schreib- und Bürowaren, Papierwaren, Schaumwein, Chemie, Zigaretten, Photographie, Kunstseide, Schokolade, Arzneimittel, graphischer Großbetrieb. An Hand dieser Einzeluntersuchungen ergeben sich wertvolle Schlußfolgerungen über die absatzpolitische Aufgabe der Werbung.

Das Werk bildet Heft 3 der „Beiträge zur Handels- und Absatzforschung“, herausgegeben von Professor Dr. rer. pol. Erich Schäfer.

Früher erschienen in der Sammlung:

Absatzbedingungen und Absatzgestaltung der deutschen Spielwarenwirtschaft. Eine Studie über d. Binnenmarkt. Von Dipl.-Kfm. Dr. Wolfgang Mara. (Heft 2) Mit 3 Tafeln. 1940. IV, 119 S. RM 3.75

Eine gründliche und tieferschürfende Tatsachenanalyse auf einem ungewöhnlich komplizierten Gebiet, wissenschaftlich hieb- und stichfest durchgeführt. Eine Schau der inneren Zusammenhänge und der wirkenden Kräfte, mit dem Blick für das Wesentliche erfaßt. Bis dahin voraussetzungslos im besten Sinne des Wortes: Das Vorhandene gesehen, wie es ist, nicht wie man es vielleicht von irgendeinem vorgefaßten Standpunkt aus haben möchte. Dann aber setzt rechtzeitig die „Voraussetzung“ ein: in der Wertung des Vorhandenen entschlossene Stellungnahme, basierend auf der Voraussetzung, daß der Spielware eine hohe erzieherische und damit kulturelle Funktion zukommt und ihre Wirtschaft entsprechend gestaltet werden muß. Der deutsche Volkswirt, 7. März 1941

Absatzbedingungen und Absatzwege der deutschen Lack- und Farbenindustrie. Von Dipl.-Kfm. Dr. Werner Preußel. (Heft 3.) Mit 4 graphischen Darstellungen und 80 Tabellen. 1941. V, 149 S. RM 4.80

Gründliche, unmittelbare Kenntnis der Absatzpraxis und umfassende Erhebungen bei den einschlägigen Firmen und Verbänden sind die Grundlage dieses Buches.

Genau und weitgehend aufgegliederte Zahlen unterrichten uns ebenso über die Rolle des Großhandels, des Einzelhandels und der Einkaufsgenossenschaften (des Malerhandwerks) wie über diejenige des deutschen Exporthändlers und des ausländischen Importhändlers oder die Bedeutung der Markenbildung bei Farben und Lacken.

Die Aufgabe der Absatzwirtschaft. Eine Grundlegung. Von Prof. Dr. Erich Schäfer. (Heft 1 in Vorbereitung.)

Für Abonnenten gelten Vorzugspreise

Ⓜ

VERLAG VON FELIX MEINER IN LEIPZIG

Ⓜ

Der redaktionelle Teil des Börsenblattes kann gesondert bezogen werden!

Der Bezugspreis beträgt im Inlande RM 1.50 monatlich frei Haus / Die Lieferung erfolgt durch Posteinweisung
Für Bezieher im Auslande beträgt der Bezugspreis RM 1.50 monatlich zuzüglich Porto

Verlag des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig. Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel