

Inhalt.

| | Seite |
|--|-------|
| I. Die kaufmännische Propaganda | 1 |
| 1. Wesen, Zweck und Bedeutung der Propaganda | 1 |
| 2. Die Voraussetzungen des Erfolges | 10 |
| 3. Aussprüche über die Reklame | 13 |
| II. Das Geschäftshaus | 15 |
| 1. Das Gebäude | 15 |
| 2. Das Firmenschild | 17 |
| 3. Die Schaufenster | 19 |
| III. Die Waren | 31 |
| 1. Ihre Qualität | 31 |
| 2. Grundsätze eines soliden Detailgeschäfts | 32 |
| 3. Die Aufmachung der Waren und die Markenartikel | 34 |
| 4. Warenzeichen und Wortzeichen | 37 |
| Gesetz zum Schutz der Warenbezeichnungen | 38 |
| IV. Die Preise der Waren | 47 |
| 1. Preisregeln | 47 |
| 2. Lockartikel | 49 |
| 3. Gewährung von Rabatt | 50 |
| 4. Sonderrabatt für bestimmte Käufer | 51 |
| 5. Ausverkäufe | 53 |
| V. Die Kunst des Verkaufens | 54 |
| 1. Das Verkaufspersonal | 54 |
| 2. Geschenkreklame | 61 |
| 3. Das Anreißen der Kundschaft | 62 |
| 4. Der Geschäftsreisende | 63 |
| 5. Kaufmännische Geschäfte mit dem Auslande | 67 |
| VI. Anzeigen und Reklamen in Zeitungen und Zeitschriften | 69 |
| 1. Die Entwicklung des Anzeigen- und Reklamewesens in den Zeitungen | 69 |
| a) Deutschland | 69 |
| b) Österreich | 74 |
| c) Frankreich | 75 |
| d) Belgien und Holland | 77 |
| e) England | 77 |
| f) Italien und Spanien | 80 |
| g) Rußland | 80 |
| h) Amerika | 80 |
| i) China und Japan | 81 |
| 2. Die Inserate und ihre Leser | 82 |
| 3. Die Regeln, die beim Inserieren zu beachten sind | 85 |
| a) Was soll man inserieren? | 85 |
| b) Wie soll man inserieren? | 86 |
| c) Wann soll man inserieren? | 102 |
| d) Wie oft soll man inserieren? | 103 |
| e) In welchen Blättern soll man inserieren? | 104 |