

## Literatur

in alphabetischer Ordnung

- Behrmann, H., Wie schreibe ich einen guten Reklametext, Verlag Organisator A.G., Zürich.
- Dwiggins, W. A., Layout in Advertising, Harper & Brothers, New York, London 1928.
- Häberlin, Paul, Der Geist und die Triebe, Kober & Spittlers Nachf., Basel 1924.
- Hotchkiss, G. B., Advertising Copy, Harper & Brothers, New York, London 1924.
- Kleppner, Otto, Advertising Procedure, Prentice Hall, Inc., New York 1926.
- Livingston, Larned, Illustration in Advertising, Mc. Graw-Hill Book Co. Inc., New York 1925.
- Mataja, Victor, Die Reklame, Duncker & Humblot, München, Leipzig 1916.
- Nixon, H. K., Principles of Selling, Mc. Graw-Hill Book Co. Inc., New York 1931.
- Poffenberger, A. T., Psychology in Advertising, A. W. Shaw Company, New York, Chicago 1925.
- Renner, Paul, Mechanisierte Graphik, Hermann Reckendorf, Berlin 1931.
- Rheinstrom, Carroll, Psyching the Ads, Covici-Friede, New York 1929.
- Starch, Daniel, Principles of Advertising, A. W. Shaw Company, New York, Chicago 1925.
- Strong, Edward K., The Psychology of Selling and Advertising, Mc. Graw-Hill Book Co. Inc., New York 1925.
- Tolmer, A., Mise en page, Studio Ltd., London 1931.
- White, Percival, Advertising Research, Appleton New York 1927.

Außerdem die Bücher und Broschüren, die in der Einleitung angeführt sind, sowie die große Zahl der Aufsätze in den Fachblättern.