

Allgemeine Werbelehre.

Von **Dr. Rudolf Seyffert,**

ord. Prof. der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Köln.
Gr-8°. 748 Seiten Umfang auf K'druckpapier, mit 396 zum Teil
mehrfarb. Abbildungen u. zahlreich. Tabellen im Text. Neue
verbilligte Preise: In Ganzlein. RM 13.50, in Halbled. RM 19.50.

Seidels Reklame: Das Buch ist eine wahre Fundgrube für
alle mit der Werbung zusammenhängenden Tatsachen, die
unter Beifügung sehr zahlreicher Beispiele in Wort und Bild,
Zahlenangaben und Statistiken mit großem Fleiß und vieler
Sachkenntnis zusammengetragen sind. Sein besonderer
Vorzug liegt darin, daß es sich ausgezeichnet zum Selbst-
unterricht eignet, namentlich auch wegen seines im Verhält-
nis zu anderen Unterrichtsmöglichkeiten niedrigen Preises.

Werbe-Rundschau: Das Werk ist das umfangreichste und
inhaltsreichste seiner Art. Wahrscheinlich wird es vorerst auf
lange Zeit hinaus das einzige sein, das in wissenschaftlicher
Form und Aufmachung das Gesamtgebiet der Werbung so
ausführlich behandelt.

A.-Z. Anzeigenzeitschrift: Wer Reklame treibt oder wer
sich irgendwie mit privater oder öffentlicher Werbung befaßt,
der muß das Werk besitzen.

Der Deutsche Ökonomist: Das Buch kann allen, welche
die Werbetechnik meistern wollen, nur empfohlen werden, zu-
mal alle Gebiete der Reklame nicht nur gestreift, sondern auf
Grund langjähriger Praxis tieferschöpfend behandelt werden.

In Anlehnung an dieses Werk ist entstanden:

Wirtschaftliche Werbekunde. Leitfaden
für den Unterricht an Wirtschaftsschulen. Von Dipl.-Handels-
lehrer **Dr. Friedrich Schlieper.** Mit einem Geleitwort von
Dr. Rudolf Seyffert, o. Prof. a. d. Universität Köln. 8°. 160 Seiten.
Kartonierte RM 2.20.

Erfolg: Wer das Wesentliche der Werbewirtschaft erfassen
will, findet hier ein durch seine systematische Gliederung
ungemein übersichtliches Handbuch.

C. E. POESCHEL VERLAG STUTTGART