

Rhythmus und Resonanz als ökonomisches Prinzip in der Reklame

von

Fritz Pauli
V.D.R., M.d.O.



1926

Verlag des Verbandes
Deutscher Reklamefachleute e.V., Berlin W 35, Potsdamer Str. 48
Kommissionsverlag Oskar Enoch, Hamburg 1, Mönckebergstr. 17

335