sollte, gern auf alle Reklame verzichten will, aber keinesfalls auf das Verkaufs-Magazin, das sie das **Rückgrat ihrer Verkaufspolitik** nennt. Dies geht auch daraus hervor, daß die Monatsauflage in kurzer Zeit von 75000 auf 300000 Exemplare stieg. Bemerkenswert ist noch, daß jedes neue Heft nur die Nummer der Ausgabe, aber kein Datum trägt, so daß auch ältere Ausgaben in neuen Verkaufsgebieten als aktuell angesehen werden.

SLUB
Wir führen Wissen.
gefördert von der
Deutschen Forschungsgemeinschaft
DFG