

Literaturverzeichnis.

Ein abgeschlossenes Literaturverzeichnis läßt sich im Rahmen dieses Handbuchs nicht geben, umfaßt doch z. B. meine eigene Bücherei allein etwa 600 Bücher und Schriften in deutscher Sprache, ohne damit den Anspruch auf unbedingte Vollzähligkeit erheben zu können.

Andererseits erschien mir ein Handbuch der Reklame nicht als vollständig, wenn nicht wenigstens einige der wichtigsten Bücher der Werbeliteratur darin verzeichnet wären.

Die Produktion an werblichen Büchern hat sich in den letzten Jahren auf einige wenige Spezialverlage konzentriert, so daß wir uns darauf beschränken können, neben einigen wenigen Büchern, die in anderen Verlagen erschienen, die Verlagsserzeugnisse dieser Verlage aufzuzählen.

Dr. R. Kroppeit (Selbstverlag des Verfassers), Wiesbaden, Nikolasstr. 17:
Werbearbeit, Werbe- und Vertriebslehre für Kaufleute. Gebunden *R.M.* 10.—.

Ein ausgezeichnetes und wertvolles Buch. Kroppeit hat am Werden der deutschen Reklame hervorragend mitgewirkt und hat in seinem Buche eine umfangreiche und vielseitige Erfahrung niedergelegt.

Dunker & Humblot, München.

V. Mataja, „Die Reklame“.

Industrie-Verlag Spaeth & Vinde, Berlin.

H. Behrmann, „Reklame“.

C. Bart Verlag, Wien, Luftbadgasse 17.

H. Behrmann: „Das Inserat“. Ein ausgezeichnetes Buch, das sich mit der Gestaltung des gebräuchlichsten Werbemittels befaßt. Behrmann, vielleicht unser bester sprachlicher Kömmer, weiß viel zu sagen, und obendrein in fesselnder Form.

Dr. H. R. Fleischmann: „Moderne Kundenwerbung“. Eine kleine, aber brauchbare Schrift, die einen guten Überblick gibt.

Horst Kliemann: „Wie und wo erfasse ich Käuferschichten“. Eine wertvolle marktanalytische Schrift.

Hanns Kropff: „Wie werde ich Reklamechef?“ Ein kurzer Leitfaden für den der in diesem Beruf vorwärts will.

Karl Lauterer: „Lehrbuch der Kundenwerbung“. Lauterer ist sicher berufen, ein solches „Lehrbuch“ zu schreiben. Und wer sich ausgewählt fühlt, der wird es mit Nutzen durcharbeiten. — — — Vor Mißbrauch schützt schon die Materie!

Fr. Rudolf Weigl: „Wie organisiere ich meine Reklame-Abteilung?“ Richtlinien für erfolgreiche Werbearbeit. Eine fleißige und brauchbare Arbeit