stellungen, Badeverwaltungen, Verkehrsvereine und Hotels zur Ausführung von Plakatierungen aller Art. Verlag Fritz Krielke Berlin-Schöneberg. Preis 1,20 M.

Liesenberg, Carl. Persönliche, Geschäftliche, Politische Reklame. Lehrbuch der Reklamekunst, deren Wesen, Bedeutung und Konsequenzen. Pfälzische Verlagsanstalt Neustadt an der Haardt. 1912. Preis 7,50 M.

Lieske. Die Gesetze gegen die Verunstaltung von Stadt und Land. Verlag Klokow, Berlin 1912. Preis 0,50 M.

Mataja, Dr. Victor. Die Reklame. Verlag Duncker & Humblot. Leipzig 1910. Preis 11,60 M.

Ruben, Paul. Die Reklame, ihre Kunst und Wissenschaft. Band 1 1913. Preis 15 M. Band 2 1914. Preis 20 M. Verlag Paetel, Berlin.

Saager, Kulturmission der Reklame. Verlag der Brücke, München 1912. Preis 0,50 M.

Seidt, Franz. Neues Handbuch der Reklame. Verlag Reinhold Wichert, Berlin 1914. Preis 3 M.

Sander, Friedr. Karl. Die Organisation der Reklame. Verlag Thalacker & Schöffer, Leipzig 1910. Preis 8,— M.

Seyffert, Rudolf. Die Reklame des Kaufmanns. Verlag G. A. Gloeckner, Leipzig. Preis 3 M.

Ströhmfeld, Gustav. Richtlinien der neuen deutschen Fremdenverkehrspolitik. Franckhsche Verlagsbuchhandlung, Stuttgart 1915. Preis 0,50 M.

Weidenmüller, Hans. Beiträge zur Werbelehre. Verlag Oskar Meister, Werdau 1912. Preis 3 M.

Mitteilungen des Vereins Deutscher Reklamefachleute. Fachblatt für das gesamte Werbewesen. Schriftleiter Werbeanwalt Weidenmüller. Jährlich 12 Nummern. Jahresabonnement 24 M.

Das Plakat. Zeitschrift des Vereins der Plakatfreunde. Schriftleiter Dr. Hans Sachs. Jährlich sechs Hefte. Jahresabonnement für Mitglieder 15 M.

SLUB
Wir führen Wissen.
gefördert von der
Deutschen Forschungsgemeinschaft
DFG