XII

DAS 12. JAHRBUCH

AMERIKANISCHER REKLAMEKUNST

TWELFTH ANNUAL OF ADVERTISING ART 1933

Herausgegeben für den Art Directors Club
Verlegt bei The Book Service Company, New York

Die Jahrbücher sind für jeden, der mit Reklame zu tun hat, ein unschätzbares Nachschlagewerk und für den Reklamechef, Gebrauchsgraphiker und Dekorateur ein unentbehrliches Werkzeug.
Das 12. Jahrbuch enthält Reproduktionen von Original-Plakaten, Prospekten, Inseraten, Zeichnungen und Werbephotos, die in der letzten alljährlich vom Art Directors Club in New York durchgeführten Ausstellung der besten Arbeiten des Jahres gezeigt wurden. Für jede Abbildung ist der Name des Künstlers und der Reklame-Agentur angegeben. Dadurch wird das Jahrbuch zu einem Nachschlagewerk von bleibendem Wert, das die unendliche Verschiedenheit zeigt, mit der ähnliche Werbungen durchgeführt werden können.
Die neuste Ausgabe enthält 200 Illustrationen, davon 25 in Vollfarben. Auf bestem Kunstdruckpapier gedruckt.

Preis nochmals ermäßigt

RM. 22.— für das in Leinen gebundene Exemplar.

Von früheren Ausgaben sind noch alle bis auf das Erste Jahrbuch zum Preise von je RM. 22.— lieferbar.

Alleinvertrieb für Europa:

„GEBRAUCHSGRAPHIK" DRUCK UND VERLAG GMBH. BERLIN SW 61

Belle-Alliance-Platz 7-8 Fernsprecher: A 7 Dönhoff 5196-97 Postscheck: Berlin 26993

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id38789187-19340050/12 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT