

*Das Titelblatt* ALLEIN TUT ES NICHT .

ERST DAS GESAMTAUSSEHEN *gibt* DER DRUCKSACHE STIL UND

LINIE UND *dem Werbeindruck* DEN WERT, DER

AUSSCHLAGGEBEND IST FÜR *das* GELINGEN DES WERBEPLANS .

DIE ERKENNTNIS, DASS DAS *Gesicht* EINES UNTERNEHMENS

SICH IN DER DRUCKSACHE WIDERSPIEGELT, ERGIBT DIE FORDERUNG,

DASS DAS BESTE AUF DIESEM GEBIET GERADE GUT GENUG SEI . . .



DEUTSCHER VERLAG DRUCKEREI BERLIN

DIE ULLSTEIN DRUCKEREI WURDE UMBENANNT IN DEUTSCHER VERLAG DRUCKEREI BERLIN