Ein wichtiges Nachschlagewerk für Werbefachleute

»––– Obgleich sich nun das Buch auch an ein breiteres Fachpublikum wendet, an Verleger, Drucksachenhersteller, Drucker, Gebrauchsgrafiker usw., ist es doch vor allem geeignet, den Werbefachleuten als wichtiges Nachschlage- und Schulungswerk zu dienen. Gerade die Verschiedenartigkeit der Aufgaben, mit denen sie sich täglich immer wieder auseinanderzusetzen haben, machen es ja oft unmöglich oder jedenfalls schwer, allen Anforderungen gerecht zu werden. Sie werden darum gern nach Werken greifen, die etwas Gültiges, etwas Anwendbares enthalten. Soweit es die Typografie angeht, gehört dieses Buch mit auf den besten Platz der Fach- und Privatbibliotheken, mögen sie nun klein oder groß, speziell oder allgemein angelegt sein.–––«*

* Aus der Besprechung in der Zeitschrift »Deutsche Werbung« Heft Nr. 1/2 1940 des zum Gutenbergjahr erschienenen Werkes: **Paul Renner, »Die Kunst der Typographie«**, Verlag Frenzel & Engelbrecher »Gebrauchsgraphik« Verlag, Berlin SW 68, Preis in Leinen geb. RM. 7.50, zu beziehen durch jede Buchhandlung.

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id38782187-19410010/91
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT