

Versandantiquariat Oliver Schlick

Mutschellenstr. 27
CH-8002 Zürich

E-Mail: oschlick@schlick.ch

Fax: 0041 44 281 34 75

Homepage: www.schlick.ch

Werbung, PR und Propaganda

(Stand: 26. August 2010)

- 34477 Apothekerwerbung - : IWA, VII. Jahrgang, 1934, Nr. 1-12. Fachzeitschrift für die Kundenwerbung der Apotheke. Organ der Interessengemeinschaft werbender Apotheker. Runderoth: Oberbergische Buchdruckerei 1934. 191 S., 3 Bl., 15,5x21. HLn. CHF 72,00/50,00
Sauberer marmorierter Halbleineneinband. - Kompletter Jahrgang 1934 (Hefte 1-12) der Zeitschrift IWA (= Interessengemeinschaft werbender Apotheker); mit interessanten Beiträgen über Werbemöglichkeiten, Werbemittel, Plakat-, Schaufenstergestaltung, Vitrinenwerbung, Beleuchtungstechnik, Ladengestaltung etc. für Apotheker, teils im Stil der Neuen Sachlichkeit; mit vielen Abbildungen und einigen montierten Werbebeispielen (Papiertütchen, Werbezetteln, Rezeptkontrollmarken, Aufkleber). Gewicht in g: 600.
- 33875 Apothekerwerbung - : Verunda, IV. Jahrgang, 1931. Fachzeitschrift für die Kundenwerbung der Apotheke. Organ der Interessengemeinschaft Werbender Apotheker. Gummersbach: Oberbergische Buchdruckerei 1931. 190 S., 15,5x21. HLn. CHF 72,00/50,00
Sauberer marmorierter Halbleineneinband. - Kompletter Jahrgang 1931 (Hefte 1-12) dieser Zeitschrift der Interessengemeinschaft werbender Apotheker (IWA); mit interessanten Beiträgen über Werbemöglichkeiten, Werbemittel, Plakat-, Schaufensterwerbung, Beleuchtungstechnik, Ladengestaltung etc. für Apotheker, teils im Stil der Neuen Sachlichkeit; mit vielen Abbildungen. Gewicht in g: 585.
- 33874 Apothekerwerbung - : Verunda, V. Jahrgang, 1932. Fachzeitschrift für die Kundenwerbung der Apotheke. Organ der Interessengemeinschaft Werbender Apotheker. Gummersbach: Oberbergische Buchdruckerei 1932. 190 S., 15,5x21. HLn. CHF 72,00/50,00
Sauberer marmorierter Halbleineneinband. - Kompletter Jahrgang 1932 (Hefte 1-12) dieser Zeitschrift der Interessengemeinschaft werbender Apotheker (IWA); mit interessanten Beiträgen über Werbemöglichkeiten, Werbemittel, Plakat-, Schaufensterwerbung, Beleuchtungstechnik, Ladengestaltung etc. für Apotheker, teils im Stil der Neuen Sachlichkeit; mit vielen Abbildungen. Gewicht in g: 570.
- 33961 Buhtz, Gustav (Hrsg.): Wie erlerne ich das Plakat- und Schildermalen? Leichtfassliche Lektionen zur Erlernung der Lack- und Reliefschrift. Ravensburg: O. Maier [ca. 1920]. 48 S., 15x22. OKt. CHF 20,00/14,00
Einband(rücken) mit Abriebspuren; hinterer Deckel mit kleinem Randeinriss; sonst ordentliches Exemplar. - Mit zahlreichen Textabbildungen (vor allem Schriftproben). Gewicht in g: 120.
- 11875 Eckstein, Hans: Das Reklame-Cliché und seine Vorteile. Aus der Praxis der Produktions- und Drucktechnik. Praktischer Ratgeber für den täglichen Gebrauch. Mit 49 illustrierten Beispielen und gleichzeitiger Führer durch die Cliché-Fabrikation. Zürich: Selbstverlag [1919]. 96 S., 14,5x22,5. OBrosch. CHF 20,00/12,00
Name auf dem Titelblatt; sonst ordentliches Exemplar. Gewicht in g: 95.
- 33921 Friedlaender, Kurt Th.: Der Weg zum Käufer. Eine Theorie der praktischen Reklame. 2., verbesserte Aufl. Mit 144 Abbildungen im Text. Berlin: Springer 1926. IX, 197 S., 2 Bl., 17,5x25. OHLn. CHF
erbung der Apotheke. Organ der Interessengemeinschaft werbender Apotheker. Runderoth:

- Oberbergische Buchdruckerei 1934. 191 S., 3 Bl., 15,5x21. HLn. CHF 72,00/50,00
 Sauberer marmorierter Halbleineneinband. - Kompletter Jahrgang 1934 (Hefte 1-12) der Zeitschrift IWA (= Interessengemeinschaft werbender Apotheker); mit interessanten Beiträgen über Werbemöglichkeiten, Werbemittel, Plakat-, Schaufenstergestaltung, Vitrinenwerbung, Beleuchtungstechnik, Ladengestaltung etc. für Apotheker, teils im Stil der Neuen Sachlichkeit; mit vielen Abbildungen und einigen montierten Werbebeispielen (Papiertütchen, Werbezetteln, Rezeptkontrollmarken, Aufkleber). Gewicht in g: 600.
- 33875 Apothekerwerbung - : Verunda, IV. Jahrgang, 1931. Fachzeitschrift für die Kundenwerbung der Apotheke. Organ der Interessengemeinschaft Werbender Apotheker. Gummersbach: Oberbergische Buchdruckerei 1931. 190 S., 15,5x21. HLn. CHF 72,00/50,00
 Sauberer marmorierter Halbleineneinband. - Kompletter Jahrgang 1931 (Hefte 1-12) dieser Zeitschrift der Interessengemeinschaft werbender Apotheker (IWA); mit interessanten Beiträgen über Werbemöglichkeiten, Werbemittel, Plakat-, Schaufensterwerbung, Beleuchtungstechnik, Ladengestaltung etc. für Apotheker, teils im Stil der Neuen Sachlichkeit; mit vielen Abbildungen. Gewicht in g: 585.
- 33874 Apothekerwerbung - : Verunda, V. Jahrgang, 1932. Fachzeitschrift für die Kundenwerbung der Apotheke. Organ der Interessengemeinschaft Werbender Apotheker. Gummersbach: Oberbergische Buchdruckerei 1932. 190 S., 15,5x21. HLn. CHF 72,00/50,00
 Sauberer marmorierter Halbleineneinband. - Kompletter Jahrgang 1932 (Hefte 1-12) dieser Zeitschrift der Interessengemeinschaft werbender Apotheker (IWA); mit interessanten Beiträgen über Werbemöglichkeiten, Werbemittel, Plakat-, Schaufensterwerbung, Beleuchtungstechnik, Ladengestaltung etc. für Apotheker, teils im Stil der Neuen Sachlichkeit; mit vielen Abbildungen. Gewicht in g: 570.
- 33961 Buhtz, Gustav (Hrsg.): Wie erlerne ich das Plakat- und Schildermalen? Leichtfassliche Lektionen zur Erlernung der Lack- und Reliefschrift. Ravensburg: O. Maier [ca. 1920]. 48 S., 15x22. OKt. CHF 20,00/14,00
 Einband(rücken) mit Abriebspuren; hinterer Deckel mit kleinem Randeinriss; sonst ordentliches Exemplar. - Mit zahlreichen Textabbildungen (vor allem Schriftproben). Gewicht in g: 120.
- 11875 Eckstein, Hans: Das Reklame-Cliché und seine Vorteile. Aus der Praxis der Produktions- und Drucktechnik. Praktischer Ratgeber für den täglichen Gebrauch. Mit 49 illustrierten Beispielen und gleichzeitiger Führer durch die Cliché-Fabrikation. Zürich: Selbstverlag [1919]. 96 S., 14,5x22,5. OBrosch. CHF 20,00/12,00
 Name auf dem Titelblatt; sonst ordentliches Exemplar. Gewicht in g: 95.
- 33921 Friedlaender, Kurt Th.: Der Weg zum Käufer. Eine Theorie der praktischen Reklame. 2., verbesserte Aufl. Mit 144 Abbildungen im Text. Berlin: Springer 1926. IX, 197 S., 2 Bl., 17,5x25. OHLn. CHF 28,00/19,00
 Roter Pappereinband mit 2-3 kleinen Verfärbungen; einige Anstreichungen bzw. Anstreichspuren; Name auf dem Vorsatzblatt und Stempel auf dem Titelblatt; sonst ordentliches Exemplar. - Über das Wesen der Aufmerksamkeit, Mittel zur Erregung derselben, Erwecken von Wohlwollen, Erinnerung und ihre Gesetze, Provozieren der Handlung, Gefühl und Verstand, suggestive Momente, Macht der Gewohnheit; mit vielen beispielhaften Werbeabbildungen. Gewicht in g: 600.
- 33915 Friesenhahn, P./Schwering, A.: Handbuch der Reklame für den modernen Geschäftsmann. 3., neubearbeitete Aufl. Mit einer einfarbigen und 5 farbigen Kunsttafeln, zahlreichen Abbildungen nach Entwürfen angesehener Reklamekünstler und vielen Satzbeispielen [= Violets Globus-Bücherei. Handbuch der gesamten Handelswissenschaften]. Stuttgart: Violet [ca. 1900]. 319 S., 13x18. OPpb. CHF 36,00/25,00
 Ordentliches Exemplar. Gewicht in g: 460.
- 33882 Halbert, A.: Praktische Werbung. 2. Tsd. Hamburg: Falken 1927. 348 S., 2 Bl., 16,5x23,5. OLn. CHF 90,00/57,00
 Ordentliches Exemplar. - Über Werbemittel und ihren kundenorientierten Einsatz; mit zahlreichen Abbildungen und Bildbeispielen. Gewicht in g: 980.

- 33925 Hartungen, Ch. von: Psychologie der Reklame. Stuttgart: Poeschel 1921. VIII, 269 S., 1 Bl., 16x23. OLn. CHF 28,00/19,00
Reklame und ihre Wirkung auf die menschliche Seele, Surrogierung des gesprochenen Wortes durch Schrift, Druck und andere Vervielfältigungsverfahren, geschriebenes Wort in Verbindung mit Farbe und graphischer Darstellung, Gegenstandsqualitätenwirkung; mit 30 Abbildungen. Gewicht in g: 530.
- 13768 Krebs, Roland: Making Friends is Our Business. 100 Years of Anheuser-Busch. By Roland Krebs in collaboration with Percy J. Orthwein. o.O.: Anheuser-Busch 1953. 451 S. OLn. CHF 40,00/25,00
Gutes, sauberes Exemplar. - Mit zahlreichen Abbildungen versehene Firmengeschichte des Getränkekonzerns Anheuser-Busch (Budweiser), dessen wirtschaftliche Geschichte und seine verschiedenen Unternehmungen (Werbung, Film, Mäzenatentum etc.). Gewicht in g: 1600.
- 32695 Kroll, Natasha: Window Display [= How To Do It Series, No. 51]. London, New York: The Studio Publications 1954. 96 S., 19x25,5. OPpb m.OU. EA. CHF 36,00/25,00
Mehrfarbiger Schutzumschlag oben randlädiert; sonst gutes Exemplar. - Präsentation diverser Waren im Schaufenster; mit ca. 200 Abbildungen; fortschrittlichstes 1950er Jahre-Design. Gewicht in g: 460.
- 33910 Kropff, J./Randolph, W.: Marktanalyse. Untersuchung des Marktes und Vorbereitung der Reklame. Kurz gefasste Grundlinien für europäische Verhältnisse. Zusammengestellt und bearbeitet auf Grund eigener und amerikanischer Forschungen und Erfahrungen für 'Market Analysis und Advertising Research'. Mit 11 Abbildungen. München, Berlin: Oldenbourg 1928. 316 S., 2 Bl., 14,5x22. OLn m.OU. CHF 24,00/16,00
Schutzumschlag geringfügig randlädiert; sonst sehr ordentliches Exemplar. - Wie macht man eine Marktanalyse? Wie erhält man Auskünfte und Informationen? Über den Konsumenten; Grundsätze für Verkauf und Werbung; Unternehmens- und Produktanalyse, Konkurrenz, Handelskanäle, Analyse der Detaillisten; markanalyse als Grundlage für Werbung; Reklamebudget; Darstellung eines Beispiels für einen amerikanischen Werbefeldzug auf Basis einer Marktanalyse. Gewicht in g: 520.
- 33821 Lehmann, Gustav: Der wirklich brauchbare Werbeberater für Kleinhändler und Gewerbetreibende. 1.-6. Tsd. Dresden: Rudolph [ca. 1925]. 108 S., 2 Bl., 13x20. OBrosch. CHF 25,00/17,00
3 Blatt am Rande lädiert. - Über Reklame, Werbung, Schaufenstergestaltung, Handzettelwerbung, Zeitungsannoncen etc.; mit humoristischer Deckelgestaltung (Werbeberater Gustav Lehmann mit Werbetrommel). Gewicht in g: 125.
- 33779 Nitsch, Harry: Das Hotel- und Gastgewerbe. Moderne Propaganda-Methoden. Mit zahlreichen Abbildungen und Musterbeispielen. Essen, Wien: Floeden 1927. 804 S., 18x24. OLn. CHF 120,00/76,00
Ca. 20 Blatt mit kleinen Eckabschnitten; sonst gutes Exemplar. - Über touristische Werbestrategien des Hotel- und Gastgewerbes, der Kurorte, Pensionen und Kaffeehäuser, über die Gestaltung von Zeitungsannoncen, Plakatwerbung und Leuchtreklame etc. Gewicht in g: 1500.
- 12001 Pintsch, Gebr. (Hrsg.): Die Anwendung von vernickelten, goldvernirten oder farbig gebeizten Messing-Gestellen bei der Schaufenster-Dekoration. Hrsg. von Gebr. Pintsch, Bockenheim-Frankfurt a.M., Fabrik feiner Schaufenster-Gestelle. 2. Aufl. Bockenheim-Frankfurt: o.V. 1893. 39 S., 13,5x22. OBrosch. CHF 72,00/50,00
Einband randlädiert und (wie auch einigen Seiten) unsauber. - Broschüre; Katalog mit kommentierter bebildeter Präsentation beispielhafter Schaufenstergestaltungen (ca. 25 Abbildungen von Schaufenstergestellen für Schuh-, Miederwaren-, Optiker-, Pfeifen-, Hut-, Schmuck-, Schirm-, Lebensmittelhandlungen u.a.). Gewicht in g: 55.
- 06157 Sander, Friedrich Karl: Verkaufs-Organisation und Geschäfts-Reklame. Leipzig: Thalacker & Schöffler 1913. 314 S., 17x23,5. OHLn. EA. CHF 25,00/16,00
Sehr gutes, sauberes Exemplar. - Über die professionelle Vorbereitung, Durchführung von Werbeanzeigen, Anzeigen und Plakatwerbung; mit zahlreichen Bildbeispielen. Gewicht in g: 665.

- 26358 Schaufensterwerbung - : Wie soll man Schaufenster ausstatten? Hrsg. von der Redaktion des 'Schweizerischen Gewerbe-Kalender' [= Gewerbe-Bibliothek, Nr. 5]. Bern: Bächli 1899. 16 S., 13,5x20,5. OBrosch. CHF 27,00/18,00
Broschüre mit Hinweisen zur Schaufenstergestaltung und Schaufensterwerbung. Gewicht in g: 15.
- 33913 Schmiedchen, Johannes (Hrsg.): Neues Handbuch der Reklame. Mit zahlreichen, teils mehrfarbigen Beilagen und Abbildungen. 1. Aufl. Berlin-Lichterfelde: Wichert, Soll und Haben 1929. 616 S., 16x21. OLn. CHF 24,00/16,00
Silberner Leinenschmuck teils abgeblättert; ein montiertes Werbeschildchen fehlt; sonst sauberes, ordentliches Exemplar. Gewicht in g: 1020.
- 34106 Schumann, Werner: Lebensmittel-Ebermann verdient mehr! Eine fröhliche Verkaufskunst. Mit Zeichnungen von Bert Vogler. Hildesheim: Helmke 1935. 327 S., 18,5x24,5. OLn. EA. CHF 20,00/12,00
Gutes, sauberes Exemplar. - Originell bebilderte Anleitung zur kundenorientierteren Werbung (eingebettet in den nationalsozialistischen Alltag). Gewicht in g: 900.
- 33993 Weigl, Fr.R.: Wie organisiere ich meine Reklame-Abteilung? Richtlinien für erfolgreiche Werbearbeit. Mit 40 Abbildungen. 2. Aufl. Wien u.a.: Barth 1927. 147 S., 2 Bl., 16x23,5. OHLn. CHF 80,00/50,00
Name auf dem Vorsatzblatt; sonst ordentliches, sauberes Exemplar. - Über die Werbeabteilung im Rahmen der Unternehmensorganisation (Arbeitsbereich, Sacheinrichtung, Aufgabe des Werbeleiters), praktisches Beispiel eines Werbefeldzuges (Ausgabe von 1927, nicht der 1985er Reprint!). Gewicht in g: 445.
- 15867 Werbung - : Kundenwerbung durch gute Schaufenster. Ein Handbuch für Geschäftsinhaber. Kap. IV. Zusammengestellt und verfasst auf Grund der Erfahrungen erfolgreicher Kaufleute der ganzen Welt. Zürich: o.V. [ca. 1935]. 6 S., 15,5x23. OBrosch. CHF 23,00/15,00
Gutes, sauberes Exemplar. - Vermutlich ein Separatabdruck; über Schaufenstergestaltung; mit mehreren Bildbeispielen vorbildlicher Schaufensterdekorationen. Gewicht in g: 40.

Folgende Abkürzungen wurden eingesetzt:

a.V. = auf dem Vorsatzblatt
Brosch = Broschur
EA = Erstausgabe
HLn = Halbleinen
HLdr = Halbleder
Kt = kartoniert
i.S. = in Schuber
OBr = Originalbroschur
OHLdr = Originalhalbleder
OHLn = Originalhalbleinen
OHPgmt = Originalhalbpergament
OKt = Originalkarton
OLn = Originalleinen
OPpb.m.OU = originaler Pappeinband mit Schutzumschlag
OU = Originalumschlag
Widm.a.V. = Widmung auf dem Vorsatzblatt

Weiterführende Nachschlagewerke:

Klotz = Klotz, A.: Kinder- und Jugendliteratur in Deutschland 1840-1950. 6 Bde. Stuttgart 1990ff.
Sternfeld/Tiedemann = Sternfeld, Wilhelm/Tiedemann, Eva: Deutsche Exil-Literatur 1933-1945. Eine Bibliographie. Heidelberg: Schneider 1970.
WG1 = Wilpert/Gühring: Erstausgaben deutscher Dichtung 1600-1960. Stuttgart 1967. 1. Aufl.
WG2 = Wilpert/Gühring: Erstausgaben deutscher Dichtung. Stuttgart 1983. 2. Aufl.
Weismann = Weismann, Willi: Deutschsprachige Bilderbücher. Ein Verzeichnis 1945-1975 erschienener Titel. München 1980.

Bestellungen

Bestellungen bitte möglichst per E-Mail (-> oschlick@schlick.ch) oder per Fax (0041 44 281 34 75).
Bitte geben Sie bei bestellungen die Titelnummern , evtl. besondere Versandformen (versichert, eingeschrieben etc.) und unbedingt Ihre E-Mail-Adresse an!
Rückmeldungen erfolgen nur auf dem E-Mail-Weg in jedem Fall! Keine telefonische Bestellannahme.

Portokosten inkl. Verpackung

Einige häufige Tarifgruppen in CHF/Euro

Gewicht	Deutschland	übriges Europa	Rest der Welt
- 250g	5,50/3,70	6,00/4,00	8,00/5,40
- 500g	6,50/4,50	7,70/5,20	11,70/7,80
- 1000g	9,10/6,10	11,20/7,50	19,20/12,80

Versicherungszuschlag: CHF 6,00/EUR 4,00

Die Auslieferung erfolgt in der Reihenfolge des Bestelleingangs. Lieferzwang besteht nicht. Der Versand geht auf Kosten und Gefahr des/der Bestellenden. Bis zur vollständigen Rechnungsbegleichung bleibt die Ware mein Eigentum.

Lieferung an unbekannte KundInnen ausserhalb der Schweiz in der Regel erst nach Vorauszahlung. Nach Bestelleingang erhalten Sie in jedem Falle eine E-Mail-Rückmeldung von mir.

Ich bemühe mich, Mängel der Bücher lückenlos zu dokumentieren. Sie sind in jedem Fall bei der Preisgestaltung berücksichtigt.

Bei markanten Mängeln besteht ein Rückgaberecht. Bitte nehmen Sie in diesem Fall sofort nach Warenerhalt E-Mail-Kontakt mit mir auf.

Es werden keine Ansichtsexemplare verschickt.

Gerichtsstand ist für beide Seiten Zürich.

Bankverbindungen:

D. Postbank Karlsruhe, BLZ 660 100 75, Kontonummer 215376-752

Swift-Adresse: IBAN DE71 6601 0075 0215 376752, BIC PBNKDEFF

CH: Swiss Post, Postfinance, CH-3003 Bern, Kontonummer 17-394111-1, SWIFT-Adresse: POFICHBE

Keine Kreditkarten.

Bei Zahlung per Scheck erhöht sich der Rechnungsbetrag um CHF 10,00.