

Welche Propaganda trägt zur Weihnachtszeit für den Verleger reiche Früchte?



Eine Reihe im Inseratenwesen erfahrener Verleger unternimmt jährlich vor Weihnachten für ihren Verlag eine sehr zweckmässige Reklame. Sie beschränken sich auf **wenige**, aber literarisch wichtige Publikationen und rücken durch **grössere** Inserate ihre Weihnachtsbücher und Novitäten bei der deutschen Lesewelt in den Vordergrund. Derartige, eindrucksvoll arrangierte Inserate, die das Auge des grossen Publikums zur empfänglichsten Zeit fesseln, haben unzweifelhaft einen guten, oft einen bedeutenden Erfolg erzielt. Die dafür aufgewandten Kosten müssen sich reichlich rentiert haben, sonst würden dieselben Verleger jahraus jahrein nicht die gleichen Inserat-Manipulationen wiederholen.

Wo das eine oder andere Werk die Kosten grosser Inserate nicht tragen kann, verteilen diese Verleger die Gebühren in praktischer Weise auf ein Kollektiv-Inserat, indem sie frühere gute Verlagsobjekte mit ankündigen. Auf diese Weise wird eine sehr wirksame Propaganda entfaltet, die dem **ganzen** Verlage zu gute kommt. Und heutzutage wird diese wichtige moderne Reklame nur zu oft von Verlegern vernachlässigt!

Derartige Verlegerinserate entfalten im

„Daheim“

eine wirklich bedeutende und sichere Wirkung, weil das „Daheim“ — unter den illustrierten Wochenschriften in grösster Ausdehnung — gerade die **feineren** und **literaturfreundlichen** Familienkreise Deutschlands um sich vereint und in diesen Kreisen als „**treuer Berater**“ anerkannt ist.