

Das Sortiment wird sich des großen Erfolges dieser Zeitschrift während des Jahrzehnts vor dem Kriege noch erinnern. Eine Reihe von Kollegen hatte Fortsetzungslisten von mehr als 100 Abnehmern. Heute im Zeitalter der Monatschriften wird das Unternehmen, dessen Ziel dem wachsenden Bedürfnis nach Echtheit und Kulturfreude entgegenkommt im Gegensatz zur industrialisierten Verbreitung mehr oder weniger wertvollen Schrifttums, einen Erfolg erzielen müssen, der jenen ehemaligen noch weit übertrifft.

Die „Meister der Farbe“ sind bis auf bedauerliche Inflationsercheinungen von jeher eine gute Einnahmequelle des Sortiments gewesen. Es ist beabsichtigt, diese wieder zum Fließen zu bringen. Die hierzu erforderliche Werbetätigkeit des Sortiments bei alten und neuen Freunden der Zeitschrift will ich weitgehend unterstützen

1. mit einem wirkungsvollen farbigen Werbeschreiben, von dem ich 3 Exemplare soeben direkt versandt habe. Es muß in zwei Exemplaren ins Schaufenster; das dritte dient der Abnehmerwerbung im Laden. Das Rundschreiben liefere ich in der Voraussetzung sorgfältigster Verwendung (es ist ein Farbendruck darin enthalten) in größerer Anzahl nach Vereinbarung auch mit Firmeneindruck;
2. durch die bedingungsweise Lieferung des ersten Hefes mit Abrechnung am 1. Juli d. J., Hest 1—3 mit erhöhtem Nachlaß. Dabei empfehle ich besonders die persönliche Werbung in Schul-, Industrie-, Bank- und Beamtenkreisen durch geeignete Vertreter. Ich habe für diesen Zweck einen Bestellschein drucken lassen, der mit Firmeneindruck unter Vereinbarung eines Kostenanteils in größerer Anzahl lieferbar ist. Es ist ganz zweifellos, daß ein schneller und erfreulicher Erfolg nicht ausbleiben wird;
3. mittels eines Pressefeldzuges zur Unterstützung der vom Sortiment hoffentlich energisch und im weitesten Umfange einsetzenden Werbearbeit. Nicht nur die Großstadtpresse — auch die Provinzpresse — wird Besprechungen in diesen Tagen bringen. Somit empfiehlt es sich, die Aufmerksamkeit der öffentlichen Meinung zu benutzen und die Schlagkraft des Rundschreibens wie der Werbehefte zu rechter Zeit wirken zu lassen.

Das Jahresanrecht der „Meister der Farbe“, 12 Hefte zu je 6 Farbentafeln kostet 30 Mark; Einzelhefte 4 Mark, das Probeheft 3 Mark, Nachlaß 35%. Bis zum 1. Juli bestellte Anrechte werden mit 40% geliefert. Eine Probefortsetzung Hest 1—3 zur Einführung mit 45%. Von 25 Fortsetzungen ab Nachlaß regulär 40%, wenn bis zum 1. Juli bestellt 45%.

Ⓜ

Verlag E. A. Seemann / Leipzig