

Der Buchhandel liegt darnieder.

Das Buch ist vielen unerschwinglich, und doch, oder vielmehr gerade deshalb, ist das Lesebedürfnis beim Publikum größer denn je. Diese richtige Erkenntnis rief die vielen Zeitschriften von heute auf den Plan. Wenn wir trotzdem

„Das Neue Blatt“

herausbringen, so geschieht dies nicht nur, weil wir darauf bauen, daß es

länger als ein halbes Jahrhundert

zu den beliebtesten Familienblättern gezählt hat und daß es sich deshalb, mustergültig geleitet, schnell wieder überall einführen wird, sondern auch weil rein kaufmännische Überlegung neben ideellen Absichten uns dazu führt, die von zahllosen alten Anhängern immer wieder verlangte Zeitschrift ins Leben zu rufen.

*Es muß im Buchhandel rege gearbeitet werden,
um verlorenes Feld wiederzugewinnen*

und trotz allen Schwierigkeiten Neuland zu erobern.

Aufbaumöglichkeiten

bietet unser Neues Blatt. Denn es ist keine Versicherungszeitschrift. Wir halten diese Werbeart für überlebt und ungesund. Der Buchhandel muß schon seiner Tradition nach auf inhaltliche Höhe bei niedrigem, durch den Versicherungsabschluß nicht hochgeschraubtem Preis sehen.

Der Markt ist mit Versicherungszeitschriften übersättigt.

Der Mittelstand ist durchweg nicht Käufer von Versicherungszeitschriften, zumal ihm Krankenkasse, Reichshaft- und die reguläre Lebensversicherung genügenden Schutz bieten.