

# SCHÜNEMANN'S

## ZUM OKTOBER

wird eine verstärkte Propaganda Ihnen klingenden Lohn bringen. Das Interesse an „Sch. M.“ besonders nach der Umstellung ist überall außerordentlich lebhaft. Zugkräftige Werbemittel stehen Ihnen in mannigfacher Form zur Verfügung. Umfassende Propagandamaßnahmen durch Zeitungsinserte, Prospekte, Beilagen usw. sind vom Verlag aus eingeleitet. Nutzen Sie die Gelegenheit! Teilen Sie mir auf dem Zettel Ihren erhöhten Bedarf mit.

## WAS ZEICHNET „SCH. M.“ AUS?

„Sch. M.“ sind die modern geleitete Zeitschrift für Haus und Familie. Ohne der Aktualität des Tages nachzujagen, geben sie einen Spiegel aller wesentlichen Strömungen und tieferen Probleme, die unsere Zeit bewegen. Der unterhaltende Teil gibt durch Auswahl der Novellen, Romane, Bilder einen Überblick über das richtunggebende künstlerische Schaffen der Gegenwart. Also Belehrung in Form genußvoller Unterhaltung, Zerstreung, die gleichzeitig bildet und fördert.

## WER IST LESER VON „SCH. M.“?

Jeder interessierte Mensch, dem das Magazin zu oberflächlich, die herkömmliche Familienzeitschrift zu altbacken ist. Die moderne Frau, die an dem geistigen Leben der Zeit teilnehmen will. Die Familie, die auf eine kultivierte, dabei zeitgemäße Art unterhalten sein will.



CARL SCHÜNEMANN

# MONATSHEFTE

## DAS OKTOBERHEFT

ist als Werbeheft hervorragend geeignet. Inhalt: I. P. Müller, „Geschlechtsmoral und Lebensglück“. Professor Robert Petsch, „Die Kunst des Anekdotenerzählens“. Heinz Pol, „Russische Filmkunst“. Prof. O. Schlemmer, „Neue Formen der Bühne“. Ossip Kalenter, „Der sterbende Wald“. Walther Mittelholzer, „Über den Alpen“. Knut Rasmussen, „Eskimos, Steinzeitmenschen und — wir“. Novellen. Zahlreiche Kunstbeilagen. Die bekannten glänzenden Photowiedergaben.

## DER NEUE ROMAN

„Eisland“ von Hellmuth Unger, wird „Sch. M.“ neue Freunde gewinnen. Der Roman, der dem Andenken Amundsens gewidmet ist, schildert in atemloser Spannung die Nordpolexpedition des amerikanischen Forschers Greely und gibt ein packendes Bild der fremden, furchtbaren Schönheit der Polarwelt.

## WERBEMATERIAL

1. Das Oktoberheft 1928 als Probenummer „bedingt“ fertig mit Streifenband zum Ansichtsversand. 2. Eine Mappe mit vierfarbigen Kunstdrucken, einer vierseitigen Bezugseinladung nebst Bestellkarte, versandfertig mit Briefumschlag. 3. Ein Kartenprospekt mit farbiger Bildpostkarte zur Massenverteilung. 4. Ein kartoniertes Probeheft mit Einzeichnungsliste für Reisende und Kolporteurs. 5. Bezieher-sammellisten mit Bezugseinladung. 6. Bestellscheinblocks für die Werbung durch Einzelreisende und Kolonnen. Provisionszuschüsse. 7. Ein geschmackvolles, wirksames Plakat.

LIEFERUNGSBEDINGUNGEN SIEHE



VERLAG / BREMEN