

Delhagen & Klasings Monatshefte

Neuer (46.) Jahrgang 1931/1932

Das Septemberheft, das Eröffnungsheft des neuen 46. Jahrgangs, ist in seiner gesamten Ausstattung, mit seinen zahlreichen Beiträgen und farbenprächtigen Bildern, bezeichnend für die Fülle des Schönen und Aregenden, die wir den Lesern bieten. Aber zum Besten des Buchhandels und seiner immer dankbar von uns anerkannten Arbeitstätigkeit haben wir insbesondere für

die dreifache Zugkraft dieses Septemberheftes gesorgt.

Es enthält:

1

Die neueste Novelle von Gerhart Hauptmann:

„Die Hochzeit auf Buchenhorst“ ein heiteres und jugendfreudiges Werk reifer Erzählungskunst und tiefer Menschlichkeit;

2

„Die grüne Elf“, den Beginn eines spannenden Sportromans

von Leonhard Täschner. Dieses sich mächtig steigende Zeit- und Charakterbild aus dem Leben einer Fußballmannschaft wird überall Aufmerksamkeit erzwingen.

3

Das Preisausschreiben: Wer kennt unsere Künstler?

Wiederum sind sechs Originalgemälde erster deutscher Maler als Preise ausgesetzt. Auch in diesem Jahr wird dieses von allen Lesern mit Ungeduld erwartete Preisausschreiben dazu dienen, Ihre Abonnenten zu halten und Ihnen neue zuzuführen.

Jedes Heft ein geschäftlicher Erfolg!

Jedes Heft hat ein besonderes Gesicht und ist danach angetan, neue Interessenten zu gewinnen. Beachten Sie die Schlagworte, die wir Ihnen allmonatlich auf den gelben Binden zurufen. Es sind Werbungsworte für neue Kunden! Wer die „Monatshefte“ einmal liest, wird ständiger Leser! Und jeder Leser dieser Zeitschrift gehört zum bücherliebenden und bücherkaufenden Publikum. Wer also Leser wird, bringt Geld in Ihre Kasse!

Werben Sie daher für Delhagen & Klasings Monatshefte!

Wirkungsvolle Werbemittel helfen Ihnen bei Ihrer Werbung:

1. Septemberheft als Probeheft bedingt

fertig zum Versenden unter geschmackvollem Streifband mit Ansichtsfaktur. Die Vorlage des reich ausgestatteten ersten Heftes mit dem Abdruck des neuesten Prosawerkes Gerhart Hauptmanns „Die Hochzeit auf Buchenhorst“ ist und bleibt das wirksamste Werbemittel für die Abonnentengewinnung. Wir haben Maßnahmen getroffen, daß wir diesbezüglichen Wünschen weitgehend Rechnung tragen können.

2. Ein bunt illustrierter Prospekt auf 20 Seiten

versandfertig mit geschmackvollem Versandstreifen. Um dem Buchhandel ein besonders zugkräftiges Werbemittel an die Hand zu geben, ist der Prospekt diesmal sehr wirkungsvoll gestaltet worden. Er ist als Leseprobe mit zahlreichen ein- und mehrfarbigen Bildwiedergaben in künstlerischer Vollendung und interessanten Texten ausgestattet. In Anbetracht der hohen Herstellungskosten mußten wir uns entschließen, den Prospekt mit 1 Pfg. das Stück in Anrechnung zu bringen, ein Preis, der gegenüber diesem prächtigen Werbebild und den in ihm liegenden Erfolgsmöglichkeiten nicht ins Gewicht fällt. Die Auflage ist nur eine beschränkte und wir bitten daher, nur den äußersten Bedarf anzugeben.

3. Kartoniertes Probeheft mit Subskriptionsliste

für Abonentengewinnung durch Reisende und Kolporture (nur in beschränkter Anzahl). Bei Firmen, denen es an Reisenden oder geeigneten Kolporturen fehlt, haben wir ein Begleitschreiben zu den Subskriptionslisten herstellen lassen, das dazu bestimmt ist, mit den Listen an die Verlände großer Behörden, Büros usw. gesandt zu werden, als Aufforderung, die Liste bei den Mitgliedern zur Einzeichnung kreisen zu lassen. (Ein ausgezeichnetes Mittel, große Kontinuationen zu erzielen.)

4. Abonnentenliste (zweifarbige) mit Einladung zum Bezug

5. Eine Mater (8:13 cm) einer wirkungsvollen Anzeige

für Insertion auf Ihre Kosten in Ihrer oder in einer Ihnen etwa zur Verfügung stehenden Zeitung. Dieses Inserat wird, namentlich wiederholt (als Füllinset) gebracht, Ihre Bemühungen um Gewinnung neuer Abonnenten wesentlich unterstützen.

6. Schaufensterwerbung

Der Beginn eines neuen Jahrgangs bietet eine günstige Gelegenheit zur Vornahme einer Schaufensterwerbung. Wir stellen Ihnen auf Wunsch ein sehr vornehmes Material, wie Dekorationsfries (blau mit silbernem Tortaufdruck), Plakate und Kunstbelegungen, Kellamenschilder usw. zur Verfügung und bemerken noch, daß es nicht erforderlich ist, ein ganzes Fenster zu veranlassen, es genügt durchaus ein Teil, eine Seitenwand oder eine Ecke derselben. Geben Sie bitte auf dem Bestellzettel an, wieviel Meter Fries Sie benötigen.

Das aufgeführte Werbematerial mit Ausnahme von 1 und 2 stellen wir unberechnet zur Verfügung, und wir bitten, uns Ihren Bedarf umgehend anzugeben, damit wir alle diesbezüglichen Wünsche nach Möglichkeit erfüllen können.

Bezugsbedingungen Jährlich 12 Hefte zu je RM 2.40. / Rabatt siehe Bestellzettel.

Diesfeld und Leipzig, Ende Juli 1931

Delhagen & Klasings