

# Werbefalender

für Juli 1938

## Buchvorschläge

zu den Heimabendthemen der HJ.

(für die Zeit vom Juni bis September 1938 werden keine Heimabendmappen herausgegeben)



## Gedenktage im Juli 1938

4. Theodor Storm . . . . .	50. Todestag
8. Graf Zeppelin . . . . .	100. Geburtstag
12. Stefan George . . . . .	70. Geburtstag
29. Benito Mussolini . . . . .	55. Geburtstag
30. Otto von Bismarck . . . . .	40. Todestag



## Vorschläge für Sonderfenster und Sonderecken

**Deutschland 1871 – Deutschland 1938!** (zum 40. Todestag Otto von Bismarcks) — **Deutsche Luftschiffahrt!** (zum 100. Geburtstag des Grafen Zeppelin) — **Leichte Kost an heißen Tagen!** (Kochrezepte für Haus, Kasüte und Zelt) — **Kleine Tiere und Pflanzen der Heimat!** (Leichtverständliche Tier- und Pflanzenbestimmungsbücher) — **Land und Leute an der Wasserfante!** (mit Bezug auf den 50. Todestag Storms).



Kennziffer „11“

Die Matrern werden kostenlos abgegeben. Der Besteller übernimmt lediglich die Verpflichtung, uns nach Verwendung einen Beleg einzusenden. **Z**

## Jetzt schon ans Weihnachtsgeschäft denken?

In den Straßen lastet die Hitze. Wer irgend kann, nimmt seinen Urlaub. Gewiß, manch einer kauft auch noch rasch ein Buch und legt es in den Koffer für die Reise. Aber für den Buchhändler ist das kein Geschäft!

Es gibt aber Zeiten, in denen die Zahl der Gehilfen nicht ausreicht, und auf die der Ladenbuchhändler nicht selten seine Existenz für ein ganzes Jahr aufbaut; Zeiten, in denen alle Arbeiten zusammenkommen. Der Kunde wird gerade im Weihnachtmonat (und davon ist die Rede) von allen Seiten mit zahllosen, werbenden Drucksachen überfüttert. Die meisten davon wandern unangesehen in den Papierkorb. Porto und Druckkosten für die schönen Bücherverzeichnisse sind umsonst ausgegeben. Nur Briefe entgehen diesem Schicksal.

Der Buchhändler kennt seine Kunden. Nicht nur die, welche sehr oft in seinen Laden kommen, auch jene seltenen Gäste, die nur Weihnachten kommen oder zwei-, dreimal im Jahr. Die Adressen sind ihm bekannt, weil sich oft die Gelegenheit ergibt, dem Käufer die Bücher durch Boten oder Post ins Haus zu schicken, sei es, um ihm das Tragen des Bücherpaketes abzunehmen oder weil etwas nicht am Lager war. Diese Adressen sind in einer Kartei sorgsam geordnet und eine Notiz weist darauf hin, welche Bücher besonders gern gekauft wurden. Daraus entsteht eine zweite Kartei, die alphabetisch nach Gebieten geordnet ist. (Architektur: Mayr, Notengasse 5 — Widewitt, Schneiderstraße 19 / Ballistik: Niemerland, Rhonstraße 23 / Botanik: Fr. Hyslon, Neue Straße 4 / Chemie: . . . usw.)

An Hand dieser Kartei schreiben wir Briefe, in denen wir das Datum noch nicht ausfüllen, weil wir die Absicht haben, sie erst im Dezember abzuschicken, wenn die Bücherverzeichnisse erschienen sind, die wir in diesem Brief ankünden. Die Briefe, die ganz auf Weihnachten abgestimmt sind, auch auf die Interessen der Kunden eingehen, aber keine Büchertitel nennen, werden, bereits unterschrieben, in einen adressierten Umschlag gelegt und alphabetisch in einen Kasten eingeordnet, in der gleichen Weise wie die Kartei nach Gebieten.

Im Dezember, oder vielleicht schon ein bißchen früher, fügen wir die Daten in die Briefe ein, nachdem wir eine Drucksache mit ausgewählten Prospekten für den nächsten Tag bereitgelegt haben. Unsere Drucksache wird erwartet, denn sie kommt, wie in dem vorausgegangenen Brief angekündigt, einen Tag nach diesem.

Es kommt nur darauf an, daß unser Brief gut und überlegt formuliert war, und das fällt nur schwer, wenn er in einer Zeit geschrieben wurde, in der alles nebenher geschehen muß, nicht aber in den schönen, ruhigen Planungstagen des Sommers.

Werbestelle