

Z I G A R E T T E N F A B R I K R I C H A R D

GREILING

A K T I E N G E S E L L S C H A F T D R E S D E N



Von allen Plakat-Säulen, aus allen Tageszeitungen, immer wieder ruft es: „Servus!“ Man spricht bereits in der Stadt darüber und grübelt, ob dieser sympathische Herr, der so hartnäckig „Servus“ ruft, eine Romangestalt ist oder im nächsten Film erscheint.

Am 1. Februar 1929 lüftet er das Geheimnis und verkündet als Doppel-Affiche und Groß-Inserat, daß

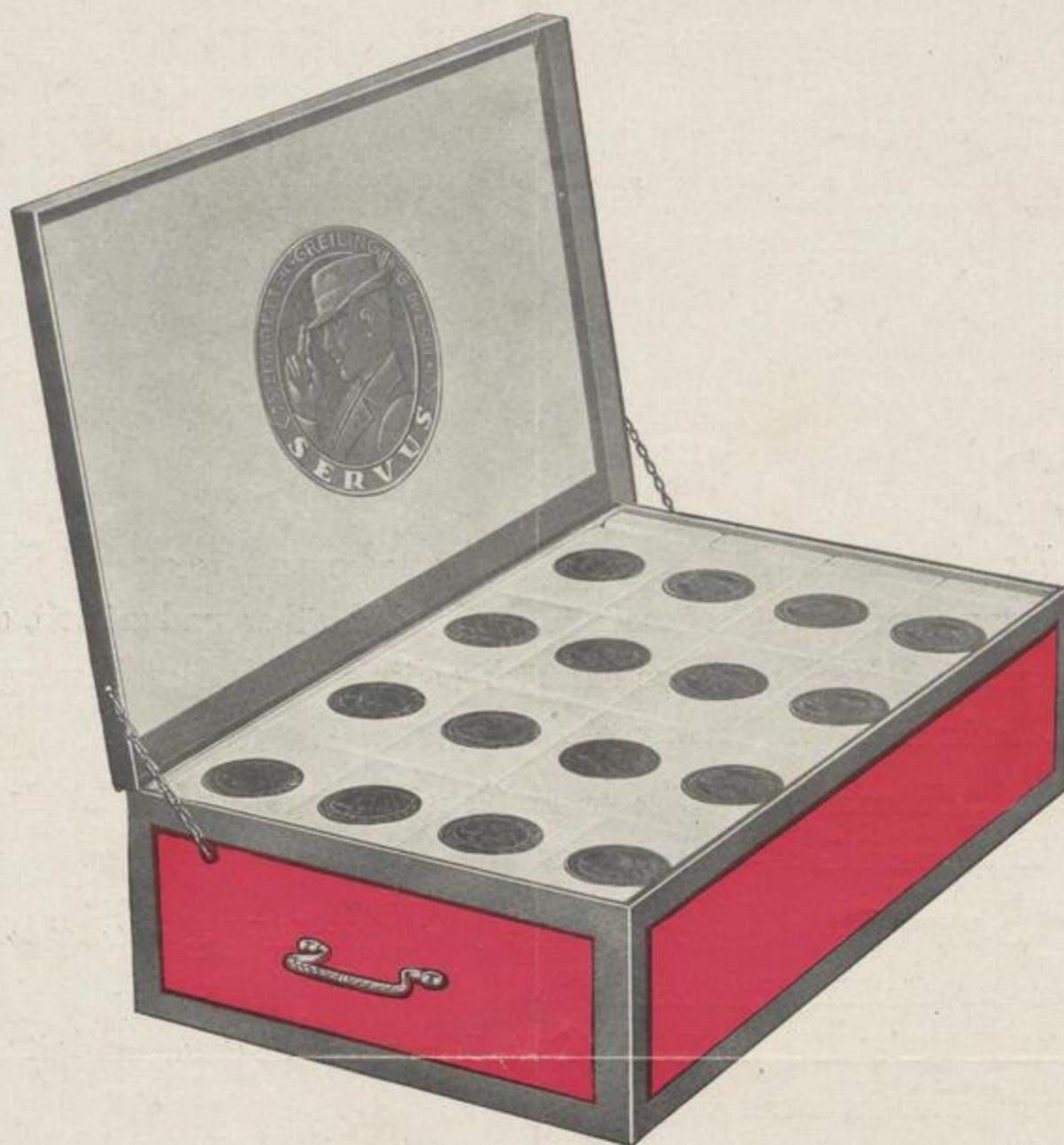
„Servus“ die neue 5-Pfennig-Zigarette
in der „Greiling Qualität 1929.“

ist. Er ladet alle ein, Ihnen einen Besuch zu machen, um mit „Servus“ persönlich bekannt zu werden.

Über den Geschmack spricht eine Kostprobe besser als Worte und Sie sollten sich selbst überzeugen, welches unvergleichliche Niveau mit der „Greiling Qualität 1929.“ geschaffen ist. Die Packungsfrage ist wieder mit greilinghafter Sorgfalt gelöst. Für Schaufenster und Verkaufsraum liefern wir Reklame-Material, wie Sie es wünschen; künstlerisch und wertvoll — neuartig und zugkräftig.

Eines der schönsten Werbemittel ist unsere neue Kasette, die ein Schmuck des Schaufensters und Ihr stummer aber emsiger Verkäufer im Laden wird. (Abbild. a. d. Rückts.) Über Einzelheiten gibt unser Vertreter bereitwilligst Auskunft; empfangen Sie ihn ebenso wohlwollend, wie der Raucher den freundlichen Servus-Herrn.

Greiling



Die neuartige Greiling-Kassette

in leuchtendem Rotlack und strahlender Goldprägung enthält:

2000 Stück Servus zu 5 Pfennig

400 Stück Juwel zu 6 Pfennig

100 Stück Kolibri zu 8 Pfennig

Insgesamt 2½ Mille.

Die Greiling-Kassette wird zu diesem praktischen Sortiment gratis mitgeliefert. Im Schaufenster aufgestellt zieht sie die Blicke der Passanten an und weckt den Wunsch, „Servus“ bei Ihnen zu kaufen. Auch im Verkaufsraum aufgestellt wirkt sie als künstlerischer Schmuck und wirbt unermüdlich für Ihren Erfolg.

Der jetzt übliche Verkauf der Zigaretten in kleinen Schachteln ist wirtschaftlicher Unsinn sowohl für den Fabrikanten als auch für den Händler. Die Methode der „Servus“-Reklame, die sich seit Jahren in anderen Branchen bewährt hat, soll den Käufer wieder veranlassen, 25-Stück-Packungen zu kaufen, und dem Händler wollen wir wieder treue Stammkunden zuführen.

1.3.51

59/2001

3213