

Den deutschen Zeitungsverlegern

wünscht die »Gebrauchsgraphik« ein gutes neues Jahr. Sie verbindet damit die Hoffnung, daß sich die deutschen Zeitungsverlage der Mitarbeit der »Gebrauchsgraphik« bei ihrem Anzeigengeschäft mehr als bisher bedienen möchten.

Die »Gebrauchsgraphik«, seit Jahren die anerkannt führende Monatsschrift der Reklamekunst, wird von den für die Werbung maßgebenden Stellen jeder größeren Firma gelesen. Sie ist nicht etwa nur eine Fachzeitschrift für Künstler, sondern sie ist

die universelle Werbezeitschrift ●

die sowohl von allen Großinserenten Deutschlands wie auch des Auslandes mit dem lebhaftesten Interesse verfolgt wird. Auf die »Gebrauchsgraphik« wird zurückgegriffen, wenn Aufträge erteilt werden sollen. Sie gilt als maßgebend für alle Vorgänge auf dem Gebiet der Reklame, sonach also für jeden Zeitungsverlag

ein wirkungsvoller Werbeträger ●

Darum:

Mehr Glauben an die Werbekraft der Anzeige!

Mehr Vertrauen zu den eigenen Werbetheorien! ●

Mehr Teilnahme an der Entwicklung der Reklame!

Nur Taten und nicht Worte können Krisen überwinden. Diesen Mut zur Tat im Jahr 1931 wünscht den deutschen Zeitungsverlegern

Der Verlag der »Gebrauchsgraphik«