



Ⓜ[33290]

Erklärung

zu den soeben bei uns erschienenen

Reklame-Jugendschriften

(Ausnahmeveranstaltung ohne Ladenpreis)

Band 1. Lieblingmärchen, 2. Robinson, 3. In der Wildnis (Indianergesch.), 4. Ohorn, Marschall Vorwärts, 5. Prohl, Brauseköpfehen.
Jeder Band ca. 160 Seiten mit prächtigen Textillustrationen und feinsten Farbdrucken in schönem Einband.

Diese Serie ist zu dem Zweck ins Leben gerufen, dem Sortiment ein wirksames Hilfsmittel zu schaffen zur Bekämpfung der Feilbietung billiger Jugendschriften durch Ramscher, Warenhäuser etc. Mehr und mehr wird das Geschenkwerk-Geschäft des Sortiments in Grossstadt und Provinz durch Nichtbuchhändler geschädigt. Soll das anders und besser werden, so ist vor allem notwendig, dass sich das Sortiment dem Publikum gegenüber den Gefahren gewachsen zeigt. Dies kann — darüber dürfte sich jeder einsichtige Kollege klar sein — nur dadurch geschehen, dass das Sortiment die Schundkonkurrenz durch gleich Billiges, aber Besseres und Schöneres überbietet. Dazu sollen die Reklame-Jugendschriften dienen.

Der Erfolg der Kollektion liegt ausschliesslich im Massenverkauf zu billigem Preise; wenn daher vorerwähnter Zweck erreicht werden soll, so darf selbstverständlich der direkte Nutzen nicht in zu hohem Gewinn am einzelnen Bande gesucht, sondern muss — wie in den Bazaren — durch starken Absatz erzielt werden. Obzwar die Bände einen Ladenwert von 3 *ℳ* repräsentieren, sollten sie keinesfalls teurer als 1 *ℳ* 50 *¢* verkauft werden. Im Interesse der Geschlossenheit bitten wir diesen Preis thunlichst als Ladenpreis einzuhalten. Von der Festlegung desselben haben wir bei dieser Veranstaltung nach reiflicher Ueberlegung abgesehen, um nicht die in manchen Fällen nötige Bewegungsfreiheit zu verhindern. Berücksichtigen Sie diese Gesichtspunkte, so werden Sie nicht nur zur Erreichung des wichtigen Zwecks und damit zur Hebung des guten Jugendschriften-Geschäfts überhaupt beitragen, sondern auch mit Leichtigkeit einige Hundert Bände im Jahre bei schönem Nutzen absetzen!

Die Aufnahme, die die Reklame-Jugendschriften fanden, hat unsere weitgehendsten Erwartungen übertroffen, heute — vor Ausgabe schon — sind die hohen Erst-Auflagen durch Vorausbestellungen stark zusammengegangen, mehr noch aber hoffen wir auf Ihre Unterstützung rechnen zu dürfen, wenn die Bände von Ihnen geprüft sind. Obzwar wir sofortige Neuherstellungen vorgesehen haben, empfiehlt es sich, insbesondere für die Firmen, die grössere Partien beziehen, uns den ungefähren Gesamtbedarf baldmöglichst aufzugeben, um uns danach einrichten zu können.

Auf die Erfahrungen, die wir bei diesem Vorstoss gegen jene Hyänen des Buchhandels machten, werden wir besonders zurückkommen, ein Ergebnis nur möchten wir schon an dieser Stelle konstatieren, die vielseitige Zustimmung, dass es richtiger ist, den Gefahren, von denen der anständige Sortiments- und Verlagsbuchhandel gleich schwer bedroht sind, statt mit schönen Worten in Artikeln und Versammlungen mit Thaten entgegenzuwirken.

Für den Bezug der Reklame-Jugendschriften sind künftig folgende Bedingungen massgebend:

1. bis zu 100 Bänden pro Band 1 *ℳ* bar.
2. von 100 Bänden gemischt an 75 *¢* pro Band,
3. „ 300 „ „ 70 *¢* „ „

rein netto ab Stuttgart gegen 6 Monats-Accept nach Empfang der Sendung. Umtausch gestattet.

Vielen Wünschen nachkommend, liefern wir zur Prüfung ein Probeexemplar der Reklamebände, wenn mit beiliegendem Zettel verlangt, à 80 *¢*, zusammen also für nur 4 *ℳ*.

Gef. Ueberschreibungen gern entgegensehend, zeichnen

hochachtungsvoll

Stuttgart, Ende Juli 1899.

Süddeutsches Verlags-Institut.

Ⓜ[33266] Ich habe den buchhändlerischen Kommissionsvertrieb nachstehenden, bei mir gedruckten Werkes übernommen:

Die Antiken Gläser

der **Frau Maria vom Rath** geb. **Stein** zu Köln

herausgegeben

von **Dr. A. Kisa**

Director des Suermondtmuseums in Aachen.

159 S. gr. 4^o. mit 33 Tafeln; gebunden 20 *ℳ*, kartoniert 16 *ℳ*.

Ich kann nur bar abgeben mit 25% Rabatt.

Handlungen, die mit Museen, Bibliotheken und Sammlern in Verbindung stehen, erhalten auf Wunsch Prospekt.

Bonn, 22. Juli 1899.

Carl Georgi,

Universitätsbuchdruckerei.