

K. F. KOEHLER, BARSORTIMENT, LEIPZIG.

Z

Leipzig, am 30. April 1901.

P. P.

Der meine Erwartungen weit übersteigende grosse Erfolg, den mein neuestes **Vertriebsmittel für das Publikum**

Litterarische Neuigkeiten

Eine Rundschau für Bücherfreunde

schon nach der ersten Anzeige gehabt hat (die erste Auflage der No. 1 von **90000 Exemplaren** ist nahezu vergriffen), zeigt mir, dass ich einem wirklichen Bedürfnis begegnet bin, und dass meinem Streben,

dem Buchhandel immer neue praktische Hilfsmittel zur Hebung des Absatzes zu bieten, allseitiges Verständnis entgegen gebracht wird.

Um der noch immer fortwährenden Nachfrage nach No. 1 genügen zu können, beabsichtige ich **einen Neudruck** zu veranstalten, und lade ich diejenigen Firmen, welche noch nicht bestellt haben, ein, dies jetzt **umgehend** zu thun, da ich die Auflage darnach bemesse. Probenummer steht zu Diensten.

Die „Litterarischen Neuigkeiten“ sind eine Bibliographie fürs Volk.

In alphabetischer, von No. 2 ab in systematischer Anordnung registrieren sie zunächst eine **Auswahl** der beachtenswerten Neuerscheinungen und bringen im Anschluss hieran Selbstanzeigen der Verleger in Form von Besprechungen der einzelnen Werke. Das Verzeichnis wird **viermal im Jahre** und zwar in der Regel am 15. März, 15. Juni, 15. September und 15. November ausgegeben werden.

Für den Verlagsbuchhandel ist damit ein Organ geschaffen, in welchem er seine Neuigkeiten in gefälliger Form, vielleicht durch Abdruck eines Urteils einer ernst zu nehmenden Zeitschrift, oder durch eine Selbstempfehlung, mit geringen Kosten rationell bekannt machen kann. Ein Hinweis im bibliographischen Teil, in welchem Titelaufnahme kostenlos erfolgt, wird die Aufmerksamkeit des Publikums noch besonders auf die Anzeige lenken.

Dem Sortimentsbuchhandel biete ich mit den „Litterarischen Neuigkeiten“ in dieser erweiterten und verbesserten Form ein vortreffliches Vertriebs- und Reklamemittel und zwar zu einem Preise, der gar nicht in Betracht kommt und ihm ermöglicht, das Verzeichnis nicht nur **regelmässig seinen Kunden gratis**, sondern auch weiter an ausgewählte Adressen zu senden. Kein Kunde sollte den Laden verlassen, ohne die neueste Nummer der „Litterarischen Neuigkeiten“ erhalten zu haben.

Das Publikum aber wird durch die „Litterarischen Neuigkeiten“ zum Kaufen angeregt. Ein solches hübsch ausgestattetes Verzeichnis wirft der Empfänger nicht weg, orientiert es ihn doch in bequemer und billiger Weise auf litterarischem Gebiete. Er wird es, sobald er Musse dazu hat, studieren, was ihn interessiert anstreichen, später bei irgendwelchem Bedarf darauf zurückkommen und vorkommenden Falles auch Freunde und Bekannte auf diese und jene Erscheinung aufmerksam machen.

Ein besseres und wohlfeileres Mittel, das Publikum das ganze Jahr über alle Litteraturgebiete zu unterrichten und damit Ihren Absatz zu steigern, giebt es nicht.

Um jeder, auch der kleinsten Handlung den Bezug zu ermöglichen, habe ich die Preise so niedrig als nur möglich gestellt und kosten

Expl.:	50	100	200	300	500	1000	2000
M.:	1.—	1.80	3.—	4.—	5.—	10.—	20.—

Firmenaufdruck zum Selbstkostenpreise. Das Verzeichnis ist für 2 resp. 3 Pf. versendbar.

Es dürfte im eigenen Interesse des Buchhandels liegen, **diese praktische**, in ihrer bisherigen Form **bewährte und billige Reklame** in ausgedehntester Masse auszunützen, der Verlagsbuchhandel dadurch, dass er seine Novitäten regelmässig darin anzeigt, das Sortiment, indem es die „Litterarischen Neuigkeiten“ in ausreichender Anzahl bezieht und in den weitesten Kreisen regelmässig verbreitet. Der enorm billige Preis, zumal in grösseren Partien, soll ihm das ermöglichen.

Dann wird auch der Erfolg nicht ausbleiben.

Mit der Bitte, sich des beiliegenden Bestellzettels zu bedienen, empfehle ich mich

mit vorzüglicher Hochachtung

K. F. Koehler
Barsortiment.