



RECLAM



LEIPZIG



Aus einer Vormittagspost

(1. September 1925):

„Infolge der vorzüglichen Einteilung und Anordnung des neuesten Katalogs kommen fast täglich **neue** Kunden (mit dem Katalog in der Hand) in meinen Laden, um aus allen Gebieten einige Nummern zu kaufen. Fast immer kommen **diese** Kunden nach einigen Tagen wieder.“

„Obwohl ich mit der Verteilung Ihres Hauptkatalogs bisher recht sparsam war, hat sich mein Umsatz der Universal-Bibliothek so gehoben, daß ich fast täglich durch Partiestellungen mein Lager ergänzen muß. Von weiterer Verbreitung des Katalogs verspreche ich mir erneuten Erfolg und bitte daher, die restlichen 500 Stück noch zu liefern. Aufmerksamste Verbreitung sichere ich Ihnen gern zu.“

„Im allgemeinen kann ich mit Freuden einen guten Absatz Ihrer Bändchen von meinem großen, nach meiner Wahl zusammengestellten Lager, das ich stets ergänze, feststellen.“

„Wir können Ihnen mitteilen, daß der Erfolg des Reclam-Sonderfensters ‚Krebs der Kleine‘ ein guter war, vor allem begrüßte das Publikum die kleinen Ausgaben bekannter neuerer Dichter, die auch schnell ausverkauft waren. Immer wieder konnte man hören, daß viele noch nichts von der Existenz der gebundenen Reclam-Bände wissen. Wie wir Ihnen bereits mitteilten, werden wir uns an der Reclam-Buchwoche beteiligen.“

„Von dem schönen Reclam-Band habe ich jetzt schon das zweite Sonderfenster gemacht. Der Erfolg übertrifft meine Erwartungen, besonders wenn man berücksichtigt, daß der Geschäftsgang sonst jetzt überaus schleppend ist, weil meine Stammkunden fast durchweg verreis sind.“

Diese freundlichen Mitteilungen sind nicht das Ergebnis einer Kundfrage, sondern spontane Äußerungen bedeutender Firmen (Friedrich Cohen, Bonn; Weitbrecht & Marissal, Hamburg usw.), die mit Reclam richtig zu „arbeiten“ wissen.

Haben Sie Ihre Beteiligung an der Reclam-Buchwoche (2.—8. November) angemeldet?