

„Unter den zurückliegenden Prospekten, die uns unter der Menge des Eingangs aufgefallen sind, fanden wir bei der Durchsicht auch Ihren Prospekt betreffend „Schaufenstermaterial für Westermanns Monatshefte“. Bitte, schicken Sie uns das von Ihnen gezeigte Sonderfenster 1 acht Tage zur Ausstellung“

Gutenberg-Buchhandlung, Berlin

„Nach dem Weihnachtsturm kommen jetzt die stillen Wochen für uns. Wir wollen diese Zeit aber ausnutzen und die Hände nicht in den Schoß legen. — Also „Werbung tut not“! Ihr Angebot ist glänzend — machen wir!“

Biermann's Buchhandlung, W.-Barmen

Der Westermanns Monatsheft-Prospekt, den ich dem Sortiment zur Erleichterung seiner Arbeit Anfang d. M. übersandte, hat, wie obige Urteile zeigen, starke Beachtung gefunden, weil er Vorschläge enthält, die mit größter Aussicht auf Erfolg in der Praxis durchgeführt werden können. Firmen, die den Prospekt nicht mehr vorzuliegen bzw. noch kein W. Mh.-Werbematerial angefordert haben, bitte ich, sofort den auszufüllen und ihn mir einzuschicken. Die Sonderfenster und Sonderecken werden bald vergriffen sein, und es wäre doch schade für Sie, wenn nicht alle in so reichem Maße vorhandenen Möglichkeiten ausgenutzt würden. Jede Woche ist kostbar, darum werden Sie hoffentlich wie der Kollege B. sagen:

Machen wir!



Georg Westermann, Braunschweig