

Wiederum bei einer anderen Seifenreklame soll gezeigt werden, wie die Seife die Jugend erhält. Wir sehen ein kleines Mädchen, die Puppe auf dem Rücken, den Sonnenschirm in der Hand. So jung macht der Gebrauch der Seife.

Bei einem Mittel gegen Frauenkrankheiten soll die Kraft veranschaulicht werden, die es verleiht. Die mythologische Kaiserin Jingo in Rüstung und mit Bogen ist abgebildet. Obwohl sie ein Kind erwartete, konnte sie doch in den Krieg ziehen. So kräftig macht der Gebrauch der Arznei auch die heutige Frau.

Viele Beispiele decken sich mit den bei uns gebräuchlichen. Kräftigwerden wird durch starke Muskeln oder sportliche Leistung illustriert. Schönheit wird durch Frauenköpfe dargestellt. Wie bei uns werden statistische Angaben durch Kurven veranschaulicht.

V. Kapitel.

Die Neuigkeiten schaffende Verknüpfung.

Es gibt verschiedene Wege, in der Anzeige Neues zu sagen. Der beste Weg ist, über das angekündigte Produkt etwas Neues zu bringen. Verbesserungen, neue Gebrauchsmethoden, Verbilligung, neue Verpackung usw. geben eine gute Grundlage für die Werbung. Doch bieten sich solche Neuigkeiten nur selten.

Deshalb wird oft künstlich etwas Neues veranlaßt und in Verbindung mit dieser Neuigkeit das Produkt auf den Markt gebracht. All diese Methoden werden in Japan nicht anders als in Europa ausgeübt, und wir brauchen deshalb nur kurz darauf einzugehen.

1. Neuigkeiten, die sich aus dem Geschäftsbetrieb ergeben.

Wie überall werden Ankunft von Waren, Änderung des Geschäftshauses, des Telephons, Ausverkäufe usw. angezeigt. So liest man in der Zeitung: „Ausstellung von Kleiderstoffen am 10. Dezember. Kyoto Aktiengesellschaft.“ — *S h i r o k i y a*, eines der großen Warenhäuser, kündigt Eröffnung des Hauptgeschäftes nach dem Erdbeben an. — *K a w a s a k i B a n k* zeigt Eröffnung von Filialen an. — Ein Geschäft teilt mit, daß Nägel aus Amerika gekommen sind. — Ein anderes kündigt an, daß Seide, Muslin, Gürtel am 30. Oktober eintreffen. — Die neue Teernte der berühmten Teedistrikte *U j i* und