

# Inhalts-Verzeichnis.

## Inhalt des I. Teils.

### A. Einleitung.

- Das Wesen von Reklame und Propaganda.** Definition / Stellung und Berührungspunkte zu anderen Wissenschaften und Fertigkeiten / das Werbewesen / kundenwerbliche Nachrichtengebung / Werbetätigkeit im Dienste kaufmännischer Organisation / Werbelehre — Betriebslehre — Volkswirtschaftslehre.
- Geschichtliches.** Reklame im Altertum, Mittelalter und in der Neuzeit / Ungeheurer Aufschwung des Reklamewesens vor dem Kriege / die Reklame im und nach dem Kriege / Entwicklungsgeschichtliche Betrachtung des Reklamewesens.
- Reklame im Ausland.** Amerika / England / Frankreich / Italien / Österreich / Sukzessionsstaaten / Orient, Rußland, Balkan.
- Reklamegegner und Reklamefreunde.** Sombart / Bücher / Walther Rathenau / Mataja / Kohler.
- Reklamewissenschaft und Reklameunterricht.** Kurse / Gesellschaften für Werbeforschung / Betriebswissenschaftliches Institut in Mannheim / Weidenmüller und seine Schule; Sopa Bruno Banner, Hörwarter / Mataja.
- Die Begriffsbildung des Werbewesens.** Werbefachmann / Angebot / Entwurf / Streuung / Werbeleitung / Blickfang / Verkehrsstrom.
- Die Kosten der Kundenwerbung.** Ohne Geld keine Reklame / Reklame auch bei den kleinsten Betrieben möglich und rentabel / Reklame kostet nichts.
- Betriebsführung mit und ohne Reklame.** Reklame nicht auf den Kaufmannsstand beschränkt / Politische, industrielle, amtliche, verkehrstechnische Reklame / Reklame und Propaganda der freien Berufe / Militärische Reklame / Reklame des Bolschewismus.
- Ist Reklame Luxus?** Reklame als Arbeitgeber für Reklame-Fachleute, Geschäftsreisende, Zeichner, Inseraten-Akquisiteure, Auslagen-Arrangeure, Schaufenster-Besorger, Annoncen-Expeditionen, Plakatierungsanstalten / Reklame verteuert nicht die Ware, die in reklamefreundlichen Ländern preiswerter als anderwärts ist.
- Reklame und Psychologie.** Die angewandte Psychotechnik / Münsterberg und die Ergebnisse seiner Forschung / Der Reklamefachmann als Psychologe / Die moderne Werbelehre und ihre Beziehungen zur Bewußtseinsforschung.