

A. Einleitung.

Das Wesen von Reklame und Propaganda.

Definition.

Reklame-Propaganda, richtig deutsch „die Kundenwerbung“ ist die willensantreibende Nachricht, um einen Kaufentschluß hervorzurufen. Eine Nachricht eignet sich sohin nur dann zur Reklame, wenn sie den Zweck verfolgt, zum Kaufe anzuregen. Der Gegenstand, auf den sich der Kaufentschluß richtet, ist hierbei gleichgültig: Lebensmittel, Gebrauchs- und Luxusgegenstände, Dienste und Leistungen fallen unter diesen Begriff. Reklame und Propaganda wurden, trotzdem sie Fremdwörter sind, in anderen Sprachen anders gedeutet: Der Franzose bezeichnet unseren Begriff mit „publicité“, der Engländer mit „advertisement“, der Italiener mit „publicità“. Der Begriff „Kundenwerbung“ wurde von Werbeanwalt Hans Weidenmüller in der Werbelehre eingeführt.

Stellung zu anderen Wissenschaften und Fertigkeiten.

Werbelehre ist Unterricht in der Kundenwerbung. Die Werbetätigkeit bildet einen Teil der Vertriebstätigkeit im Gegensatze zur Einkaufstätigkeit (beim Kaufmann) und der Herstellungstätigkeit (beim Gewerbetreibenden). Die Kundenwerbung umfaßt hochentwickelte geistige und manuelle Tätigkeit. Die Werbelehre hingegen ist eine rein geistige Tätigkeit. Es gibt eine Werbelehre oder Werbekunde, aber noch keine Werbewissenschaft, wenn auch die Ergebnisse anderer Wissenschaften (Bewußtseinsforschung, Kulturgeschichte, Sprachwissenschaft) in den Dienst der Werbelehre erfolgreich gestellt werden.

Das Werbewesen.

Das Werbewesen ist der Inbegriff der Erscheinungsformen der Kundenwerbung. Dasselbe umfaßt ein weiteres Gebiet als bloß jenes kaufmännischer