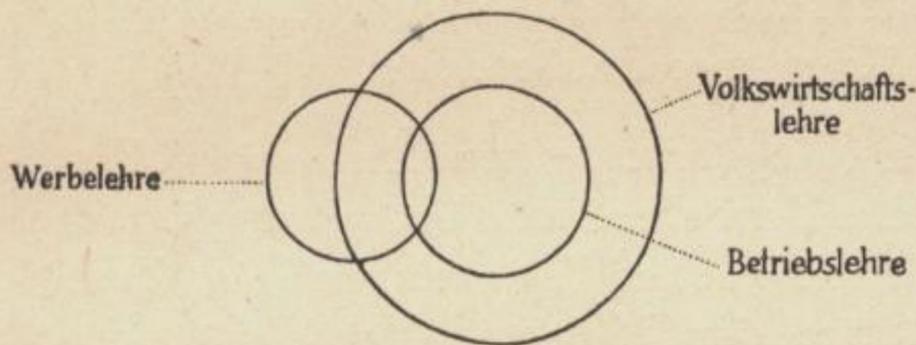


keit des Umsatzes, den wirtschaftlichen Ruin. Die Werbetätigkeit kann zu Zeiten stärker oder schwächer funktionieren, darf aber niemals ganz aussetzen. Wie der menschliche Körper nicht ohne jede Luftzufuhr, so kann auch der wirtschaftliche Körper nicht ohne kundenwerbliche Nahrung bestehen.

**Werbelehre — Betriebslehre
— Volkswirtschaftslehre.**

Die Werbelehre bildet einen Bestandteil der Betriebslehre, wie diese einen Bestandteil der Volkswirtschaftslehre. Leider nimmt die Werbelehre in diesen Disziplinen noch immer nicht den entsprechenden Raum ein. Die Werbetätigkeit ist sohin letzten Endes eine wirtschaftliche Tätigkeit, ohne dadurch jedoch in ihrem Umfange erschöpft zu sein. Die gemeinsame Schnittfläche beinhaltet eine eingehende, jedoch nicht ausschließlich wirtschaftliche Betrachtungsweise des Wer-



bewesens. Letztere würde dem Geltungsgebiete der Kundenwerbung nicht in vollem Ausmaße gerecht werden und der praktischen Anwendung

der Werbelehre ungewollte Schwierigkeiten in den Weg legen.

Geschichtliches.

**Reklame im Altertume;
Mittelalter und Neuzelt.**

Reklame hat es schon im Altertume gegeben. In Pompeji wurden anlässlich der Ausgrabungen Bekanntmachungen, sog. „Dipinti“, gefunden, in erster Linie Wahlaufrufe und Theater-Ankündigungen. Die Entwicklung der Reklame ist weiterhin von dem Gedeihen der Volkswirtschaft abhängig. Im Mittelalter, wo der Erzeuger größtenteils auch Verbraucher ist, bleibt das Reklamewesen auf ein Mindestmaß von Tätigkeit beschränkt. Ausnahmen bildet das fahrende Volk, das die Ursache des „Marktschreierischen“ in der Reklame wurde. Der eigentliche Aufschwung von Reklame und Propaganda datiert von der Erfindung der Buchdruckerkunst, dem Zeitungswesen, dem riesenhaften Anwachsen von Handel und Verkehr, der Entwick-