

## Die Begriffsbildung des Werbewesens.

### Werbefachmann.

Werbefachmann ist, wer das Werbewesen in praktischer oder theoretischer Hinsicht beherrscht und pflegt: Reklame-Interessent ist, wer an der Reklame und für die Reklame Interesse hat. Die Reklame-Interessenten zerfallen in:

1. Schaffende (produzierende) Reklame-Interessenten wie z. B. Druckereien, Reklameartikelerzeuger, Schildermaler, Schaufensterhersteller, Buchbindereien; Werbehelfer und -Berater, Werbeanwälte, Werbeleiter.
2. Verbrauchende (konsumierende) Reklame-Interessenten wie z. B. Kaufmann, Gewerbetreibende, sowie die Berufsgruppen der Militärpersonen, Diplomaten, Verkehrsbeamten, Journalisten und Schriftsteller, Mediziner und Juristen, kurz jedermann, der Reklame anwenden muß.
3. Vermittelnde Reklame-Interessenten wie z. B. Annoncen-Büros, Geschäftsreisende und Platzvertreter, Inseratenwerber, Plakatierungsanstalten, Post, Adressenbüros, Zettelverteiler und Sandwichmänner.
4. Forschende und lehrende Reklame-Interessenten. Wie z. B. Werbelehrer, Werbeschriftsteller, Werbesammler und -theoretiker, Schriftengelehrte.

### Angebot.

Angebot ist kundenwerbliche Nachricht von Ware und Geschäft. Angebot erweckt oder befriedigt die Nachfrage und ist der wichtigste werbekundliche, sowie ein notwendiger volkswirtschaftlicher Begriff. Das Angebot kann der Nachfrage zeitlich vorausgehen oder ihr folgen. Die Annahme des Angebotes ist der Kauf- resp. Verkaufsentschluß.

### Entwurf.

Entwurf des Angebotes ist die Formgebung desselben. Am Entwürfe des Angebotes sind die verschiedenartigsten Berufsgruppen beteiligt: wie Setzer, Steindrucker, Papiererzeuger, Kartonagenverfertiger, Buchbinder, Zeichner, Maler, Filmindustrielle. Durch die Vielheit der am Entwürfe beteiligten Personen ist auch die Schwierigkeit in der Erlangung einer Einheitlichkeit des Entwurfes gegeben. Je größer der Umfang der Werbetätigkeit, desto stärker und durchgebildeter die Arbeitsteilung im Entwerfen des Angebotes.