

Voraussicht nicht zugängliche Ereignisse eintreten, auf sichern Erfolg und Hereinbringung aller Reklamekosten rechnen. Wenn es sohin möglich ist, mittels einer hochrentablen, interessanten und abwechslungsreichen Tätigkeit hohe Gewinne zu erzielen und den Betrieb auszugestalten, welcher Kaufmann, Industrieller, Betriebsherr, Verleger, Journalist, Rechtsanwalt, Doktor der Heilkunde, Künstler und Schriftsteller etc. sollte es sich da noch weiter überlegen, die Kundenwerbung im weitesten Ausmaße für sein wirtschaftliches und persönliches Wohlergehen heranzuziehen?!

### **Betriebsführung mit und ohne Reklame.**

Reklame ist ein notwendiges Element jeder Betriebsführung. Die Nachteile, welche aus einer Außerachtlassung der Werbetätigkeit für jeden Betrieb entstehen, sind namentlich bei hartnäckigen wirtschaftlichen Konkurrenzkämpfen schwerwiegendster Art. Der Kaufmann, der keine Reklame macht; der Badeort, der nicht seine Vorzüge anpreist; die Vergnügungsstätte, die nicht zum Besuche einladet; die Schiffahrtsgesellschaft, welche nicht Bequemlichkeit und Reiz einer Seefahrt schildert; der Stellensuchende, welcher nicht ein treffsicheres Offerte zu gestalten weiß: sie alle werden in Grund und Boden gedonnert, falls sie für Reklame und Propaganda kein Interesse aufbringen.

**Reklame nicht auf den  
Kaufmannsstand beschränkt.**

Wohl benötigt der Kaufmann in erster Linie die Reklame. Aber auch er sucht sie in höchster Vollendung lediglich in seiner eigenen Gehirnkammer und gibt ihre Geheimnisse nur in den allerseltensten Fällen preis. Häufig kommt es hierbei vor, daß sich der Kaufmann zwar eine gewisse Art, Reklame zu machen, zurecht gelegt hat; aber er hat sich hierbei auf eine starre Formel festgelegt, ist allen Neuerungen unzugänglich und vergißt, daß das Werbewesen immer in Bewegung ist, sich Tag für Tag entwickelt, überholt und wechselt, so daß der Kaufmann, um nicht als altväterlich bemäkelt zu werden, die Fortschritte des Werbewesens erkennen und sinngemäß für sich verwenden muß. So ergibt sich denn auch für den Kaufmann die Notwendigkeit, sich mit der Werbelehre ver-