

fängers mit allem Nachdruck, aber nur auch so einhämmern, daß es stets den Zusammenhang mit der ungekürzten Bedeutung behält. Es wäre ein Fehlschlag, wenn sich der Kunde bloß das Buchstabenwort ohne Kenntnis des Sinnes desselben einprägen würde. Ein solcher kommt vorderhand als Käufer der angekündigten Ware nicht in Betracht. Das Buchstabenwort hat in letzter Zeit auf allen Gebieten menschlicher Betätigung einen riesenhaften Aufschwung genommen und ist eine zumindest mittelmäßige Kenntnis des Wesens desselben eine unbedingte Notwendigkeit.

B. Allgemeiner Teil.

**Begriff des kunden-
werblichen Angebotes.**

Das Angebot ist, wie bereits in der Einleitung festgestellt, die kundenwerbliche Nachricht über Ware und Geschäft. Es handelt sich sohin um eine kundenwerbliche Nachricht, sodaß Nachrichten, welche nicht den Zweck verfolgen, im Sinne und Dienste der Kundenwerbung zu wirken, nicht unter den Begriff des werbetechnischen Angebotes fallen. Jedes Angebot setzt ferner eine Nachricht voraus: nur durch eine Nachricht kann der Kundenwerber sein Publikum vom Vorhandensein von Ware und Geschäft in Kenntnis setzen. Die Nachricht muß vom Kaufmann (Erzeuger) zum Kunden (Verbraucher) getragen und demselben in wirksamster Art ins Bewußtsein gebracht werden. Der Weg, den das Angebot vom Ersteren zu letzterem nimmt, ist verschieden lang und muß in jedem besonderen Falle sorgfältig ausgewählt werden. Diese Beschäftigung gehört in ihrer Eben- und Gesetzmäßigkeit zu den interessantesten und vornehmsten Kapiteln der ganzen Werbelehre. Ware und Geschäft sind für jedes Angebot notwendige Inhalte; jedoch ist es nicht notwendig, daß beide gleichzeitig auftreten, falls das Angebot stück- oder ruckweise durchgeführt wird. Der zweiteilige Inhalt läßt sich jedoch auch bei geschicktester Routine des Werbefachmannes nicht umgehen und muß daher bei der Ausarbeitung eines jeden Angebotes streng beachtet werden.