

Betriebe umsieht, sich von den Konstrukteuren die eigenartigen Funktionen der neuen Erfindungen vom Grund auf erklären lassen, dieselben kennen lernen, bzw. anwenden muß. Der Kundenwerber muß reichlich Gelegenheit erhalten, von den Plänen des Betriebes für die nächste Zeit in Kenntnis gesetzt zu werden, er muß in steter Fühlung mit allen sonstigen Abteilungen des Betriebes bleiben und als Erster von eventuellen Neueinführungen sowie Verbesserungen das Notwendigste erfahren. Erst wenn dem Kundenwerber kein Winkelchen ein Geheimnis mehr ist, wenn der Sachinhalt offen und klar zu Tage liegt, kann die werbegerechte Formung des Angebotes durchgeführt werden.

Die Darstellungsmittel.

**Wort, Bild,
Ware.**

Es gibt im Ganzen drei Darstellungsmittel des Angebotsdienstes: Wort, Bild, Ware. Welches dieser drei Darstellungsmittel im einzelnen Falle zur Verwendung gelangt, kann im Voraus nicht bestimmt gesagt werden und hängt u. a. von dem geldlichen Apparate, über den der Kundenwerber verfügt, ab; ferner von dem Gegenstande des Angebotes, der Kulturreife des Kundenkreises, der allgemeinen wirtschaftlichen Lage. Diese Darstellungsmittel können gesondert, aber auch, zur Verstärkung ihrer Wirkung, gemeinsam auftreten. Dieselben sind insofern, als der Angebotstätigkeit keine anderen Darstellungsmittel zur Verfügung stehen, für den Werbedienst unentbehrlich.

**Mündlich —
Schriftlich.**

Das Darstellungsmittel „Wort“ kann mündlich oder schriftlich gebraucht werden. Der mündliche Gebrauch (Geschäftsreisende, Verkäufer, Platzvertreter, Ausrufer usw.) setzt Redegewandtheit und Redefertigkeit voraus. Der angehende Kundenwerber suche sich diese beiden in dieser Eigenschaft für das Werbewesen ungemein wichtigen Fertigkeiten gründlichst und ehest anzueignen. Solange dieselben noch immer nicht in der Schule gelehrt werden, ist Anhören guter Theaterstücke sowie Vorträge eine passende Grundlage, auf welcher der Kundenwerber sein Gebäude aufrichten kann. Wird das Darstellungsmittel „Wort“ schriftlich gebraucht, so wirkt