

**Werbsache und
Werbegegenstand.**

Die Werbsache besitzt nur Reklamewert (Inserat), das Werbegegenstand nebst dem Reklamewert auch Gebrauchswert. Sache des Kundenwerbers ist es, ein Werbegegenstand derart herzustellen, daß es beide eben besprochenen Werte in sich vereinigt. Werbegegenstände werden angefertigt, weil man mit ihrer längeren Daseinsdauer rechnet, während Werbsachen in der Regel nach kürzester Zeit der Vernichtung anheimfallen. Werbegegenstände, z. B. Aschenschalen, Notizbücher, Löschunterlagen, Vormerkbücher etc. Ihre Zahl ist unermesslich und stets Gegenstand neuer Erfindung. Auch hier ist es empfehlenswert, daß das Werbegegenstand auf die angebotene Ware abgestimmt wird, wie etwa ein Aschenbecher als Werbegegenstand einer Zigarettenhülsenfabrik, ein Taschenspiegel als Werbegegenstand eines Parfümerieladens, ein Kleiderhacken als Werbegegenstand einer Schneiderei-firma. Enthält das Werbegegenstand die angebotene Ware selbst, jedoch in verkleinertem Ausmaße, so wird sie zur Kostprobe, wie etwa der Miniatur-Klavierauszug einer Operette seitens eines Musikverlages anlässlich der Jubiläumsaufführung einer Operette, eine Dose Margarin als Werbegegenstand einer Margarinbutterfabrik.

Werbsachenprüfung.

**Notwendigkeit Ihrer
strikten Handhabung.**

Ohne Werbsachenprüfung keine geordnete Werbetätigkeit. Die Werbsachenprüfung stellt fest, ob eine Werbsache kundenwerblich richtig ausgeführt und daher erfolgversprechend ist. Der Erfolg einer Werbsache kann, streng genommen, erst beim Kunden festgestellt werden, da erst hier der Kaufentschluß wachgerufen wird und der Werbsachenentwerfer sich in der Berechnung des Erfolges leicht irren kann. Andererseits kann der Kundenwerber nicht abwarten, bis Erfolg oder Erfolglosigkeit der Werbsache bei dem Empfänger derselben konstatiert wird. Denn letzteres würde bewirken, daß Zeit- und Kostenaufwand auf die Werbsache vergebliche waren und daher lieber unterblieben wären. Die Werbsache muß daher noch vor ihrer Ausbreitung bei dem Kundenwerber geprüft werden, der sich zu diesem Behufe der Methoden der psychologischen und psychoanalytischen Wissenschaft bedient. Leider fehlt es bis heute