

noch fast durchgehends an wissenschaftlichen Laboratorien für die Werbsachenprüfung, wie sie etwa in dem betriebswissenschaftlichen Institute der Handelshochschule Mannheim eingeführt ist. Es wäre Aufgabe unserer kaufmännischen und industriellen Korporationen, allorts Stellen zur Werbsachenprüfung zu gründen und dadurch diese selbst zu fördern.

**Erfolgskontrolle.**

Die Erfolgskontrolle der Werbearbeit wird heute in den verschiedensten Arten vorgenommen. Die Erfolgskontrolle, wie sie im kaufmännischen Leben rein praktisch ausgeführt wird, kann ihr Ziel nur annähernd erreichen und macht die Werbsachenprüfung keinesfalls entbehrlich. Die Erfolgskontrolle wird hierbei jeder Werbsache individuell angepaßt und besteht z. B. bei dem Inserate in der Beifügung eines Kupons, auf dem vorteilhaftere Bedingungen für den Ankauf der angebotenen Ware festgelegt werden und daher den Leser zu einer Benützung des Inserates anregen. Letzterer wird auch aufgefordert, den Katalog No. 1 oder C zu verlangen; oder es wird die Adresse für die Erfolgskontrolle verwendet, etwa Karl Mayer, Wien, Ludwigstraße 3 b oder Ludwigstraße 3, Abtlg. Parfümerien etc. Der Leser kann ferner im Inserate aufgefordert werden, anlässlich seiner Bestellung die Zeitung oder das Fachblatt, in denen er das Inserat gelesen hat, zu zitieren. Eine ähnliche, den Umständen angemessene Erfolgskontrolle wird auch bei Plakaten, Schaufenstern, Litfaßsäulen und a. m. Platz greifen können.

## Der Angebotsvorgang im Bewußtsein.

**Einleitung.**

Durch Entwurf der Werbsache ist der äußere Vorgang der Kunden-Werbung gegeben. Mindestens ebenso wichtig ist jedoch der innere Vorgang, der mit dem Bewußtsein im engsten Zusammenhange steht. Es sind besonders die Amerikaner, welche der psychologischen Seite der Kundenwerbung ihr ganzes Augenmerk zuwenden, um aus der wirtschaftlichen Durchdringung durch die Bewußtseinsforschung die entsprechende Nutzenanwendung auf die Praxis zu ziehen.

**Umschaltung  
des Angebotes.**

Würde das Angebot von dem Kaufmann direkt in das Bewußtsein des Kunden dringen können, so wäre dadurch der Vorgang sehr er-