

Großbetrieben erweisen, die mit Auflagen von Millionen rechnen und zu deren Herstellung und Ausstreuung einen mächtigen Reklame-Etat zur Verfügung haben müssen.

## Die vervielfältigende Werbe-Industrie.

### Grundsätze.

Die Grundsätze der vervielfältigenden Werbe-Industrie: die angebotliche Werbsache schnell, billig und gut zu vervielfältigen. Schnell: weil die Ausstreuung oft an einen ganz bestimmten Termin gebunden ist (Weihnachtswoche, Festveranstaltung, Zuvorkommen der Konkurrenz etc.); billig: weil hohe Vervielfältigungskosten den aus der Ausstreuung resultierenden Gewinn aufzehren würden und die Konkurrenzfähigkeit herabsetzen; gut: weil schlechte und unvollkommene Vervielfältigungen dem Eindrucke der Werbsache nachteilig sind und nicht nur diese, sondern das Renomé der Firma selbst schädigen.

### Die Schreibmaschine.

Die Schreibmaschine stellt heute wohl das einfachste und gebräuchlichste Mittel dar, das Angebot in Massen auszustreuen. Ihre Vorteile: schnelle Arbeit, Unabhängigkeit von der Handschrift, Mechanisierung der Arbeit. Ihre Nachteile: keine eindrucksvollen Schrifttypen, Schwierigkeit im Hervorheben einzelner Gedanken, charakterlos und einförmig, fehlende Typzeichen (Anwendung fremdsprachlicher Worte und Typen im deutschen Satz). Die Verbindung von Schreib- und Diktiermaschine, deren Vorteile unstreitbar sind, hat sich bisher noch nicht allgemein eingebürgert, wäre aber sehr zu empfehlen. Die echte Schreibmaschinenschrift wird gegenwärtig auch von dem Buchdruck in Schreibmaschinentypen nachgeahmt mit dem Zwecke, in dem Angebotsempfänger den Eindruck der Schreibmaschinenschrift hervorzurufen. Das Experiment kann jedoch nur unvollkommen gelingen, der Unterschied wird immer merkbar bleiben, auch wenn im Buchdrucke die Farbe des Schreibmaschinenbandes angewendet wird.

### Vervielfältigung der Schreibmaschinenschrift.

Die Vervielfältigung der Schreibmaschinenschrift erfolgt mit „Durchschlag“ (nur eine winzige Anzahl von