

Streuplan.

Vor Beginn der Ausstreuung ist ein genauer Streuplan zu entwerfen. Hierbei wird nicht nur die Streuart festgesetzt (Überbringung der angebotlichen Nachricht durch Post oder Boten, Verteilung der Flugzettel durch ein Luftfahrzeug oder aus einem Kraftwagen), sondern auch die Größe und genaue Richtung des Streuweges (genaue Festsetzung der Reiseroute für den Geschäftsreisenden; Bestimmung der Litfaßsäulen, an denen ein Plakat angeschlagen wird). Die Landkarte und der Stadtplan, die in keiner Werbeabteilung fehlen dürfen, gelangen bei dieser Tätigkeit in Verwendung. Jedoch darf an dem Streuplan nicht stark und unter allen Umständen festgehalten werden. Ergibt sich im Verlaufe der Streutätigkeit die Unrentabilität derselben, so wird der Streuweg abgeändert oder ganz abgebrochen und ein neuer, erfolgversprechender Streuweg gewählt.

Die Werbeleitung.

Grundsätzliches.

Die Werbeleitung ist die Krönung der Werbetätigkeit. Sie beherrscht zielbewußt und konsequent jede Werbehandlung. Zu einem Werbeleiter besitzt nur jener Kundenwerber die volle Eignung, der nebst einem umfassenden Allgemeinwissen (Volkswirtschaft, Politik, Gesetzeskunde etc.) über ein den Durchschnitt überragendes Fachwissen verfügt. Andererseits kann von dem Werbeleiter nicht verlangt werden, daß er jene vollen technischen Fertigkeiten beherrscht, die in der Werbeabteilung benötigt werden (z. B. zu zeichnerischen Entwürfen). Zu diesen Zwecken hat er vielmehr geeignete Hilfskräfte, die von dem Werbeleiter die notwendigen Anordnungen erhalten, heranzuziehen. Der Werbeleiter muß kein Reklamekünstler, kein Rechtsgelehrter, kein Bewußtseinsforscher sein. Hingegen muß er Kenntnisse hievon besitzen und die Tätigkeit derselben, soweit sie für die Kundenwerbung gebraucht wird, beurteilen können, nachdem die endgiltige Entscheidung von dem Werbeleiter getroffen wird.

Werbewerk und Zufallsreklame.

Planmäßig und nach reiflicher Überlegung, unter steter Beobachtung der von der Werbelehre aufgestellten Grundsätze und der be-