

sicht ist bei dem Anpreisen „neuer Ideen“, die sich oft als ganz unzweckmäßig entpuppen, anzuwenden.

Einheitlichkeit der Werbeleitung.

Dauernde und umfassende Abstimmung.

Dauernde und umfassende Abstimmung ist notwendig, um das Publikum an die Reklame eines bestimmten Geschäftshauses zu gewöhnen. Führt die Werbeleitung ihre Werbehandlungen nicht nach einem einheitlichen Gesichtspunkte durch, so läuft sie Gefahr, daß dieselben einander nicht ergänzen, sondern in der Wirkung auseinander streben und als selbständige Teile ihr Leben führen, statt eine Kette zusammenhängender Vorgänge darzustellen.

Schwierigkeit der Einheitlichkeit.

Der Einheitlichkeit des Werbewerkes erwachsen Schwierigkeiten aus der Zusammensetzung der im Entwürfe sowie an der Ausstreuung beschäftigten Personen. Man bedenke, durch wieviel Hände eine Drucksache läuft, ehe sie an ihrer Bestimmung, dem Angebotsempfänger, anlangt! Drucksachen-Entwerfer, Setzer, Plakat-Anschläger, Geschäftsreisende, Schaufenster-Ordner haben oft ihre eigenen Köpfe, und es erwächst sohin dem Werbeleiter die Aufgabe, alle diese Werbehelfer mit dem vorgefaßten Werbeplane bekannt zu machen und sie zu der Überzeugung der einheitlichen Ausführung zu veranlassen.

Weltblick, Verantwortlichkeit.

Weitblick und Verantwortlichkeitsgefühl sind wichtige berufliche und sittliche Eigenschaften, die von einem Werbeleiter gefordert werden müssen. Der Werbeleiter muß wissen, wo und wann er mit seiner Werbehandlung einzusetzen hat und wie dieselbe der Weltwirtschaftslage (Konjunktur) anzupassen ist. Verantwortlichkeitsgefühl ist eine Forderung, die sich aus seiner selbständigen, nur im Enderfolge kontrollierbaren Stellung im Betriebe ergibt. Ein gewissenloser Werbeleiter kann das Geschäft in ungeheurer Weise schädigen, ebenso wie ein von Verantwortlichkeitsgefühl durchdrungener Werbeleiter seinem Geschäft gewaltige Erträgnisse einbringen kann. Nur sittlich hochstehende, stark pflichtbewußte Menschen eignen sich für das Amt eines