

Werbeleiters. Dementsprechend soll aber seine Stellung auch gewertet werden.

Die Werbeabteilung.

Organisation.

Der Werbeleiter ist der Chef der Werbeabteilung. Jeder größere Betrieb soll eine eigene Werbeabteilung besitzen. Die Werbeabteilung muß den Eigentümlichkeiten des Betriebes entsprechend organisiert sein. Eine gleiche Organisation für verschiedenartige Betriebe wie Fabrikation, Export- und Importhaus, Verlagsanstalt, Bank und Versicherung wäre schädlich. In jeder Werbeleitung muß hinlänglich viel Personal zur Durchführung der vom Werbeleiter als notwendig erkannten Maßnahmen vorhanden sein. In kleinen Betrieben wird in der Regel ein werbetechnisch geschulter Beamter mit einer Schreibkraft genügen. Größere Betriebe hingegen erfordern ein bedeutendes Personal mit Zeichnern, Photographen, Redakteuren, Technikern, Druckereifachleuten, Registratoren, Zeitungskundigen etc.

Lage und Unterabteilungen.

Die Werbeabteilung hat ihren Standort im Betriebe selbst und benötigt für ihre Arbeiten angemessene, entsprechend große, nur ihren Zwecken dienende Räume. Es ist untunlich, das Personal der Werbeabteilung auf anderen Zwecken vorbehaltene Räume des Betriebes etwa zu verteilen. Die Werbeabteilung darf aus Gründen der Geheimhaltung ihrer Leistungen von Außenstehenden nur mit besonderer Erlaubnis des Werbeleiters betreten werden. Ebenso bedürfen Entlehnungen von Klischés, Drucksorten, Zeichnungen, Belegexemplare und Muster der ausdrücklichen Zustimmung des Werbeleiters, der mit solcher Erlaubniserteilung sehr sparsam sein soll.

Die Unterabteilungen der Werbeabteilung eines industriellen Betriebes sind: Literarische-, Patent-, Reklame-, Zeichnungs-, Photographische-, Vertreter-, Statistische-, Ausstellungs- und Messe-, Drucksachen und Klisché-, sowie Speditionsabteilung. Die Werbeabteilungen von Großbetrieben besitzt auch eigene Hausdruckereien, was die Vorteile bietet, daß eine leichtere Verständigung mit dem Setzer- und Druckerpersonal möglich ist