

Vorwort zur 1. Auflage.

Vorliegendes Werk soll in erster Linie einen praktischen Zweck erfüllen. Über Anzeigen und Reklamen ist schon viel geschrieben worden, aber es fehlte bisher an einem das gesamte Gebiet der Reklame umfassenden, leichtverständlichen, in erster Linie für die Bedürfnisse der Geschäftsleute berechneten Werke, das alle Regeln enthält, die man berücksichtigen muß, um mit Inseraten, Reklamen, Plakaten usw. Erfolg zu haben.

Was bisher über die Kunst zu inserieren geschrieben wurde, geschah meist von einem Parteistandpunkt aus, d. h. von dem des zum Inserieren einladenden Verlegers. Ich möchte aber ohne Rücksicht auf irgend welche Zeitungen die Regeln zusammenfassen, die der Geschäftsmann und jeder, der etwas anzuzeigen hat, beachten muß, um Erfolg zu haben.

Ich bespreche nicht bloß die Anzeigen und Reklamen in Zeitungen und Zeitschriften, sondern auch die Beilagen und sonstigen Reklamemittel, wie Reklamekalender, Plakate usw., auch die Schaufenster-Auslagen, und überhaupt den praktischen Reklamebetrieb der Geschäfte.

Die Reklame ist heutzutage eine Wissenschaft, die der Geschäftsmann ebenso lernen muß, wie die Warenkunde, die Buchhaltung usw. Der Wettbewerb der Intelligenz auf allen Gebieten des Erwerbslebens gestaltet auch die Reklame immer mehr zu einer schwierigen und eigenartigen Kunst, die darin besteht, die Form und Anwendung der Reklame den jeweiligen Verhältnissen anzupassen. Jede Reklame, die nicht planmäßig und wohldurchdacht durchgeführt wird, verursacht zwecklose Ausgaben.

Es ist natürlich nicht möglich, im Rahmen eines für die weitesten Kreise bestimmten Werkes, jedes einzelne Reklamegenre nach allen Seiten vollständig zu behandeln und für jeden einzelnen Fall Ratschläge zu erteilen, aber ich hoffe, daß dieses Werk doch den Leser in den Geist der Reklame einführen und ihm nützliche Anregungen bieten wird.

Essen a. d. Ruhr

Der Verfasser.