

VI.

Folgerungen und Ausblicke für die Reklamepsychologie.

Aus der vorliegenden Arbeit dürfte sich mit großer Eindringlichkeit die Folgerung ergeben, daß die Psychologie von ihrem heutigen, hochentwickelten Standpunkte aus dem Reklamefachmann eine Menge von Aufschlüssen und Anregungen zu geben vermag, die ihn erst die psychische Wirkung der Reklamemittel richtig erkennen lassen und die Gestaltung derselben mit sicherer Berechnung des Erfolges ermöglichen. Um aus eigener Erfahrung nur eine Tatsache für die Wichtigkeit der psychologischen Lehren für den Reklame-treibenden anzuführen, sei erwähnt, daß ich geradezu mit einer Art Verblüffung die Aufschlüsse über die Gleichförmigkeit des psychischen Geschehens empfing, die sich aus dem mehrfach erwähnten Buche Professor Dr. Marbe's ergaben; bei dessen Lektüre wurden sovieler Fragen, die dem denkenden Praktiker ständig aufsteigen, einleuchtend beantwortet, daß jedem strebsamen Reklamefachmann das Studium dieses Werkes nur auf das nachdrücklichste empfohlen werden kann. Aber auch die psychologischen Lehrbücher und, wo es sich ermöglichen läßt, die Vorlesungen und Praktika über Psychologie sollte der Reklamefachmann unbedingt benutzen, um sich über die Bewußtseinsvorgänge genau zu unterrichten, die psychologischen Versuchsmethoden sowie die wissenschaftlichen Voraussetzungen und Bedingungen bei der Anstellung der Experimente kennen und die Nebeneinflüsse, die gleichzeitig auftreten und das Ergebnis beeinflussen, ev. verfälschen können, beachten zu lernen. Ähnlich wie bei den Eignungsprüfungen werden sich aus der Reklamepsychologie sichere Wege zum