

Diesen gedanklichen Inhalt müssen wir festhalten und ihn uns immer vergegenwärtigen, wenn wir von Reklame reden und namentlich, wenn wir sie betätigen!

Mit dem Wort Werben ist also die Tätigkeitsform der Reklame bezeichnet. Das Werben aktiv ist: Beeinflussen, dieses in der Konsequenz: Suggestion, im Effekt: Erfolg.

Also dem Wesen nach ist die Reklame: Werben, dem Effekt nach: Suggestieren.

Der eigentliche Inhalt der Reklame ist: die Idee, der gedankliche Ausdruck: die Form, in Inhalt und Ausdruck ist sie: Können und Kunst, in der Tätigkeit: effektive Kraft. Diese, die Kraft, gründet in den Gesetzen der Harmonie als dem Resultat der Erkenntnis von Sache und Zweck in ihren Beziehungen. Daß die Reklame positiv und negativ, absichtlich und unabsichtlich betätigt werden kann, wird an den Beispielen zu ersehen sein.

Der nach Nahrung schreiende Säugling, macht er mit seiner „betonten“ Ausdrucksform nicht ebenso, bewußt oder unbewußt, für sich und seine Existenz Reklame wie etwa der Ausrufer auf dem Jahrmarkt direkt oder indirekt nach Brot ruft?

Gewiß! Wir sind nur nicht gewohnt, das Schreien des Säuglings als Reklame aufzufassen und zu bezeichnen, aber wir müssen zu erkennen versuchen, daß der Säugling eben deshalb schreit, um seinen Anspruch geltend zu machen, sein Verlangen befriedigt zu erhalten, auf sein Dasein aufmerksam zu machen.