

Es ist auch das direkt werbende; die Mutter beeinflussende Moment mit seiner Tätigkeitskraft vorhanden und wir können ersehen, daß diese Kraft in den Gesetzen der Harmonie gründet. Die Mutter würde wahrscheinlich nicht kommen, wenn die Äußerung des Säuglings zu leise oder nicht die gewohnte, Nahrung heischende, wäre; es bestände dann für das Verstehenkönnen, für die Wirkung eine Disharmonie, also eine die Kraft lähmende oder sie aufhebende Erscheinung. Doch fahren wir fort: Bedeutet das freundliche Kindergesicht nicht das gleiche „Sichempfehlen“ wie die Verneigung der Primadonna? Ja, was bedeutet jeder freundliche Gruß überhaupt? Oder ist das elegante Kleid der Dame, die prunkende Uniform des Offiziers etwas anderes als Reklame für die Person oder für den Stand? Denn käme nur das Notwendige, das Zweckentsprechende in Frage, dann dürfte weniger genügen, anderes entsprechen!

Diese Tatsachen muß man sich vergegenwärtigen, wenn man in die Elemente der Reklame eindringen, sich deren Konsequenzen klar machen will!

Auch darf nicht übersehen werden, daß es eine „mehr oder minder“ wirksame Reklame gibt, die in einem Zuwenig oder Zuviel ihre Ursache haben kann; denn auch für die Reklame gibt es Gesetze, die auf Voraussetzungen gründend positive Resultate zeitigen, und darum können auch hier aus bestimmten Ursachen bestimmte Wirkungen hervorgebracht werden. In der Erkenntnis dieser wurzelt das Können und die Kunst in der Reklame.

Genau wie der Schütze zu weit oder zu kurz schießen, also sein Ziel überschießen oder nicht erreichen kann, der