

Wenn dieser Artikel nun unangenehmes Aufsehen erregt und allgemeinen Widerspruch hervorruft, würde es sich dann für mich oder die Zeitung um Reklame handeln? Nein! Denn das unangenehme Aufsehen, der allgemeine Widerspruch würden nicht werben, sondern abstoßen. Gewiß würde mein Name bekannt, aber in abschreckender Weise. Das Wort Reklame wäre hier weder in positivem noch in negativem Sinne angebracht. Der Effekt wäre das Bekanntwerden meines Namens in Verbindung mit einer unangenehmen Sache; ähnlich wie der Name des Verbrechers mit seinem Fall bekanntgegeben, in gutem Sinne keine Reklame für ihn bedeuten kann.

Für die Zeitung ist ein solcher Artikel praktisch ebenfalls nicht Reklame, selbst wenn sie dadurch mehr genannt oder von bestimmten Interessenten mehr gekauft würde, denn die Wertung einer Zeitung hängt nie von „einem“ Artikel ab, sondern der gute Durchschnitt ist hierfür Basis. Dasselbe ist hinsichtlich des Verkaufs zu sagen. Wenn heute durch diesen Artikel mehr Zeitungen verkauft werden, wird morgen oder übermorgen durch einen anderen Artikel der gleiche Verkauf erzielt und umgekehrt.

Wenn aber der betreffende Artikel anstatt unangenehm, angenehm auffiele und allgemeine Sympathie für den Verfasser und die Zeitung auslöste, wäre das Reklame? Unter Umständen: ja! Es könnte sich für mich um diejenige Reklame handeln, die in der Güte der Sache selbst begründet wäre. Es ist das solche Reklame, auf die wir später noch zurückkommen werden, die mit dem Sprichwort gekennzeichnet wird: „Das Werk lobt den Meister“, also, wenn die Sache für sich selbst wirbt. Aber für die Zeitung