

anzeige eines Hauses mit einer Beschreibung desselben verknüpft, so ist die Beschreibung als solche keine Reklame, wenigstens solange nicht, als ihr nur die orientierende Eigenschaft zugesprochen werden kann. Wenn allerdings die Beschreibung einen betonten oder gar gefärbten Charakter annimmt oder die Form der Verbreitung oder die Art und Weise der Ausstattung der Publikation die gewöhnliche amtliche überschreitet, dann ist die werbende Absicht, das Reklamemoment vorhanden.

.....

Wenn die Gerichtsbehörde eine Bekanntmachung mit der Aufforderung erläßt, einen Verbrecher ergreifen zu helfen und dafür eine Prämie zusichert — ist das Reklame? — Antwort: Nein! Denn die Gerichtsbehörde wirbt damit weder für sich, noch für den Fall selbst, noch sonstwie. Hier handelt es sich nur um die Mitteilung, um die Ausschreibung eines Vertragsverhältnisses, an die Öffentlichkeit gerichtet, also wesentlich um dasjenige, was unter einem Stellenangebot mit Anstellungsvertrag verstanden wird. Der Behörde reichen ihre verfügbaren Organe zur Erledigung des Falles nicht aus, sie fordert die Mithilfe weiterer Kreise und honoriert den Erfolg mit der ausgesetzten Prämie, im Effekt das Gleiche, wie wenn der Kaufmann für seine Absichten Personen gegen Provision anstellt, wobei also ebenfalls nur der Erfolg gelohnt wird.

.....

Der bei allen menschlichen Individuen mehr oder minder entwickelte Sinn für Harmonie, und man kann hinzufügen für Rhythmus, bildet gewissermaßen die Resonanz nicht nur hinsichtlich der positiven Wirkung der Reklame selbst, sondern auch hinsichtlich der Entwicklung