

handelnd erstehen. Hier haben wir es also nur mit der Werbekraft, die in der Arbeit und der Ware selbst liegt, zu tun und die genügte zu jener Zeit allerdings für den Verkauf, in Anbetracht der damaligen Verkehrsverhältnisse, der relativ geringen Beweglichkeit und der verhältnismäßig kleinen Produktion.

Aber trotzdem war eine sehr entwickelte Reklame „unter der Hand“ im Schwung. Die Weber wußten, wann die Käufer kamen und wo sie abstiegen; dort wurden sie dann besucht, orientiert und beeinflußt, kurz „hintenherum“ die Ware empfohlen, für sie Reklame gemacht.

.....

Auch darf die damalige Reklame nicht übersehen werden, die in der Herstellung der Ware „vor aller Augen“ sich zeigte. Der Bäcker backte, der Metzger schlachtete, der Schlosser feilte, der Schneider nähte, wenn nicht auf der Straße, so doch direkt öffentlich, vor aller Augen, sodaß Jedermann ihm zuschauen, seine Tätigkeit und Arbeit sehen und kontrollieren konnte.

Diese Reklame ist heute, wenigstens bei uns, vielleicht aus Räumlichkeitsgründen und weil die Großfabrikation dominiert, selten geworden. Man sieht wohl hier und da noch den Uhrmacher, den Pfeifenschnitzer, die Stickerin, den Wagner, den Küchenchef ihre Tätigkeit „vor aller Augen“ verrichten, aber daß dies zur eindrucksvollsten, werbendsten Reklame gehört oder gestaltet werden kann, wird offenbar nicht allgemein anerkannt.

Wenn ein Fräulein oder junger Mann in einem Schaufenster an frequenter Straße maschinenschreibt, also