

Wenn der Kaufmann neben der Preiswürdigkeit seiner Ware, die auf den Egoismus spekuliert, den Käufer im Laden zuvorkommend empfängt, etwa nörgelnder Kritik lebenswürdiges Eingehen, Nachsicht und verbindliches Benehmen entgegenbringt, auch außerhalb seines Geschäftes Freundlichkeiten erweist, das Inserat, den Prospekt, den Katalog verbindlich verfassen und des Adressaten würdig ausstatten läßt, dann bildet alles dies Tatsachen, denen positive Kraft innewohnt und die gute Resultate zeitigen müssen.

Also die Kraft der Liebe ist auch mit der Reklame zu verbinden und diese Erkenntnis müssen wir uns zu eigen machen, wenn unseren Werbeabsichten positive Wirkungen innewohnen sollen.

Wir gehen jetzt zu einer Rekapitulation des bisher Gesagten über, woraus das „Geheimnis“ einer sicher wirkenden Reklame zu erkennen sein wird. Zum Schluß des Abschnitts soll noch einiges über etwaige Nachteile der Reklame gesagt werden.

h. Das Geheimnis der Reklamewirkung.

Die Definition von Wort und Begriff Reklame hat uns in die eigentliche Reklamematerie eingeführt. Wir haben erkannt, daß die Reklame eine Idee ist, die in Inhalt und Form: Können, ja Kunst bedeuten kann und deren Kraft, also die Reklamewirkung, in den Gesetzen der Harmonie gründet. Es sind dies diejenigen harmonischen Beziehungen, welche die Reklameidee zu Geber, Nehmer und Objekt haben soll. Aus dieser Erkenntnis wurde dann gefolgert, daß eine Reklameabsicht in ihrer