

Es wurde bisher fast ausschließlich von den Lichtseiten der Reklame gesprochen, also über das, was die Reklame Gutes ist und Gutes zu leisten vermag. Um das Thema aber abzurunden, muss auch von den Schattenseiten, den Nachteilen der Reklame gesprochen werden und damit soll der Reklame „stamm“ entwickelt und fertig dastehen. Wir werden alsdann zur Erklärung der praktischen Reklame übergehen, welche sich in die persönlich-gesellschaftliche, geschäftlich-erwerbliche und politisch-öffentliche Reklame verzweigt und in diesen Abhandlungen sollen dann die einzelnen Reklamearten, „Blüten“ und „Früchten“ gleich, den Reklame „baum“ vervollständigen.

i. Nachteile der Reklame.

Vorteil und Nachteil sind Begriffe, die vor Allem relativ sind, relativ deshalb, weil es darauf ankommt, von welchem Gesichtspunkt aus sie betrachtet, gewertet werden.

Die Justiz wird der Verbrecher als eine verdammenswerte, der ruhige Bürger aber als eine segensreiche Einrichtung taxieren. Der Geschäftsmann wünscht seine Konkurrenz dahin, wo der Pfeffer wächst, der Käufer, der Konsument hingegen freut sich ihrer. Der liberale Freisinn glaubt, daß Deutschland ohne das konservative Agrariertum besser dastünde, dieses hat natürlich die entgegengesetzte Ansicht. Also, alle Beurteilung wurzelt in bestimmten Voraussetzungen.

Aber jede Sache, jeder Gegenstand hat nicht nur relativ durch den Stand der Beurteilung des Einzelnen, sondern tatsächlich und allgemein, wenigstens zwei Seiten: