

Benutzen wir doch die Sprache, die Kleidung, die Wohnung, unsere Freundschaften und Bekanntschaften und so vieles andere nicht nur, um uns zu verständigen, uns vor den Unbilden der Witterung zu schützen, Geselligkeit zu finden und zu pflegen, sondern wir und unsere Kulturstufe gebrauchen diese Einrichtungen vielfach, ja oft hauptsächlich auch zur persönlichen und gesellschaftlichen Geltung, zur Erreichung und Erhaltung geschäftlicher Beziehungen, zur Erlangung von öffentlichem Einfluß!

Wie viele Freundlichkeiten und Schmeicheleien werden manchmal dort ausgetauscht, wo innerlich Feindschaft besteht! Wie viele Wohnungen dienen in erster Linie der Repräsentation und erst in zweiter Linie der Zweckmäßigkeit! Dasselbe ist vom Mobiliar, von der Kleidung, vom Benehmen und noch von vielem anderen zu sagen!

Wir haben auch theoretisch erkannt, daß die Reklame eine Suggestion ist, also eine Form, eine Einrichtung, eine Macht, welche uns irgend etwas glauben läßt, uns im Denken und Handeln beeinflußt!

Ein besseres Benehmen, eine vornehme Kleidung, eine pompöse Wohnung bestimmen uns zufolge natürlicher Rückschlüsse zu der Annahme, daß es sich hier um einen gebildeten Menschen in guter wirtschaftlicher Position handelt, weil im allgemeinen diese Äußerlichkeiten den Grund zu einer solchen Beurteilung bilden. Daraufhin sind wir, besonders wenn eine weitere und nähere Kenntnis der Verhältnisse uns nicht möglich ist, geneigt, oft sogar gezwungen, unser Urteil festzulegen und unser Denken, Tun und Lassen diesem Menschen gegenüber danach einzurichten.