

phieren lassen. Selbstverständlich hat auch hier, wie in der Regel, aller Mißbrauch „kurze Beine“ und es ist auch bei der Reklame nicht aus dem Auge zu lassen, daß die größte List: die Wahrheit ist!

Aber die Wahrheit muß geeignet und ausdrücklich, sie muß genügend dargetan werden, um nicht in den umgekehrten Fehler, von einem Übertreiben in ein Untertreiben, in eine Beharrung, Erstarrung zu verfallen. Was nützt mich deine gute Sache, wenn ich sie nicht kenne? Du mußt sie mir bekannt machen, sodaß ich sie verstehen und anerkennen kann! Du darfst dein Licht nicht unter den Scheffel stellen, damit es leuchte! Das ist der Hinweis auf das Zuwenig, wie vorhin auf das Zuviel.

Ferner müssen wir bei allem Werbetun und -lassen, und das ist ebenfalls wichtig, uns klar darüber sein, ob und inwieweit die Reklamehandlung ihre Aufgabe zu erfüllen vermag, ob die Werbeabsicht ganz oder nur zum Teil damit erreicht wird, ob nicht mehrere Werbehandlungen zur Erreichung des ganzen Zweckes notwendig sind!

Um als Kavalier zu gelten, genügt nicht der tadellose Anzug, um geschäftlichen Umsatz zu erzielen nicht das Inserieren, Plakatieren oder Drucksachenverschicken, um eine politische Idee durchzuführen nicht deren Bekanntgabe in der Rede oder durch die Zeitung allein. Würde das der Fall sein, dann wäre Reklame ein einfaches Beginnen und kein Können, keine Kunst.

Der tadellose Anzug schließt nur einen Teil der möglichen Wirkung ein. Die Wäsche, der Hut, die Stiefel,