

„kummervollen Gesichtsausdruck“ und in dem „Hinweis auf die kranke Mutter und den arbeitslosen Vater“, kurzum im „Mitleiderregen“.

Die Kraft und der Erfolg dieser Reklameidee gründet in der Harmonie zum Geber (= dem Kinde), zum Nehmer (= dem Publikum), und zum Objekt (= dem Almosen). Natürlich müssen auch der rechte Ort, die richtige Zeit und etwaige sonstige Begleitumstände in Betracht gezogen werden. Wenn beispielsweise das bettelnde Kind sich solche öffentliche Straßen, Plätze oder Lokalitäten aussucht, wo viele und wohlhabende Menschen in guter Stimmung zusammenkommen, dann wird die richtige und passende Situation für die Erreichung seiner Absicht vorliegen. Reklametechnisch betrachtet ergibt sich also:

1. Reklameidee Mitleiderregen
2. Geber das Kind
3. Nehmer das Publikum
4. Objekt. das Almosen.

Harmonie: ärmliche Kleidung, kummervoller Gesichtsausdruck und Hinweis auf die kranke Mutter und den arbeitslosen Vater, kurz Mitleiderregen paßt zu einem bettelnden Kinde, dieses als Mensch zum Menschen und zu diesem das Mitgefühl, die Hilfsbereitschaft, die Wohltat, und weil rührendes und passendes Bitten und Betteln Anteilnahme und Mitleid auslöst, ergibt sich mehr oder minder bereitwilliges Geben. Dieses, das Geben, das Almosen also, bildet aber die Absicht des Bettelns, somit ist die Leistungsfähigkeit der Reklameidee gegeben.

Daß ein positives Resultat auch mit anderen Ideen und Effekten erreicht werden kann, beispielsweise mit