

im Kleinen, Konkurrenz und ein Zuviel an Ansprüchen und Leistungen, die gefordert werden und so weiter.

Wir begegnen also auch beim Kinde einer bewußten und unbewußten Werbeäußerung, einer faktischen Reklame mit Kraft und Erfolg. Die angeführten Beispiele ließen sich natürlich hundertfach vermehren.

Auch „mit dem Kinde“ wird demonstriert, auch dieses wird als „Instrument“ für bestimmte Absichten in Anspruch genommen. Die Bettlerin mit ihrem „Wurm“ auf dem Arm macht tieferen Eindruck, regt die Mildtätigkeit mehr an als ohne dasselbe. Die tüchtige Mutter spiegelt ihre Qualitäten in der Sauberkeit und Wohlerzogenheit ihres Kindes wieder. Ebenso wird die Wohlhabenheit der Familie mit dem Putz des Kindes dargetan.

c. Die Reklame der Frau.

Wir müssen in das Wesen und die Eigenart der Frau eindringen und uns ihre besondere menschliche und gesellschaftliche Aufgabe vergegenwärtigen, wenn wir den inneren Zusammenhang und damit die praktische Durchführung ihrer persönlichen Reklame erkennen wollen.

Naturwissenschaftlich ist die Frau ein menschliches Individuum und zwar im Gegensatz zum Manne der weibliche Mensch. Beide, der Mann und die Frau unterscheiden sich sowohl physisch wie psychisch und bilden zwei sich ergänzende Hälften. Physisch und psychisch, also organisch-anatomisch und geistig-seelisch ist der Mann im allgemeinen der stärkere, die Frau der schwächere