

### § 3. Werbung — Propaganda — Reklame.

Wir haben bisher in der Darstellung absichtlich nur den Begriff „Reklame“ verwendet, ohne auf andere Bezeichnungen, die sich teils für den gleichen, Begriffskomplex, teils für ihm ähnliche oder verwandte herausgebildet haben, näher einzugehen. Das soll im folgenden nachgeholt werden.

Vor allem sind es drei Ausdrücke, die die Praxis kennt, Reklame, Propaganda und Werbung, die teils für dasselbe Begriffsgebiet, teils für verschiedene gebraucht werden. Es gibt Autoren, die alle drei Bezeichnungen schlechtweg einander gleichsetzen und denselben Begriff bald mit Reklame, bald mit Werbung oder Propaganda bezeichnen, während andere wieder scharf zwischen den einzelnen Ausdrücken unterscheiden. So vertritt Seyffert den Standpunkt, daß Werbung, Propaganda und Reklame inhaltlich gleichbedeutend sind, gibt allerdings zu, daß mit der Bezeichnung Reklame allgemein die Werbung für kaufmännische Zwecke gemeint ist<sup>13)</sup>. Die zweite Auffassung scheint uns dagegen die richtiger zu sein, denn wenn man dem vulgären Sprachgebrauch folgt, der allerdings keinen zuverlässigen Maßstab abgeben kann, so findet man, daß rein instinktiv zwischen den einzelnen Ausdrücken unterschieden wird, ohne daß der Einzelne bestimmte Gründe dafür angeben kann, warum er es tut. Dabei kann man noch vielfach beobachten, daß der Ausdruck „Propaganda“ für etwas Vornehmeres angesehen wird, während dem Begriff „Reklame“ meist der Gedanke an etwas Plumpes, Klobiges anhaftet. Daß dieser Unterton, den noch viele bei dem Worte Reklame heraushören, und der wohl in den Erinnerungen an die Anfangszeit der Reklame seinen nicht ganz unbegründeten Ursprung hat, heute jede Berechtigung verloren hat, ergibt sich bereits aus der oben angeführten Begriffsbestimmung von König, wonach Reklame in dem Sinne, wie wir sie heute verstehen, mit Plumpen, Marktschreierischem auch nicht das geringste mehr zu tun hat. Das Hauptanwendungsgebiet der Bezeichnung Propaganda ist das politische Leben, sowie überhaupt alle Tätigkeit, die sich mit der Verbreitung oder Befürwortung ideeller, geistiger Werte befaßt. Das liegt auch schon in dem Worte selbst begründet, das von dem lateinischen propagare abstammt und soviel wie ausbreiten, verbreiten bedeutet. Man sagt wohl, daß jemand für seine geistige Richtung oder für eine Partei Propaganda macht, doch spricht in diesem Sinne wohl niemand von Reklame machen. Die Bezeichnung Reklame konzentriert sich vielmehr auf das kaufmännische, geschäftliche Gebiet. Das entspricht auch mehr seiner Abstammung vom lateinischen reclamare. Dies wird allerdings in verschiedenem Sinne gebraucht, einmal in der Bedeutung von laut dagegen schreien, Einwände machen, wie es sich etwa heute noch in dem Ausdruck reklamieren erhalten hat. Daneben hat es noch die Bedeutung von wiederholen. Im Französischen hat sich das Wort „réclame“ in der Jägersprache erhalten, wo es den Lockruf des Jägers bei der Vogeljagd bedeutet, ferner in der Bühnensprache, wo es dem deutschen Stichwort für den Auftritt des Schauspielers entspricht.

Die vielfachen Bestrebungen, das Fremdwort aus dem Sprachgebrauch zu entfernen, entbehren insofern der Begründung, als im Ausland die Bezeichnung Reklame kaum Verwendung findet. Was wir mit Reklame bezeichnen, nennt der Engländer und Amerikaner advertising, der Franzose publicité. Das Streben aber, dadurch den

<sup>13)</sup> Seyffert, Allgem. Werbelehre. S. 11.