

also in 25—30 Sekunden können wir eine absolut sichere und durchaus angenehme Werbung anbringen. Wir nehmen diese Takte aus dem Motiv oder Refrain einer jeweils recht populären Melodie und ordnen die Sache vielleicht so an:

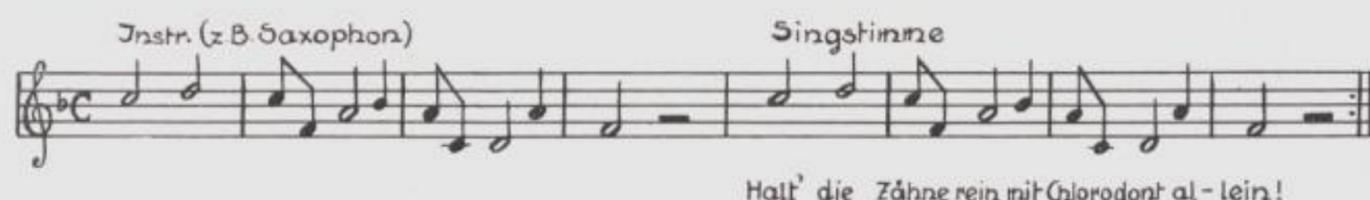


Fig. 2

Der Hörer stellt sich schon nach den ersten Takten in Resonanz zu der ihm bekannten Melodie. Alle Hemmungen sind ausgeschaltet. So bekommt er den in gleichem Rhythmus und der gleichen Melodie gehaltenen Werbevers widerstandslos ins Ohr und in die Mneme. Wenn immer er die Melodie hört oder summt, stellt sich automatisch dieser Werbetext ein; denn der richtige Text dieser populären Melodie ist nur selten bekannt. Natürlich darf dies wohl nur höchstens dreimal gegeben werden, sonst langweilt es und ärgert. Aber so kurz ist es amüsan und für den Werbezweck durchaus ausreichend. — Hiermit haben wir *das Kleininserat der Funkwerbung*. Kurz, billig und dabei von höchster Leistung. Technisch läßt es sich gewiß mit Grammophonplatten durchführen.

Die **Lichtreklame** arbeitet viel mit optischen Impulsen und hat bei gewissen Schaltungsarten natürlich einen Rhythmus; aber die Metra bzw. der Silbenrhythmus des Werbetextes ist dazu nie, oder höchstens durch Zufall, in Resonanz. Der so gestörte Rhythmus löst im Betrachter ein unbehagliches Gefühl aus. Der Zweck ist verfehlt. Aus diesem Grunde halte ich auch