

die Lauflicht-Reklame für eine Werbung ohne Bestand, die höchstens Neuigkeitswert beanspruchen kann. Um die Leistung mit optischen Impulsen zu erhöhen, müssen wir die Blink-Blickfänger zu dem Silbenrhythmus in Resonanz bringen, z. B.:



Fig. 3

3 Blinker, 3 Silben, 3 Viertel und Dunkel. Nicht zu lang gezogen, sondern im lebendigen Tempo. Ein solcher Rhythmus wirkt hypnotisierend und hinterläßt einen unauslöschlichen Eindruck ohne üble Begleitempfindungen; denn jeder stimmt sich sofort auf diese Lichter- und Silbenresonanz ab.

Oder wir verwenden für unsere Werbe-Schwingungen das sinnfällige Pendel als Blink-Blickfänger, geben dann den Namen, zuletzt den Werbetext und lassen evtl. die Marke als stehendes Licht durch alle Phasen stehen. Wir geben dieser Anordnung als Rhythmus den $\frac{2}{4}$ -Takt und schaffen die Resonanzen etwa so:

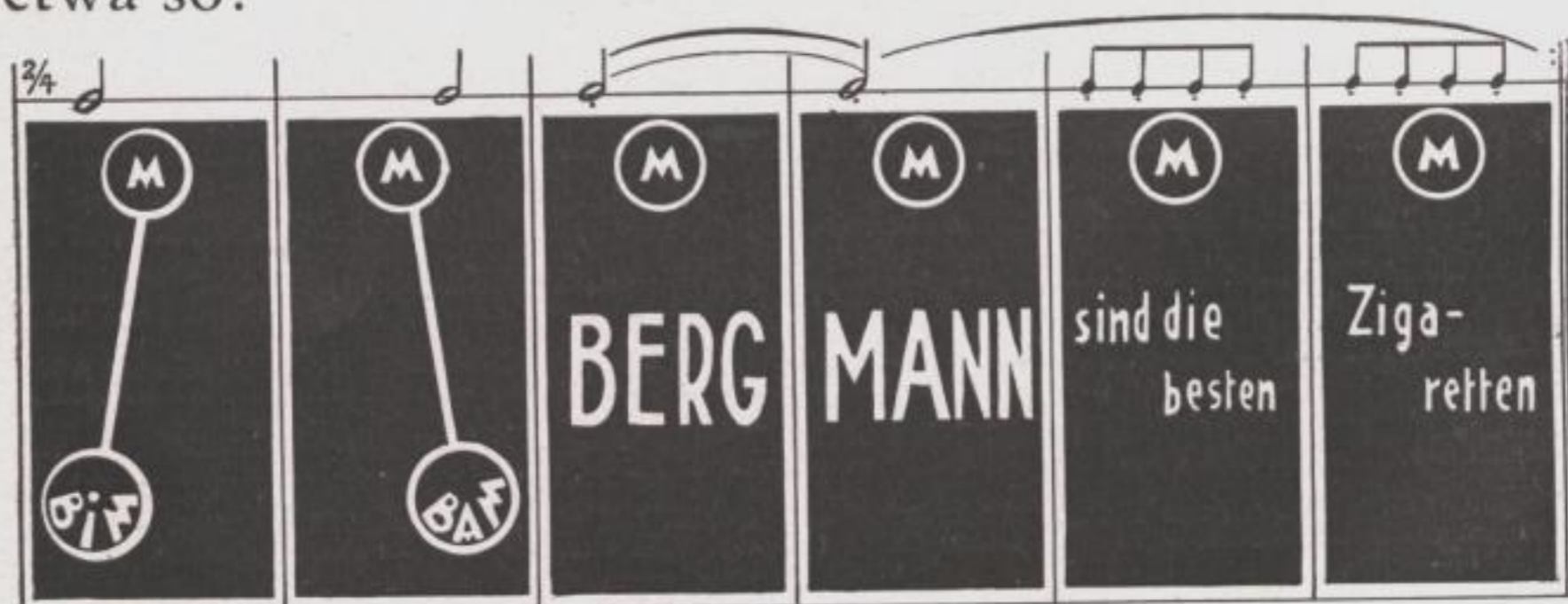


Fig. 4