

04
RF
S3

Frei machen will das Buch von veralteten Anschauungen und stereotypen Ankündigungsmethoden. Es soll dabei als Pionier die Wege zeigen, die auch in der technischen Werbung zum Erfolg führen.

Amerikanische Vorbilder werden nur wenige gebracht, und dann nur deshalb, weil mit nur deutschem Werbematerial nicht immer ein deutlicher Vergleich von gut und schlecht zu erhalten war.

Natürlich spielt in meinen Ausführungen die Kritik eine große Rolle. Mancher wird sie oft so scharf empfinden wie den Schnitt eines Seziermessers. Aber auch an Humor fehlt es nicht, der ja bekanntlich sehr dazu beiträgt, den Heilprozeß einer gut verlaufenen Operation (lies: aufbauende Kritik) zu fördern.

Fritz Schmidt, VDI
Werbe-Ingenieur
Duisburg