

04
RF
S3

	Seite
I. Kapitel: Die technische Anzeige	11
1. Abschnitt: Die Industrie-Anzeige im Vergleich zur Markenartikel-Anzeige	13
a) Was die Industrieklamme von der Markenartikelreklame lernen kann	13
b) Die typische, noch allgemein übliche deutsche Industrieanzeige veralteten Stils	17
c) Die zugkräftige amerikanische Industrieanzeige	20
2. Abschnitt: Technische Anzeigen unter der Lupe	23
a) Ein Spaziergang durch den Anzeigenteil einer technischen Fachzeitschrift	23
b) Anzeigen, die heute nicht mehr erscheinen dürften	28
c) Extravaganzen in technischen Anzeigen	34
d) Gute technische Anzeigen und solche auf dem Wege der Besserung	36
3. Abschnitt: Was bei dem Entwurf einer technischen Anzeige zu beachten ist	44
a) Die Grundidee, um die sich ein Anzeigenentwurf aufbaut	45
b) Die belebende Schlagzeile	50
c) Zum Gesamtaufbau der Anzeige	54
d) Die gute Werbeidee auf kleinem Raum	60
4. Abschnitt: Betrachtungen über die Anzeigenreklame einiger Industriegruppen	62
a) Die Sache mit den Anzeigen für Hebezeuge	63
b) Von „normalisierten“ und anderen Anzeigen für Blechbearbeitungsmaschinen. — Neuartige Werkzeugmaschinen-Anzeigen	66
c) Elektro-Hausgeräte bieten sich an	74
d) Sechs Fabrikanten zeigen Tauchpumpen an	77
e) Transporthubwagen im Wettbewerb	80
f) Auch Anzeigen für die Kleineisenindustrie können anziehend gestaltet werden	81
g) Was sich Interessantes über „Uninteressantes“, z. B. Isoliermaterial, Straßenteer sagen läßt	83
h) Die Anzeigenwerbung in der Automobilindustrie	85
5. Abschnitt: Graphik und Photographie in der technischen Anzeige	92
a) Die Graphik in der Industrie-Anzeige	92
b) Die „Photo-Graphik“ in der Industrie-Anzeige	95
c) Die Photographie in der Industrie-Anzeige	97