

Blatt zu steigern, wurde laut Punkt 3 das Union-Zeichen, das Werkszeichen der Vereinigten Stahlwerke A.-G., personifiziert. Jedem der drei U, die den Hauptbestandteil des Zeichens bilden, gab man Kopf, Arme und Beine, ließ sie auf Seite 3 aus dem Union-Zeichen heraustreten und ihren „Erklärungsdienst“ antreten unter der Devise: „Was Ihnen die 3 ‚U‘ über die Union-Heizung erzählen. Vertrauen Sie sich bitte ihrer Führung an! Sie werden sich bestimmt nicht langweilen.“ Auf jedem der folgenden Blätter sind die drei U-Männer in den verschiedensten Stellungen zu finden, um zuletzt, auf Seite 15, wieder in das Union-Zeichen zurückzukehren, mit den Worten an den Leser: „Wir danken Ihnen, daß Sie sich unserer Führung anvertraut haben. Nun ziehen wir uns zufrieden in das Union-Zeichen zurück. — Die 3 ‚U‘.“

Ist mit der hier etwas eingehend beschriebenen Werbebrochure „Die drei ‚U‘“ nicht der Beweis erbracht, daß man nicht nur für die Markenartikel-, sondern auch für die Schwer-Industrie Werbebrochüren herausgeben kann, die nicht mehr „schwer“, sondern so angenehm zu lesen sind wie die Rezepte aus einer Werbebrochure für ein Backpulver? **In jedem Falle ist die Werbebrochure das beste Propagandamittel, wenn man der Kundschaft immer wieder die gleichen Aufklärungen geben muß, immer wiederkehrende, gleichartige Fragen zu beantworten hat.**

III. Kapitel

Kunden-Hauszeitschriften und Werksnachrichten