

Denn „wer das Zeitwort beherrscht, beherrscht die Sprache“ und „höchste Zweckmäßigkeit ist höchster Stil“.

„Sorgsame Rücksicht auf den Leser ist eine der Urbedingungen des guten Stils“, fordert Engel weiterhin. In bezug auf den Stil in der Reklame schreibt Casson:

„Vermeiden Sie leere Phrasen! — Vermeiden Sie abstrakte Worte! — Vermeiden Sie hochtrabende Worte, Eigenlob! Die meisten Leute nehmen sich selbst zu ernst und schreiben Anzeigen, um sich selbst und ihren Direktoren zu gefallen*). Aber diese Art dilettantischen Unsinns ist durchaus nicht berufliche Anzeigenkunst. — Verwenden Sie kurze Sätze! — Schreiben Sie in kurzen Absätzen! — Appellieren Sie an das Motiv der Sicherheit, der Überlegenheit!

Das erste Erfordernis eines guten Stils ist Deutlichkeit. Anzeigen sind keine metaphysischen Probleme. Sie sind nicht wie die Relativitätstheorie, zu deren Verständnis man ein zweites Buch haben muß, das das erste erklärt, und ein drittes zur Erklärung des zweiten. — Ein Anzeigenverfasser darf nicht einen Stil haben wie Einstein oder Gladstone.

Übertreiben Sie nicht! — Gebrauchen Sie Worte, die Aktion bezeichnen! Lesen Sie einmal den Satz:

„Jeder Junge wünscht sich ein Gewehr; dieses hier können Sie ihm unbesorgt in die Hände geben.“

In diesem Satz hat beinahe jedes Wort Kraft und Nachdruck. Vergleichen Sie damit die Fassung des Satzes:

„Knaben haben meistens eine besondere Hinneigung zu Feuerwaffen und besonders zu dem Schießgewehr, welches hier abgebildet ist.“

Gebrauchen Sie nur Worte, bei denen man sich etwas vorstellen kann!“

Diese letzte Forderung ist sehr wichtig. Oder können Sie sich vielleicht etwas unter dem folgenden Wortschwall vorstellen, den ich in einer Anzeige für Großkesselanlagen vorfand:

Kleine, hochwertige Heizflächen mit größter Wirtschaftlichkeit, daher: Geringe Anschaffungskosten.

So etwas wird noch kein Heizungsfachmann gesehen haben. Es wird ihm durchaus neu sein, daß die „größte Wirtschaftlichkeit“ ein Konstruktionselement für Kessel ist, besonders für solche mit kleinen hochwertigen Heizflächen. Übrigens ganz zuletzt, am Schluß der Anzeige, standen erst ganz klein die Worte, bei denen sich der Heizungsfachmann etwas vorstellen konnte:

Unsere Strahlungs-Steilrohrkessel mit 120 kg/h Dampfleistung je m² Kesselheizfläche und 8 t Leistung je m Baubreite bei aschereichem Brennstoff von ca. 2500 kcal bewähren sich im Betriebe schon seit langer Zeit.

Und nun noch einige Beispiele aus der Praxis, die deutlich den großen Unterschied zeigen zwischen

*) S. auch Seite 44.