

## Wesen und Begriff der Werbung.

Seit der Jahrhundertwende hat sich eine erst spärliche, dann immer reichlichere Literatur über Werbefragen entwickelt. Ursprünglich stets sehr universell, hat sie sich immer weiter spezialisiert und neuerdings erscheinen meist nur noch Werke über Sonderthemen: die Anzeige, das Plakat, den Werbebrief usw.

Die meisten Autoren haben sich von Anbeginn an Mühe gegeben, den Begriff der Werbung zu definieren. Man darf schon sagen, mit nicht zuviel Erfolg. Der Begriff ist nach wie vor nur ungenügend geklärt, vielleicht, weil man zu wissenschaftlich blieb und zu sehr die allgemeingültigen Merkmale suchte, was auf diesem diffizilen Gebiet nicht recht glücken will.

Vor dem Kriege war in breiten Schichten folgende Unterscheidung üblich, die teilweise (wenn auch unausgesprochen) in der Literatur Anerkennung fand:

Reklame war die Werbung von Handel und Industrie mit Plakaten, Inseraten usw.

Propaganda war die Werbung der Zeitungen, wenn diese sich um Abonnenten oder Inserenten bemühten.

Agitation aber war die Werbung der politischen Parteien, der Gewerkschaften usw.

Diese Einteilung halte ich immerhin noch für die glücklichste, und im allgemeinen werde ich mich hieran auch halten.

Um dem Leser einen kleinen Überblick zu geben über die Vielfältigkeit der Auslegungen des Begriffs Werbung — Reklame — Propaganda — Agitation sollen nunmehr die verschiedenen Autoren zitiert werden, die versucht haben, diesen Begriff zu umschreiben. Wir haben die alphabetische Reihenfolge gewählt:

H. Behrmann in seinem Buche „Reklame“ definiert:

Reklame nenne ich den Sinn dafür, was Ruf und Ansehen eines Unternehmens steigert, nenne ich den Geist, der alle Arbeit mit werbender Kraft erfüllt. Weiter: Reklame ist letzten Endes nichts anderes als der Wille zur Qualität, der Wille zum Erfolge, der feste Wille, auf dem eigenen Gebiet immer an erster Stelle zu stehen.

Rudolf Cronau sagt in seinem „Buch der Reklame“:

Man versteht unter Reklame im weiteren Sinne, durch irgendein Mittel, sei es durch Wort, Bild, Schrift oder eine Tat, Interesse für eine Sache, einen Gegenstand oder ein Unternehmen zu erregen; im engeren Sinne versteht man darunter die empfehlende Anzeige, bei der, zum Unterschied von der einfachen Annonce, die