

Die Anfänge der „Palmolive“-Reklame.

Claude C. Hopkins, einer der bedeutendsten amerikanischen Werbeleute, hat unter dem Titel „Propaganda, meine Lebensarbeit“ ein Buch geschrieben, in dem er seine Erfahrungen aus 37jähriger Werbearbeit niedergelegt hat. In dieser Zeit sind mehr als 100 Millionen Dollar für Werbezwecke für amerikanische Großinserenten durch seine Hände gegangen. Dies Buch ist in deutscher Übersetzung von E. Krahnem DWR. beim Verlage für Wirtschaft und Verkehr Forkel u. Co. in Stuttgart erschienen. Wir entnehmen ihm mit freundlicher Genehmigung des Verlags die nachstehende Schilderung eines interessanten Reklamefeldzugs.

„Wir hatten in unserer Reklameagentur einen „Beratungsausschuß“, dem ich vorstand. Durch Anzeigen gaben wir bekannt, daß jedermann brieflich oder persönlich seine Propagandaprobleme vorbringen könnte und von unsern besten Vertriebsberatern unverbindlich beraten würde. Sechzehn tüchtige Reklamefachleute saßen an einem Tisch. Sie standen Firmen zur Verfügung, die bereits Propaganda machten, und solchen, die damit anfangen wollten. Neunzehn von zwanzig solcher Leute rieten wir von einer Propaganda ab. Diejenigen die zögerten, unseren Rat anzunehmen, waren Großinserenten, bei denen viel auf dem Spiel stand. Das ist gewöhnlich so.

Der Zweck dieser Zusammenkünfte war, gute Propaganda zu pflegen, auf Irrtümer aufmerksam zu machen und Propaganda-„Juwelen“ zu entdecken. Wir veröffentlichten zahlreiche Broschüren, die sich auf unsere Erfahrungen gründeten und dem Leser wertvolle Winke gaben. Wir sagten uns dabei ganz richtig, daß unsere eigenen Interessen von dem Wohl und Wehe des gesamten Anzeigenwesens abhängen, denn ein einziger sichtbarer Erfolg konnte andere ermutigen, es einmal zu „wagen“.

Zweifellos hat dieses hilfsbereite und selbstlose Vorgehen in hohem Maße dazu beigetragen, die Entwicklung des Anzeigenwesens in den letzten zwanzig Jahren zu beschleunigen.

Eines Morgens erschien in unserer Konferenz Mr. Johnson von der „B. J. Johnson-Seifen-Company“, Milwaukee. In seiner Begleitung befand sich Mr. Charles Pearce, ein neuangestellter Verkaufsdirektor, der sich noch die Sporen verdienen wollte. Sie kamen, um ihre galvanische Seife, eine Waschseife, mit uns zu besprechen.