

Aus dem Vorwort zur ersten Auflage.

Die vorliegende Arbeit will einen Überblick über die mit Reklame im Zusammenhange stehenden Fragen geben und will so dem als Einführung dienen, der eine genauere Kenntnis des Reklamewesens wünscht.

Nur gelegentlich ist auf die rein technische Seite der Durchführung der Reklame eingegangen. Die dazu erforderlichen handwerksmäßigen Griffe kann nur eine längere praktische Betätigung lehren. Sie sind außerdem ohne Interesse für den, der in der Reklamepraxis steht, und dann auch für den, der nicht selber Reklame ausüben will.

Die wesentlichen Teile dieser Arbeit verdanken ihre Entstehung einer umfangreichen Reklamemittelsammlung. Es erschien angebracht, diesen Umstand durch die Wiedergabe einer größeren Anzahl derartiger Belege der Praxis noch zu unterstreichen.

Der Reklamepsychologie ist in der vorliegenden Arbeit ein besonderes Kapitel „Die psychologischen Grundlagen der Reklame“ eingeräumt. Es ist dabei zu beachten, daß eine Reihe Probleme, die an sich ausgesprochen psychologische sind, aus Zweckmäßigkeitsgründen in anderen Kapiteln mitbehandelt wurden. So z. B. die Frage der Größe und Placierung der Inserate im Abschnitte über die Reklamemittel.

Man wird in dieser Arbeit Ausführungen über die Interessenvertretungen der Reklame vermissen. Sie wurden weggelassen, da ihre Angaben zu rasch veraltet wären und da sie außerdem für das Verständnis der Reklame unwesentlich sind. Die praktisch nötigen Angaben über Verbände und Organisationen, die mit dem Reklamewesen in Verbindung stehen, können jederzeit in den Adreßbüchern festgestellt werden.

Sonst ist versucht worden, in der vorliegenden Arbeit systematisch geordnet alle wesentlichen Probleme der Reklame zu berühren. Sie zu erschöpfen ist nicht Aufgabe dieses Buches.

Mannheim, am 15. Mai 1914.

Aus dem Vorwort zur zweiten Auflage.

Die ersten 4000 Exemplare dieses Buches kamen bei Kriegsausbruch heraus. Wenn ich heute die zweite Auflage vorbereiten muß, so erschien es mir nicht zweckmäßig, nach so verhältnismäßig kurzer Zeit die Gesamtanlage des Buches zu ändern. Ich habe sie vielmehr in der äußeren Gliederung in der Hauptsache beibehalten. Dagegen wurde der Inhalt der einzelnen Kapitel teilweise umfassend umgearbeitet.

Hildesheim, den 15. März 1920.

Vorwort zur dritten Auflage.

Die dritte Auflage (9.—14. Tausend) ist ein sorgfältig durchgesehener, nur in Einzelheiten verbesserter Abdruck der zweiten.

Köln, den 22. April 1925.

Dr. Rudolf Seiffert,
o. Professor an der Universität Köln.