
IV. Abschnitt:

Die wirtschaftliche Bedeutung der Reklame.

1. Kapitel:

Reklame und Volkswirtschaft.

Der Güterumlauf ist das Bindeglied zwischen Produktion und Konsumtion. Er ist derjenige Verkehrsvorgang, der die Güter aus den Händen der Erzeuger in die der Verbraucher gelangen läßt. Schwierigkeiten, die sich dem Güterumlaufe und dem Güteraus-tausche entgegenstellen, beheben zahlreiche Einrichtungen. An dieser Stelle ist die des Marktes von Interesse.

Unter Markt im volkswirtschaftlichen Sinne versteht man ein Gebiet des regelmäßigen Güterausstausches. Die Marktbildung geht durch das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage vor sich. Der Markt schafft dem Produzenten die Kenntnis des Konsumenten und umgekehrt, er bietet die Gelegenheit zum Güter-austausche, zum Verkaufe von Waren gegen Entgelt.

In der Regel versteht man unter „Markt“ eine bestimmte Form desselben, die des Wochen- und Jahrmarktes. Hierher ge-hören aber auch die Messen, die Arbeitsmärkte, die Börsen. Überall treten eine Mehrheit von Angeboten auf, die dem Käufer die Wahl des Vorteilhaftesten zulassen. Die Reklame ist im Grunde genommen auch nichts anderes als eine Vielheit von An-geboten, die an den Konsumenten herantritt und die ihm die Wahl des für ihn Zweckmäßigsten überläßt.

Will sich jemand eine Schreibmaschine kaufen, so hat er schon durch die zahlreichen Reklamemittel der Schreibmaschinenfabriken eine gewisse Kenntnis der bestehenden Marken und ihrer Vor-teile. Zum mindesten ist ihm bekannt, daß eine ganze Reihe Systeme für ihn in Frage kommen. Da er sich jetzt ernstlich mit dem Gedanken befaßt, eine Schreibmaschine anzuschaffen, so wird er auch den Werbemitteln, die sich auf solche beziehen und mit denen er täglich in Berührung kommt, eine größere Aufmerksam-keit widmen. Er wird die Inserate der Fabriken in den Tages-zeitungen und Wochenschriften lesen, er wird sich die darin an-gekündigten Kataloge senden lassen; die Schaufenster werden für