

THURMBRÄU  
FRANZ DÜNNWALD G.M.B.H.



Anstich von dem selbstgebrauten  
hellen und dunklen Thurmbräu  
 $\frac{6}{20}$  l 0,25 ·  $\frac{1}{2}$  l 0,40  
Vorzügliche Küche und eigene  
Schlachtung / Säle für Vereine,  
Konferenzen, Festlichkeiten usw.

Entwurf:  
Jakob Werner,  
Köln a. Rh.

JAKOB WERNER / KÖLN A. RH.

## VOM SATZ UND WESEN DER ZEITUNGSANZEIGE

Grundlage und Zweck der Zeitungsanzeige ist: *Die Anzeige soll verkaufen!* Was verkauft werden soll, ist gleichgültig; selbst wenn auch nur indirekt verkauft werden soll, ist dies der *einzig*e Zweck der Anzeige, und diesem Zweck hat sich der Satz unterzuordnen. Nur in ganz bedingtem Maße ist der Anzeigenatz, z. B. bei besondern Gelegenheiten, Akzidenzatz im gebräuchlichen Sinne des Wortes. Dennoch stellt der Anzeigenatz die höchsten Anforderungen an das Können des Setzers. Um auf der Höhe zu sein, muß der Setzer eine gute Allgemeinbildung, Interesse an feinem Beruf und Menschenkenntnis haben, mit hellen Augen das Leben auf der Straße und in den Kaufhäusern in sich aufnehmen und sich aufmerksam die Schaufenster und Werbedrucke guter Geschäftshäuser ansehen. Hat er dann noch einige Geschicklichkeit, so kann er ein guter Anzeigenfetter werden. Daß dieses Ideal eines Anzeigenfeters nur vereinzelt zu finden ist, liegt sowohl an den Kollegen wie an den Prinzipalen; bei jenen mangelt es an Anteilnahme, bei diesen liegt der Grund in mangelnder Bezahlung, wodurch sich die Interesslosigkeit der Kollegen zum Teil von selbst erklärt.

Wie bereits gesagt: Anzeigenatz ist nur bedingt Akzidenzatz; er gehört in das Gebiet der Werbekunst! Jawohl — Kunst! Denn es ist eine Kunst, die Kauflust zu reizen, oder auch schon nur, dem Publikum klar und deutlich sagen zu können, was und wo es kaufen kann. Da die Anzeige

verkaufen soll, hat sich der Setzer gewissermaßen als Verkäufer zu betrachten, und weil ein schlechter Verkäufer nichts taugt, so muß sich auch der Setzer Mühe geben. Glaubt sich der Anzeigenkunde schlecht bedient, so schreibt er die Satzanordnung vor und macht heillose Korrekturen. Noch schlimmer ist es für den Setzer, wenn der Kunde sich solche Anzeigen zeichnen läßt, die ebenfogat, oft auch besser, gesetzt werden könnten; denn unfre Bleifolien haben schöne Formen und sind klar und deutlich, haben also große Vorzüge. Der *moderne* Kaufmann (es gibt auch noch unmoderne) ist in einem Reklameverein, bezieht gute Reklamezeitschriften und erhält fomit viele Anregungen. Die Reklamechefs sind entweder selbst schaffende Werbekünstler oder auch mit allen Waffern der Werbekunst gewaschene Kaufleute, die wissen, was gut oder schlecht ist. Hieraus erhellt zur Genüge, daß die Fortbildung des Anzeigenfeters sehr notwendig ist.

Ist man sich über den Zweck der Anzeige klar, so muß der Satz danach eingerichtet werden. Bestimmte Regeln lassen sich hierfür nicht aufstellen, doch können einige Hinweise vielleicht nicht schaden. Der Verkäufer soll stets gut gekleidet sein und gute Manieren haben. Das gleiche sollte auch auf die Anzeige zutreffen. Sie muß ansprechend gesetzt sein und gute Manieren haben, d. h. sie darf dem Leser (Käufer) nicht lästig fallen durch Unleferlichkeit und