

Zur Zeitungsreklame gehört dann noch weiter die **U n t e r -**  
**bringung** von **Artikeln** über die Stadt, das Baugelände, die Schulen und Einrichtungen der Stadt usw. Allgemein und dabei lehrreich abgefaßte Beiträge, zu denen seitens des Magistrats womöglich Klischees kostenlos geliefert werden, finden häufig in illustrierten Zeitschriften usw. kostenlose Aufnahme, wenn der Beitrag aus der Feder eines bekannten Fachmanns oder aus der Feder des Bürgermeisters stammt. Hier ist auch ein ausgiebiges Feld für die städtischen Verkehrsämter. Auch kleinere Notizen müssen sinngemäß von Zeit zu Zeit versandt werden, die naturgemäß viel eher Aufnahme finden, wenn sie mehr amtlichen Charakter tragen, also von der Stadtverwaltung selbst stammen. Ebenso gestaltet sich die Reklame durch Fachartikel über die Erschließung zweckmäßiger Baugelände für die Industrie in industriellen Fachzeitungen. Bei Erteilung der Insertionsaufträge sollte unbedingt ausgemacht werden, daß das betreffende Blatt in einem bestimmten Umfange auch redaktionelle Notizen, die von der Stadt eingesandt werden, kostenlos veröffentlicht. Gerade durch die redaktionelle Reklame lassen sich mancherlei Erfolge erzielen, insbesondere dann, wenn die Inseratenreklame sinngemäß nebenher geht. Durch ein gemeinsames Zusammenarbeiten und ein stetes Erinnern, durch ein unermüdliches Werben nach jeder Richtung hin kommt der Erfolg. Es muß stets erstes Bestreben sein, von sich reden zu machen, den Namen der Stadt zu nennen und bei jeder sich nur irgendwie bietenden Gelegenheit auf die besonderen Vorzüge hinzuweisen. Daß dies in einer ansprechenden Form erfolgen muß, die sich fern von Marktschreierei hält, ist selbstverständlich. Nach dieser Richtung braucht man nur geringe Besorgnisse zu haben, in der Regel erfolgt die Reklame seitens der Städte zu schüchtern und zu versteckt.

Hiermit sind natürlich nur ganz kurze und unvollständige Hinweise für die Reklame durch die Presse gegeben worden; es lassen sich eben im Rahmen einer kurzen Abhandlung nur die wichtigsten Grundsätze festlegen. Die jeweilige Ausgestaltung liegt in der Hand der Reklame machenden Stadt, des betreffenden Verkehrsbureaus, des Fremdenverkehrsvereins usw., die für sich die Reklame so ausgestalten müssen, wie es für den jeweiligen besonderen Zweck erforderlich ist.