

haltigste Auswahl", seine „billigsten Preise“ und seine „vorzüglichen Qualitäten“ anpries. Zu jener Zeit mochte ein Geschäftsmann eine noch so zugkräftige Neuheit in seinem Laden haben, nie fiel es ihm ein, sie anzukündigen. Nein, wie ein Geheimnis hielt er dieses für sich und sprach in seinen Inseraten ruhig weiter von billigen Preisen und anderen bekannten, oft selbstverständlichen Dingen. Heutzutage, nachdem die Amerikaner unsere Lehrmeister geworden sind, wird der Text der Anzeige bereits geschickter abgefasst, aber immerhin kann man noch genügend unsinnige und daher unlohnende Anzeigen finden. Das nachstehende Beispiel wäre ein solches, wie der Text eines Inserates gehalten sein soll. Dringend gewarnt werden muss davor, dass man Fachausdrücke in seine Anzeige hineinbringt. „Galonné“ wird nicht so gut verstanden wie „mit Goldrand“. Diese letztere Bezeichnung klingt auch viel bestechender. Man kann sich in dieser Beziehung ruhig die Versandgeschäfte zum Beispiel nehmen; der Text ihrer Kataloge usw. ist, abgesehen von einigen Ueberschwenglichkeiten, die man ja leicht vermeiden kann, so gehalten, wie ihn das Publikum haben will und braucht.

Bei Tageszeitungen lohnt es sich auch, den Mehrpreis dafür zu zahlen, dass die Annonce unter den sogen. „Kleinen Anzeigen“ untergebracht wird. Diese werden von dem grössten Teil der Leser beachtet, und somit findet auch eine dort hingestellte Anzeige allgemeine Aufmerksamkeit.

Wenn auch die Reklame mittels Anzeigen in den verschiedenen Tageszeitungen die am meisten ausgeführte und wohl auch wichtigste ist, so sind aber verschiedene andere Reklamearten keineswegs zu vernachlässigen. In grösseren Städten lohnt es sich z. B. sehr, in Familienzeitschriften, die sich in der betreffenden Stadt einer besonderen Verbreitung erfreuen, zu inserieren, etwa in Frauenzeitungen, „Frankfurter Hausfrau“, „Breslauer Hausfrau“ usw. Die Anzeigen sind in diesen Zeitschriften unter den redaktionellen Text verstreut und werden somit auf jeden Fall beachtet. Von grosser Bedeutung ist auch, dass die Reklame in solchen Blättern meist von Frauen gelesen wird; diese aber sind in der Hauptsache die Trägerinnen von Schmuck und geben dem Gatten die Anregung, ihnen solchen zu kaufen.

## Der hervorragende Gongschlag

macht diese hochmoderne

### Salonuhr

so ausserordentlich beliebt

Echt Nussbaumgehäuse. Hochfein geätztes Metallzifferblatt. Facettegläser in Messingfassung. 14 Tag Geh- und Schlagwerk mit hervorragendem Kirchengongton. Preis: ..... Mk.

*Klischee  
einer modernen  
Salonuhr.*

Oskar Mehler ■ Uhrmachermeister ■ Koblenz ■ Ehrenbreitsteiner Strasse 96

*Besichtigen Sie bitte meine Schaufenster!*

Es lässt sich nur immer wieder der Grundsatz aufstellen, dass das Inserat etwas berichten soll, und zwar etwas Neues, dem Leser Unbekanntes, also eine Neuheit.

Der beste Text kann aber in seiner Wirkung vernichtet werden, wenn seine Anordnung schlecht ist. Es dürfen nicht zu viel Schriftarten verwendet werden, denn darunter hat die Lesbarkeit zu leiden. Ratsam ist, ein Schlagwort besonders hervorzuheben, jedoch soll man sich dabei vor Uebertreibungen hüten. Sehr bewährt hat sich auch das System, vielen weissen Raum zu lassen. Es ist keine Platzverschwendung, wenn die Anzeige von einem breiten weissen Rand umgeben wird, sondern dadurch hebt sie sich unter den übrigen Inseraten hervor. Man sei also in dieser Beziehung nicht sparsam.

Bei einer Anzeige, welche in Text und Ausstattung einwandfrei ist, spielt die Platzfrage keine so grosse Rolle wie bei einer solchen, die reklametechnische Mängel aufweist. Bevorzugt sind stets die rechten Seiten, und auf diesen wiederum der Platz rechts oben. Oft ist es aber auch vorteilhafter, einen anderen Platz zu nehmen, z. B. Bureauuhren soll man in der Nähe der Handelsnachrichten unterzubringen suchen. Naturgemäss werden diese Nachrichten in der Hauptsache von Kaufleuten gelesen, diese aber wiederum sind am meisten Interessenten für solche Uhren.

Eine weitere Reklameart ist dann die Verbreitung von Zirkularen. Sie ist natürlich kostspieliger als Inserate, bringt dafür aber auch, wenn richtig ausgeführt, grösseren Gewinn. Es genügt allerdings heute nicht mehr, in diesen Zirkularen nur zu sagen: „Ich unterhalte ein reichhaltiges Lager in Taschenuhren usw. aller Art, und empfehle mich Ihrem geneigten Wohlwollen“; diese Phrase ist so abgedroschen, dass sie beim Leser einen gewissen Widerwillen hervorruft. Heutzutage ist das Publikum durch die grossen Kataloge der Versandhäuser verwöhnt; es muss deshalb ein solches Zirkular einige Abbildungen enthalten, jedoch mit Beschreibung und auch Preis. Besonders vor dieser Angabe wird mancher zurückschrecken; aber darin liegt ja gerade die Ursache für den Erfolg der Versandhäuser. Diese zeigen ihren Kunden sofort, wie die Uhr aussieht, beschreiben sie eingehend und sagen gleichzeitig: „diese Uhr kostet soundsoviel“. Der Kunde weiss also ohne weiteres, was er ausgeben muss, und braucht nicht erst anzufragen, was ihm meistens lästig und — wenn er persönlich nachfragen muss — auch oft peinlich ist.

Man kann nun ein solches Zirkular direkt durch die Post an die Kundschaft versenden — in diesem Falle muss man aber ein gutes Verzeichnis der in Frage kommenden Interessenten