

# ERHARD & SOHNE

METALL & SILBERWARENFABRIK AG G M Ü N D - W Ü R T T E M B E R G

*Kunstgewerbliche Metallerzeugnisse  
aus Bronze-Messing und Alpaka  
Inkrustationen und Filigranarbeiten*

FERNSPRECHER  
40 & 82

DRAHTANSCHRIFT  
ERHARD & SOHNE  
GMÜND-SCHWÄBISCH

*Geräte für häusliche & kirchliche  
Andacht + Beschläge & Zierleisten  
aller Art + Massenartikelanfertigung*

GMÜND, WÜRTTEMBERG

nicht erfüllen, die nur Geldausgaben bedeuten und nicht die Vergrößerung des Verkaufes. In einer Epoche, in der die rationelle Wirtschaft mit Kraft, Zeit und Geld das erste Erfordernis jedes Unternehmens und jedes Staates bedeutet, muß die Unzuverlässigkeit der Reklame in ihrer Wirksamkeit schwere Schädigungen der Privatwirtschaft und damit des nationalen Vermögens erzeugen.

Die drei Faktoren, von denen die Reklamegestaltung abhängt, sind:

der Unternehmer,  
der Reklamefachmann,  
der zeichnende Künstler.

Die exekutiven Organe: Drucker und Hersteller von Reklamemitteln können wir hier beiseite lassen, denn ihre Arbeit wird im wesentlichen durch den Willen der drei ersten Gruppen bestimmt.

Wenn man eine größere Wirkung der Reklame erzielen will, so muß man eine Verbesserung der Zustände im Reklamewesen erstreben. Man muß den Mut haben, offenherzig und ohne Rückhalt die Zustände, wie sie sind, zu analysieren und Vorschläge zu machen, die eine Verbesserung herbeiführen können.

Vor allen Dingen muß man die geistige Einstellung der Menschen betrachten, welche die Reklame erzeugen. Man muß ihre seelischen Zustände analysieren, um zu erfahren, wo die tiefsten Quellen der Fehler zu finden sind. In meinem Artikel: „Götterdämmerung in der deutschen Reklamekunst“ habe ich mich einigermaßen mit den Künstlern auseinandergesetzt. Zuschriften von vielen Seiten zeigen mir, wie notwendig es war, diese Fragen anzuschneiden. Es ist aber auch ebenso notwendig, die Unternehmer und Reklamefachleute unter die Lupe zu nehmen.

BRIEFKOPF-ENTWURF PROF. KÖRNER / NORNBERG