

MANN & GERHARDT

D * A * M * E * N M * O * D * E * N



DER UNTERNEHMER, DIE REKLAME UND IHRE FACHLEUTE

Die meisten Unternehmer, welche Reklame im großen Stile machen, stehen auf dem Standpunkt, daß sie selbst ihre besten Reklamechefs sind. „Besser als ich können Sie's nicht machen“ ist die bezeichnende Antwort auf konkrete Vorschläge. Sie glauben, daß sie ihr Unternehmen ausgezeichnet kennen, daß sie daher allein wissen müssen, was für Reklame ihm gut tut. Die meisten Geschäftsleute leben allzu sehr in ihrem Geschäft. Sie sehen nicht, wie es von außen aussieht. Sie glauben auch, daß nur derjenige ihr Geschäft verstehen könne, der darin groß geworden ist und der täglich viele Stunden im Bureau oder in der Fabrik sitzt. Sie denken, daß ihr Geschäft das einzigartigste und schwierigste in der Welt ist. Sie vergessen, daß man blind ist gegen das, was man täglich sieht. Sie sehen nur Details, nie das Ganze, und die Kleinigkeiten absorbieren ihre Zeit und ihre Kraft.

Von innen heraus kommen nur die kleinen Verbesserungen, die großen Anregungen kommen von außen. Das ist so in der Technik und so ist es auch in der Reklame. Nur der Außenstehende, der Objektive, dessen Blick nicht getrübt ist durch die kleinlichen Meinungen, der weder Rücksicht nimmt auf Eigentümlichkeiten oder Launen von Personen, nur er kann Anregungen bringen und Vorschläge machen, die wirklich neue große Verbesserungen des Vertriebes bedeuten. Der Unternehmer, der immer nur seine Meinung hören will, sollte überhaupt nie andere fragen. Ihm ist nicht zu helfen.

POSTSCHECKKONTO * N^o 4529 * BANKKONTO * WÜRTT. VEREINSBANK, ZWEIGNIEDERLASSUNG KÖNIGSTRASSE

BRIEFKOPF * ENTWURF PROF. KÖRNER / NÜRNBERG