

*Gebrauchsgraphik*

Kreise, waren der Reklame ungewohnt. Entweder sie lehnten sie ganz ab, oder sie waren leicht zu begeistern für irgend einen neuen Artikel. Wenn sich auch die Seele der Menschen in so kurzer Frist nicht ändert, so hat diese Zeit doch unendlich viele Aufklärung verbreitet. Die Menschen sind nicht mehr so leicht zufrieden zu stellen wie früher. In dem Maße als die Zeitungen und Zeitschriften an Verbreitung gewannen, als der Vertrieb von Waren bis in die kleinsten Orte vorgedrungen ist, haben die Menschen gelernt, andere Bedürfnisse zu befriedigen. Mit dem Äußern hat sich ihr Sinn verändert. Neben den psychologischen Komplikationen hat die Reklame selbst, ihre Anwendung und ihre Mittel außerordentliche Fortschritte gemacht. Die Zahl der Reproduktionsverfahren ist vervielfacht worden. Die Reklame-mittel selbst sind unendlich vermehrt worden. Die Reklame ist zu einem Riesenkomplex geworden, dessen wesentliche Bestandteile die Kaufmannschaft, die Psychologie, die bildenden Künste und die Technik sind.

Der Unternehmer, der nicht nur den kleinen Kreis seines Betriebes sieht, der seine Reklame nicht unter der Patronanz seiner Frau, seines Compagnons, seiner Angestellten oder, wenn es hoch geht, seiner gegenwärtigen Kunden verfaßt, sondern auch die Bewegungen anderer Waren betrachtet, der nicht nur in seinen Artikel verliebt ist, sondern auch die Konkurrenz objektiv wertet, der nicht nur seine eigenen Meinungen und Äußerungen als das Alleinseligmachende und Großartige empfindet, der muß sehr bald einsehen, daß die Reklame eine Sache für Spezialisten ist, ebenso wie das Bauen von Brücken, die Konstruktion von Flugzeugen und das Kurieren von Krankheiten.

BRIEFKOPF-ENTWURF HEINRICH JOST / FRANKFURT AM MAIN