

Antworten durch diese Wettbewerbe bekommen, besonders dann, wenn kurze Begründungen der abgegebenen Urteile von den Lesern eingefordert werden, wie dies z. B. in Dresden geschah.

Fassen wir unser Urteil über die Bedeutung der Reklame-Psychologie zusammen, nachdem wir einige Aufgaben sahen, deren Lösung hier natürlich nur angedeutet werden konnte, wobei auf die entsprechende Literatur verwiesen wurde, so kann man sagen, daß die Psychologie dazu beiträgt, größere Gewißheit an die Stelle des versuchsmäßigen Tastens und Vorfühlens zu setzen. Die wissenschaftliche Behandlung einer jeden Frage ist

der kürzeste Weg zum Erfolg. Denn, eine Frage wissenschaftlich behandeln, heißt, Ordnung in das Chaos bringen, die Gliederung logisch und systematisch aufbauen. Das Wesen der Reklame aber ist, einzuwirken, einzuprägen und suggestiv zu beeinflussen. Dies alles sind psychische Faktoren, denn es wird an das Bewußtsein, an das Gedächtnis und an den Willen des Menschen appelliert. Deshalb ist die Kenntnis der psychologischen Gesetzmäßigkeiten für Künstler wie Reklamefachmann von so ungeheurer Bedeutung, und zwar der Psychologie sowohl als einfühlende wie auch als messende Wissenschaft.

VIGNETTE
DER SCHRIFTGUSS A.-G.
VORM. GEBR. BUTTER



ENTWURF
BRUNO GIMPEL
DRESDEN



Plakat / Fedor Hauptmann