



PAUL RADOJEWSKI / HALLE (SAALE)

DER EINZIGE WEG »QUALITÄT« ANZUKÜNDIGEN!

Offener Brief an einen Kaufmann, der sich bemüht, sein Geschäft zu heben

(Ein Inserat aus der amerikanischen Fachzeitschrift für Reklame »Advertising and Selling Fortnightly«)

Es war einmal ein Gelehrter, der einem König sagte, daß er den Weg gefunden habe, aus Sand Gold zu machen. Er erklärte den Vorgang, und dieser erschien sehr einfach. Als Voraussetzung des Gelingens aber galt Folgendes: Wenn während der Dauer der Handlung der König einmal an das Wort »Abracadabra« denken würde, so wäre der Zauber gebrochen, und das Gold werde nicht erscheinen. Der König versuchte und versuchte immer wieder, nach der Weisung des Gelehrten das Gold herzustellen, aber er konnte das Wort »Abracadabra« nicht aus dem Kopf bekommen, und so gelang ihm der Zauber niemals.

Das Wort »Qualität« ist eines der schlimmsten in der Sprache. Es bedeutet soviel, daß es letzten Endes nichts mehr bedeutet. Es wird so oft falsch angewandt, daß es schon nicht mehr richtig angewandt werden kann, und der einzige Weg, in einer Reklame den Begriff »Qualität« zum Ausdruck zu bringen, ist der, das Wort nie auszusprechen.

In der Reklame eines Geschäftes, das wirkliche Qualitätsware führt, die gut in der Herstellung

und geschmackvoll in der Aufmachung ist, müssen gute Herstellung und guter Geschmack sich auch in den Anzeigen beweisen. Der Begriff »Qualität« muß so weit ausgedehnt werden, daß jeder kleinste bedruckte Gegenstand, den das Auge des Publikums erreicht, seine eigene Sprache spricht; jede Warenmarke, jedes Preisetikett, die Hülle, Verpackung, Kartons, Firmenschild, Lieferwagen, alle müssen sie den guten Geschmack und die gute Arbeit beweisen, die die Waren des Hauses haben sollen.

Es ist nicht leicht, das zu erreichen. Das ist keine Kleinigkeit, die ein Einzelner schaffen kann. Dazu braucht es viele Köpfe und Hände, dazu braucht es Schriftsteller, Künstler, Zeichner, Kunstdrucker. Dazu braucht es Blick, Phantasie, Einbildungskraft, Geschmack, Temperament, kurz die ganze ineinandergreifende Organisation moderner Reklamekunst, um die wenigen Dinge richtig zu erfassen — und es sind immer nur wenige —, die dann das Wort »Qualität« ausdrücken, ohne es je selber auszusprechen, damit der Zauber nicht gebrochen werde!

CALKINS & HOLDEN, INC. 247, PARC AVENUE, NEW YORK CITY