



RUDOLF BINDER / SAARBRÜCKEN

die Folgen ureigener Entschlüsse seien. Wenn also ein Mensch schon gegenüber der eigenen Beeinflussung, der Autosuggestion, sich, was seine freie Willensbetätigung anbetrifft, im Irrtum befindet, wieviel mehr erst gegenüber der Beeinflussung von außen! Was aber die oben erwähnte bewußte Autosuggestion anbetrifft, so handelt es sich hier um eine Art bewußter Lebenskunst, d. h. die absichtliche Anwendung der Autosuggestion, um sich von irgendwelchen Neigungen und Eigenschaften oder von Nervosität zu befreien, seine Interessen aus Vernunftgründen auf gewisse Dinge zu konzentrieren, die einem nicht vollständig liegen, und auf die man sich beispielsweise im Interesse seiner Existenz einstellen muß.

Nachdem wir das Wesen der Suggestion in großen Zügen beleuchtet haben, müssen wir uns nun darüber klar werden, daß die Menschen der Suggestion sogar bedürfen. Das bezieht sich nicht nur auf die willenlosen oder willensschwachen, sondern auch, wie schon angedeutet, auf die willensstarken Menschen, und auf letztere in gewissem Sinne und Grade erst recht. Wer die Vielgestaltigkeit des Lebens auf wirtschaftlichem wie auch auf allen anderen Gebieten erkannt hat und weiß, wie oft wir täglich vor allen möglichen Entscheidungen stehen, der weiß auch, in welchem Maße Führung

von außen notwendig und erwünscht ist. — Die erbetene wie auch die nichterbetene Beratung, sowohl die mündliche als auch die schriftliche, ist uns allen mehr oder minder willkommen, und sie stellt Beeinflussung, Suggestion dar. Selbst derjenige, der sich scheinbar gegen die Beratung anderer sträubt, erlebt zahlreiche Situationen, in denen ihm die Kenntnisnahme der Ansichten anderer äußerst wertvoll ist, und wer ehrlich ist, muß zugeben, daß er manchen Rat sogar blindlings befolgt, weil er trotz scharfer, gedanklicher Durchdringung des Rates sowie auch seiner eigenen Neigungen und Wünsche oft nicht zu einer klaren Schlußfolgerung betreffs der Richtigkeit des beabsichtigten Weges kommen kann.

Die Reklame ist somit nichts anderes als schriftliche Beratung, ferner ein Anknüpfen an schon mehr oder minder vorhandene Neigungen, Wünsche, Absichten. In diesem Sinne will die suggestive Reklame durch das Mittel der Gedankenassoziation zu einem Starkwerden der oft nur keimartig vorhandenen Neigungen, Wünsche, Absichten führen, das heißt letzten Endes zu einem Kaufentschluß. Selbst Konsumenten, die sich zum Kauf bereits fest entschlossen haben, die also genau wissen, was sie gebrauchen, wieviel sie ungefähr ausgeben wollen, und daß sie den Gegenstand sofort kaufen wollen,