



GERHARD MARGGRAFF / BERLIN



H. K. SCHAEFER / HAGEN i. W.

VOM NUTZEN DES WERBEFILMS

WALTER REIMANN

ÜBER den Werbefilm herrschen viele Unklarheiten; es wird für, es wird gegen ihn gestritten, zumeist aber ist es nur der Streit der Parteien, die an der Existenz oder Nichtexistenz dieses Werbemittels geschäftlich interessiert sind. Dieser Konkurrenzkampf soll und muß ausgefochten werden — jedenfalls muß man hier wie überall seine Berechtigung anerkennen und darf nicht hindernd dazwischen treten, solange man Partei ist. Wenn hier, an dieser Stelle, über den Film als Werbemittel geschrieben wird, geschieht es vom neutralen Standpunkt einer Zeitschrift aus, deren Aufgabe es ist, das Werbemittel an sich auf seine Qualität, Wirksamkeit und Rentabilität zu prüfen; schlechte Werbemittel nicht zu befürworten, gute dagegen zu empfehlen.

Über die gute Wirksamkeit eines Werbefilms, über seine momentane, seine spontane Schlagkraft ist man sich heute, mit ganz geringen Ausnahmen, einig; dagegen ist man so ziemlich allgemein der