

Ohne auf die Einzelheiten der Werbung für die Kirche einzugehen, muß offen gesagt werden, daß es eines der wichtigsten Ziele dieser Propaganda ist, eine für eine bestimmte Kirche oder für die Kirche als ein Ganzes günstige Stimmung zu schaffen. Nun kann durch ein einmaliges Inserat keine Stimmung geschaffen werden. Kein geschäftliches Unternehmen glaubt, seine Waren absetzen zu können, wenn es ein einziges Mal in einer Zeitung inseriert. Es ist eine bekannte Tatsache, daß manchmal ein Jahr oder noch mehr notwendig ist, um durch Reklame das zu erreichen, was ein Geschäftsmann sich als Ziel gesetzt hat.

Man muß zugeben, daß das bei der Werbung für die Kirche ebenso ist. Man sollte keiner Kirchenverwaltung einreden wollen, daß, wenn sie z. B. für einen bestimmten Sonntag ein einmaliges, großes Inserat aufgibt, sie an diesem Tage auch voll sein wird. So etwas ist noch nie vorgekommen, wenigstens wenn vorher keine weitere Reklame gemacht worden ist und die Kirche bis dahin verhältnismäßig leer war.

Es gibt vielerlei Methoden, auf die man Reklame für die Kirche machen kann, aber für eine laufende Werbung in einer bestimmten Gemeinde ist zweifellos die Tageszeitung des Ortes das geeignetste Organ. Sie wird von jedem Mann und von jeder Frau in der Stadt gelesen. Sie gehört zu dem täglichen Leben der Menschen. Man sieht ihr nicht skeptisch entgegen, sondern sie ist jedem Leser willkommen. Es braucht daher nicht erst ein Vorurteil überwunden zu werden, mit dem bei anderen Werbemitteln oft zu rechnen ist. Durch die Zeitung spricht man zu mehr Interessenten und mit einem geringeren Kostenaufwand als durch irgendein anderes Werbemittel.

Zweifellos werden Zeitungsinsertate, die eine genügend lange Zeit erscheinen, wenn sie ergänzt werden von Nachrichten über das Wirken der Kirche und von Erzählungen aus der Religionsgeschichte, ihre Wirkung auf die Kreise, die die Kirche zu erreichen sucht, nicht verfehlen.

Daß die Religion fähig ist, ihre Versprechungen zu erfüllen, ist von Millionen Menschen aller Rassen und Stände bestätigt worden. Noch nie hat ein Reklamefachmann etwas zu propagieren gehabt, das so umfassende Wirkungen hat, wie die Religion. Die Religion erfüllt nicht nur die tiefsten Hoffnungen des menschlichen Herzens, sondern sie bietet auch gleichzeitig denen, die der Menschheit helfen wollen, die größte Betätigungsmöglichkeit.

Without going into details as to the technique of Church Advertising, it should frankly be stated that one of the principal purposes of a Church Advertising Campaign is to create an atmosphere favorable to a particular church or to the churches as a whole. Now atmospheres are not created by a single advertisement. No business concern expects to sell out its goods by buying space in a newspaper for one day. It is a well known fact that sometimes it requires a year or more to accomplish what is desired through advertising for a particular client. Exactly the same thing is true regarding the "selling" of the Church.

Churches should not be deluded by the statement that if they will take a large block of space in a newspaper, for example, on a particular Sunday, that on that day their churches will be filled. Such a thing has never happened, assuming that no advertising had previously been done and that the church theretofore had been comparatively empty.

There are many methods which may be employed in advertising the Church, but for the long-time campaign in a local community there is no doubt that the daily newspaper is the best medium. It is read by practically every man and woman in town. It already has an entree into the homes of the people. It is not looked upon with suspicion but is welcomed by the reader. It is not necessary, therefore, to overcome a prejudice that one often finds when using other mediums of approach. It reaches more people than can be reached in any other way and at the lowest possible expense.

Paid advertising in the newspaper, supplemented by such news stories as may be legitimate concerning the work of the Church, and such feature stories as present the great facts of Religion, persisted in for a reasonable length of time, will undoubtedly make its impression upon those whom the Church should reach.

The ability of Religion to make good on its claims and promises has been verified by hundreds of millions of men and women of every race and condition. Never have advertising men had a cause or a commodity to "sell" which had a wider appeal than Religion. It not only satisfies the deepest longings of the human heart, but it offers the greatest opportunity for service to those who would help humanity.

The International Advertising Association, formerly known as the Associated Advertising Clubs