

im gesellschaftlichen und beruflichen Leben am besten vorankommt, der etwas aus sich zu machen versteht, ebenso wird auch diejenige Ware über die Konkurrenz bei sonst gleicher Qualität obsiegen, die in geschmackvollem Gewand auftritt. *Die schöne Warenpackung ist also nicht nur kulturbedingt, sondern auch wirtschaftsfördernd.* Der letztere Punkt hat für den Praktiker selbstverständlich das größere Interesse, denn der Kaufmann will ja in erster Linie verdienen, das heißt recht viel Ware absetzen. Dazu soll ihm die gute Warenpackung verhelfen. Von ganz besonders eindringlicher Wirkung ist die äußere Gestalt der Verpackung, in zweiter Linie kommt der Farbe sehr große Bedeutung zu. Gestalt und Farbe prägen sich dem Gedächtnis verhältnismäßig schnell und leicht ein und werden leicht behalten. Das typische Beispiel einer ebenso charaktervollen wie einprägsamen und zweckmäßigen Warenumschriftung ist die in der ganzen Welt bekannte Odolflasche. Umfangreiche Rundfragen, die vor wenigen Jahren an deutschen Volksschulen vorgenommen wurden, beweisen, wie fest verankert das Bewußtsein über die Flaschenform und die hellblaue Farbe des Etiketts selbst in Schülerkreisen ist. Die großen Erfolge dieser werbenden Flaschenform der Lingnerwerke hat viele andere Werke der kosmetischen Branche veranlaßt, ähnliche Maßnahmen zu ergreifen, jedoch sind Flaschenformen von derartig zwingender Werbekraft von anderer Seite kaum gefunden worden.

Zwei andere Branchen sind, was die Warenpackung anbetrifft, besonders lehrreich und interessant: die Zigaretten- und die Schokoladenbranche. In beiden ist die Konkurrenz ziemlich groß; andererseits sind die Qualitätsunterschiede in gleichen Preislagen nur sehr geringe. Das ist aber eine Konstellation, die zu lebhafter Entfaltung der Werbetätigkeit zwingt. Mit allen Mitteln wird gearbeitet, um den eigenen Wert zu erhöhen und damit begehrenswerter zu erscheinen. Zigaretten werden in Papp- und Blechverpackungen auf den Markt gebracht. Für die Pappverpackung spricht die Billigkeit, während andererseits die Blechverpackungen gerechtfertigt erscheinen, weil sie das Aroma wie überhaupt die gesamten qualitativen Vorteile der Zigarette besser erhalten sollen. Aber nicht genug damit, der Konkurrenzkampf förderte aus sachlich ebenfalls einzusehenden Gründen andere Verpackungsmaterialien an den Tag. Es wird behauptet, die edle Zigarette behalte ihren vollen Reiz nur in einer Verpackung aus bestimmten exotischen Hölzern. Mit der Verwirklichung

in the great economic struggle also plays an important part here. In social and professional life it is an indisputable fact that the leaders are men who not only possess knowledge and ability, but who also know how to make the most of these qualities by bringing them to bear at the right moment and in a suitable fashion. In the same way the article that is clothed in a tasteful garment will be sure to win over others of like quality. *Beautiful packages are thus not only a cultural necessity but also an element of commercial progress.* This last point is naturally of great importance in practise, for the first aim of the merchant is to advance his earnings by as great a turnover as possible. It is here that the right type of package must do its work. The word package is used here in its broadest sense.—The external form of the package is of particularly lasting effect, and the colour shade is second only in importance. Shape and shade are comparatively quickly and easily impressed on the mind, and are remembered without effort. The typical example of a package that is at once representative, impressive, and appropriate, is the Odol bottle, a form now known all over the world. Some years ago extensive statistics were taken in the German primary schools, which showed that the shape of the bottle and the pale blue colour of the label were firmly fixed in the minds of the pupils. The bottle introduced by the Lingner Works has been such a success as an advertising force, that other cosmetic firms have been led to adopt similar measures. However, hardly a bottle has been designed with a shape that is so compelling an advertising as that of the Odol bottle.

Two other lines, cigarettes and chocolates, are very instructive and interesting in connection with the question of a good package. In both these lines competition is rather keen, though the difference is very slight at the same price levels. These factors, however, lead to animated advertising campaigns, in which every possible means, practical as well as artistic, is used, in order to increase the value of the article and consequently to render it more desirable. Cigarettes are sold in packages of cardboard or tin. The cardboard package has the advantage of being cheaper, but the tin packing is sometimes preferred, because the aroma of the cigarette as well as the other qualities are said to be retained better by the tin. Furthermore, the keen competition in this industry has resulted in the production of original packing materials, here again for very practical reasons. The claim is made, that the finest cigarette will retain its full charm only