WERNER JOACHIM HEIMANN

SACHLICHKEITS-KOMPLEX

NACHDEM das Getöse genormter Maschinen in den Werkhallen und die Monotonie klappernder Schreibmaschinen und stählerner Rechengehirne die Phantasie und Romantik aus den Stunden der Tageshelle vertrieben hat, haben sie sich in den Film, den Sport und in die — Reklame geflüchtet. Wenigstens was Amerika anbetrifft.

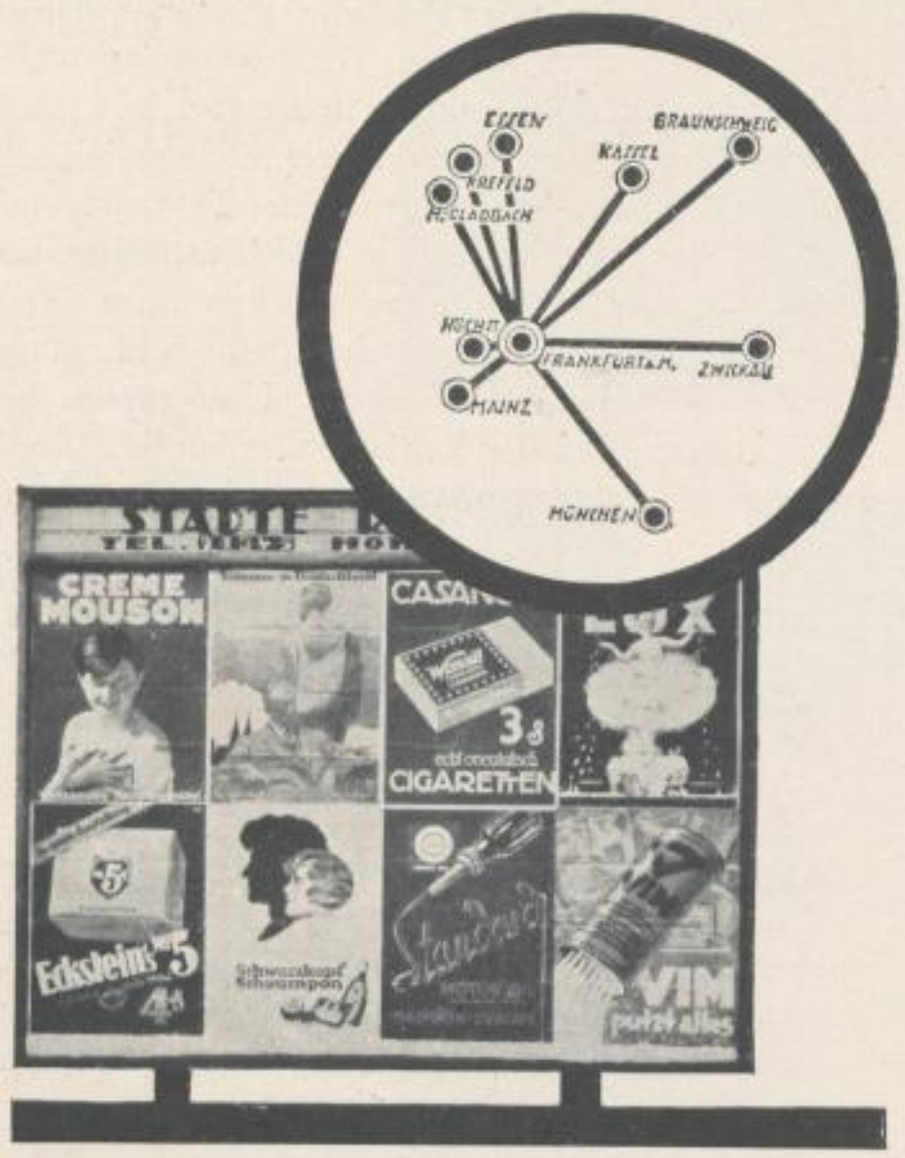
Zwar hat Amerika uns das Wort »Sachlichkeit« herübergeworfen, aber niemand würde es drüben *dort* in die Tat umsetzen, wo es keinen Nutzen bringen kann, sondern nur Schaden. Wie z. B. in der Reklame.

Der Deutsche in seinem faustischen Drang muß jede Bewegung auf alle irgendwie erreichbaren Gebiete anwenden — siehe die Nickelstühle des Bauhauses — und sich selbst und eine an sich gesunde Bewegung ad absurdum führen. Nur so ist es erklärlich, daß in Deutschland überhaupt der Versuch gewagt werden kann, »sachliche« Reklame zu propagieren. Aber es steckt noch etwas mehr dahinter. Nämlich:

Die Ideenlosigkeit der europäischen Durchschnittsreklame und das Manko an Intuition bei den meisten Reklamefachleuten. Ich verstehe ganz gut, daß es vielen dieser Reklamehelden passen könnte, wenn auch noch die Propaganda genormt und versachlicht würde, damit ihr Manko an schöpferischen Elementen nicht noch mehr zutage treten kann!

»Sachliche« Reklame ist eine intradicio in adjecto. Reklame machen heißt: Wünsche erwecken, Imponderabilien ausspielen, um Wirkungen zu erzielen, verdrängte Sehnsüchte der Massen aus dem Unterbewußtsein ins Bewußte zu heben und ihnen ein Ziel zu geben. Mit einem Knochen lockt man den Hund hinter dem Ofen hervor, aber mit dem Ruf: »Siebenfach gelagerte Kurbelwelle« keinen Käufer ins Autogeschäft. Ich will damit sagen: nur durch das Erwecken der Begehrlichkeit zieht man Kunden heran.

Die Hauptadern aller Wünsche sind: Liebe, Egoismus und Eitelkeit. Und diese muß man anschlagen, um Wirkung zu erzielen. Nur die wenigsten Waren, die zu propagieren sind, lassen sich nicht auf diese Generalnenner bringen. Vom 100pferdigen Auto über Seidenstrümpfe bis zum Abführmittel reicht der Bogen.



Erste Voraussetzung für den denkbar größten Erfolg eines Plakatierungsfeldzuges ist der angemessene Ausbau der Anschlagflächen und die nach werbetechnischen Gesichtspunkten vorzunehmende Auswahl der Plätze für Tafeln und Säulen. / Die sachgemäße, werbewirksame Durchführung des Plakatanschlages erfordert weiterhin nicht nur reiche Erfahrungen, sondern auch ständige, sorgfältige Anleitung und Beaufsichtigung der ausführenden Organe. In den im Städte-Reklame-Konzern vereinigten Orten wird von erfahrenen Fachkräften in jeder Hinsicht für gewissenhafte und werbewirksame Bearbeitung Ihres Plakatanschlages Sorge getragen.

STÄDTE REKLAME KONZERN

Zentrale Frankfurt a. M., Börsenplatz 9/11, Telefon Römer Nr. 1165 und 66

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187/19270120/93 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT