

weniger als ein Abenteuer und immer mehr als eine soziale Funktion mit besonderen Gesetzen und Regeln anzusehen.«

Dickon wird Mitinhaber einer Reklamefirma, er gründet eine Organisation für Reklamefachleute, hält Vorlesungen über Reklame, tritt für Prüfungen auf diesem Gebiete ein und »würde die Schaffung eines besonderen akademischen Grades: »Doktor der Reklame« sehr gern sehen.«

Die Wendung ins Großartige und Weltanschauliche erfährt Dickons Berufsstolz aber erst mit der Einsicht, daß Propaganda moralische Verpflichtungen hat; sie darf nicht lügen. »Die Reklameleute müssen die schwarzen Schafe unter sich opfern. Die Reklame ist etwas viel zu Großes, als daß sie lügen dürfte.«

Diese ethische Fundierung des Reklamebegriffs und die Zerstörungen des Weltkriegs erlebt Dickon gleichzeitig, und er faßt den Plan, den Wiederaufbau durch Propaganda zu regeln. Er sieht sich selbst »die aus dem Felde heimkehrenden Millionen zu reicher Arbeit zurückführen, sieht die ganze Bevölkerung des Landes vermöge einer umfassenden Reklameorganisation glücklich in erneuten, schöneren Heimstätten.«

»Wir lernten die Reklame am Verkauf von Senf und Automobilen, an etwas Nebensächlichem also. Nun wollen wir sie auf Wichtigeres anwenden.« Er hat »die Vision des menschlichen Zusammenarbeitens im großen Stile . . . Was ist Reklame? Sie ist Erziehung, moderne Erziehung . . . Schul-

Dickon becomes the part proprietor of an advertising firm, he founds an organisation of advertising experts, gives lectures on advertising, is for examination tests in this field, and "would very much welcome the institution of an especial academic degree: "doctor of advertising."

Dickon's professional pride takes the leap to the majestic and philosophic in full consciousness of the fact that propaganda has moral obligations. It must tell no lies. "Advertising men must sacrifice the black sheep in their midst. Advertising is much too big to lie."

Dickon experienced simultaneously this ethic fundament of the concept of advertising and the destructive effects of the World War and he conceived the plan of regulating the process of reconstruction by means of propaganda. He visioned himself "leading the millions returning home from the field to rich pastures of labour, "he sees the whole population of the country happily dwelling, thanks to a comprehensive advertising organisation, in renovated and more beautiful homes.

"We learned the science of advertising by selling motors-cars and mustard, that is to say, things of lesser consequence. Now we want to use our experience for something worth while." He has "the vision of human co-operation in the grand manner . . . *What is Advertising? It is education, modern education . . . Schoolmasters think they are the only people who teach anything. We teach ten times as much as they do . . . Instruction is old-*



KLAUS
FREESE

Window-Cards for the Publisher Ullstein, Berlin