

*Die Sammelanzeige.* Eine Kompromißlösung, welche die Möglichkeit bietet, in einer Exportzeitung für jedes Land ein gefälliges Motiv zu bringen.

Diese acht Beispiele der Flugblattwerbung für ein und dieselbe technische Ware im Außenhandel zeigen, wie schwierig die zentrale Durchführung der Verbraucherreklame für eine Exportfirma ist.



Die international verwendbare sachliche Auffassung der Reklame trifft weniger allgemein für ein heute beliebtes Werbemittel der Industrie, nämlich die Hauszeitschrift, zu. Während in hoch entwickelten Industrieländern die Leser an Spitzenleistungen, Großkraftwerken, automatischen Betrieben und Antrieben höchster Vollendung, an technischen Neuentwicklungen und Problemen interessiert sind, wird man in technisch nicht produzierenden und technisch primitiven Ländern diesen Dingen verständnislos gegenüberstehen. Die Schriftleitung erhält dann von ehrlichen Empfängern in diesen Ländern mit Recht den Rat, sich auf solche Themen zu beschränken, die unter den augenblicklichen Entwicklungsverhältnissen ihres Landes Aussicht auf Nutzenanwendung haben. Als solche gelten mittlere und kleine Anlagen sowie absolut ausfuhrreife Fabrikate.

Daher empfiehlt es sich für einen exportierenden Konzern, nicht die Aufsätze seiner deutschen Hauszeitung einfach zu übersetzen, sondern die fremdsprachigen Zeitungen müssen speziell für den Außenhandel redigiert werden, wenn sie ihren Zweck erfüllen sollen. Auch die öffentliche Exportpresse muß diesen Voraussetzungen gerecht werden, desgleichen alle Organe, die sich der allgemeinen Exportförderung widmen.

