

## ITALIEN

Meistens versehen die italienischen Zeitungen und Zeitschriften die Inserenten nicht mit beglaubigten Statistiken. Zwar geben viele eine hohe Auflageziffer an. „Corriere Della Sera“ und die wöchentlich erscheinende „Dominica Del Corriere“ mögen unter diesen einen wirklich ausgedehnten Leserkreis haben.

Bild und Layout können in Italien in ihrer Standardgröße benutzt werden, wenn den verschiedenen Größen der Zeitungen Rechnung getragen wird. Gillette, Palmolive, Chrysler und andere verwenden, wie mir besonders auffiel, Klischees, die sie auch in ihren ausländischen Inseraten benutzen.

## SPANIEN

Obgleich eine freiwillige Kontrolle der Auflageziffern in diesem Lande nicht üblich ist, sind viele der Herausgeber bereit, ihre Auflageziffer prüfen zu lassen.

Hier liegt kein Grund vor, warum Bild und Layout nicht standardisiert werden könnten, natürlich mit Rücksicht auf die den Spaniern eigene Liebe für Bilddarstellung und Farbe, ihr Temperament und Gefühls-

leben. Es ist noch zu erwähnen, daß die Spanier in Spanien selbst nur wenig Reklame machen. Sie haben meist wenig Lust, ihre Waren anzupreisen und lassen lieber danach fragen, als daß sie selbst Absatz suchen.

## SCHWEDEN

Die Zeitungen und Zeitschriften in Schweden geben in der Regel den Inserenten die Auflagehöhe an. Die meisten Zeitungen lassen ihre Ziffern von einem öffentlich beglaubigten Notar prüfen, einige für die ganze gedruckte Auflage und andere nur für die Auflage der Abonnenten. Ein Inserent kann selbst – oder durch eine Reklame-Gesellschaft, – die tatsächlichen Ziffern in dem betreffenden Büro der Zeitung nachprüfen lassen. Die Tendenz scheint mehr und mehr dahin zu gehen, daß die Inserenten zuverlässige Ziffern erhalten.



Plakat

Entwurf Sepp Semar

Kaiserslautern

56