

Entwurf  
FRANK  
NEWBOULD



Bei einer Reklame, hinter der nicht felsenfester Glaube an ihren Erfolg steht, klappt etwas nicht!

Die Abteilung für Reklame in einem Unternehmen, mag es sich um Industrie, Handel, Landwirtschaft, Handwerk drehen, die nicht auch nach innen, in den Betrieb hinein, sich auswirkt, erfüllt nicht alle ihre Aufgaben! Oft ist es ebenso notwendig, eine Fabrik, eine Handelsgesellschaft, eine Bank mit dem frischen Geist eines tragfesten berechtigten Optimismus zu erfüllen und diesen zur Wirksamkeit zu bringen, wie den Absatz der Erzeugnisse zu fördern.

Die überzeugendste Anzeige, das packendste Plakat, der treffsicherste Prospekt, das zugkräftigste Schaufenster, die auffallendste Lichtreklame, der fesselndste Werbefilm, tritt zu allen diesen schönen und notwendigen Dingen nicht die werbende Kraft des Menschen, so bleibt einer Werbung das Letzte an Erfolg versagt. Für jeden Menschen ist es höchstes Glück, zur Persönlichkeit heranzureifen — für niemand aber bedeutet Persönlichkeit so entscheidenden Gewinn wie für den Werbenden, mag er sich als Reklameleiter, als Reklameberater, als Reklamegestalter, als Verkäufer oder wie immer sonst betätigen!

At the back of every advertisement must be a firm conviction of its success—or else there is something wrong!

The advertising department in any concern, whether it be industrial, commercial, agricultural or have to do with handicraft, must also have its effect upon the inward workings of the firm, or it is not fulfilling all its tasks. It is often just as necessary to impart the fresh spirit of a firm and justifiable optimism to a factory, a commercial company or a bank and translate this into action as to increase the actual sales.

An advertisement may be convincing, a poster arresting, a prospectus telling, a shop-window the cynosure of all eyes, an illuminated sign may dominate the night, an advertising film may captivate the public, but if the persuasive power of the human element be not added to all these excellent and necessary items, then the publicity campaign will lack the final complement of success. It is the highest happiness of mankind to ripen into an individuality—but individuality means more definite gain to the publicity man than to anyone else, whether he be head of the advertising department, publicity adviser, advertisement designer or text-writer, salesman or whatever function he may fulfil in the wide field of publicity.

Translated by E. T. Scheffauer