WIRTSCHAFT UND WERBUNG

Dr. WALTER PUTTKAMMER

EINE WERBUNG FÜR DEN DEUTSCHEN GARTENBAU

Bei der Besprechung einer für die deutsche Ware werbenden Wanderausstellung wurde an dieser Stelle (Januar-Heft) darauf aufmerksam gemacht, daß bei derartigen Werbeversuchen, die die Steigerung des Absatzes deutscher Erzeugnisse auf dem Inlandsmarkt und die Verdrängung der ausländischen Konkurrenz bezwecken, fast niemals die psychologisch und werbemäßig wirksamen und richtigen Argumente herangezogen werden. Um so erfreulicher ist die Entdeckung, daß wenigstens vereinzelt doch bei solchen Gemeinschaftswerbungen etwas zweckmäßiger und richtiger verfahren wird. Es mag also als auf ein Gegenbeispiel zu der damals kritisierten Ausstellung heute auf eine Wanderschau aufmerksam gemacht werden, die wohl schon an verschiedenen Orten Deutschlands gezeigt worden ist und die auch auf der „Grünen Woche" zu sehen war, nämlich die des „Reichsverbandes des deutschen Gartenbaus".

Die Ausstellungsbilder dieser Schau vereinen die Aufklärung über die volkswirtschaftliche und kulturelle Bedeutung des deutschen Gartenbaus, also eine indirekte Werbung für seine Erzeugnisse, mit der direkten Werbung und arbeiten bei dieser mit zum Teil recht zweckentsprechenden Argumenten. Die einführenden instruktiven Bilder zeigen Vergleiche des Gartenbaus mit

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id38789218 7-19320030/83
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT