

4. Vor allen Dingen Sorge man dafür, daß der Prospekt dem Empfänger eine Ueberraschung bringt. Dies kann in vielen Fällen durch einen Plakateffekt erreicht werden. Man versuche durch originelle Falzung immer neues Interesse hervorzurufen. Wenn jeder neue Abschnitt gewissermaßen durch eine neue Ueberraschung eingeleitet wird, so wird das Interesse des Lesers von neuem angespornt.
5. Außerdem vergesse man nicht, daß alle Männer — besonders die schöpferischen — einen sehr starken Spieltrieb haben. Originelle Erfindungen und originelle Gedanken werden die Aufmerksamkeit wachhalten, natürlich darf man nicht so weit gehen, daß über dem amüsanten Spiel der Zweck der Werbung vergessen wird.
6. Keine Drucksache erfordert so große Sorgfalt in der Herstellung und dem Druck als der Prospekt. Ein schlecht gemachter und schlecht gedruckter Prospekt wirkt wie ein schäbiger, ungepflegter Vertreter. Er kann noch so überzeugend sprechen, immer wird der schlechte Eindruck vor Augen stehen und den Glauben an die vorgebrachten Argumente erschweren.
7. Beobachte dich unbefangen selbst, wenn du Prospekte empfängst und lerne daraus, wie man es besser machen könnte. Der Moment des Empfanges ist entscheidend dafür, ob dein Prospekt gelesen wird. Die Lektüre ist entscheidend dafür, ob der Prospekt verkaufen kann.

-
3. Many prospectuses are miniature posters or advertisements in a different form. This is not enough. The prospectus can do much better propaganda work. It should be as brightly colored as a poster, in order to arouse interest. The propaganda arguments used in the advertisement can be intensified, since the larger space at command allows for elaboration and the reader expects it.
 4. Above all, one must take care that the prospectus shall spring a surprise upon the recipient. This can be achieved in many cases by means of a poster effect. Original methods of folding should be tried in the attempt to find new ways of arousing interest. If every new section is introduced as it were by a fresh surprise, the interest of the reader will not flag.
 5. In addition to this, one must never forget that men in general, especially those of a creative frame of mind, always have a strong urge to playfulness. Original inventions and original ideas arrest the attention, but care must naturally be taken not to exaggerate so that interest in the playful device causes the object of the advertisement to be forgotten.
 6. There is no variety of printed matter which demands so much care in get-up and printing as the prospectus. A feebly contrived and badly printed prospectus has the same effect upon the recipient as a shabby and unkempt commercial traveller. He may argue most persuasively, but there will be no getting away from his appearance and it will tend to throw discredit upon his arguments.
 7. Keep an objective watch upon yourself when you receive prospectuses and learn how to do better. The moment of its reception decides whether or no your prospectus will ever be read. The reading of it decides whether it is a prospectus that sells the goods.

Translated by E. T. Scheffauer