



Ein Kaufmann, der große Mengen Ware billig einkauft, kann auch seine Abnehmer billiger bedienen als einer, der kleine Mengen verhältnismäßig teuer erstehen muß. Aber nur die Sicherheit eines weiten Abnehmerkreises rechtfertigt vorteilhaften Groß-einkauf. Deshalb wird für Markenwaren „Reklame gemacht“! Aus diesem Grunde haben Markenwaren großen Absatz und günstige Preise! Werbung schafft Kunden; sie verteuert nie, sondern verbilligt die Ware. Käufer von Markenwaren sind also nicht durch „Reklamekosten“ belastet, sondern geschützt. Billigster Einkauf großer Mengen Rohmaterial und wirtschaftliche Herstellung ermöglichen vorteilhafte und stabile Preisgestaltung für die „Marke“. Kauft Markenwaren, denn Werbung dient dem Käufer.



## DIE SICHERUNG

dieses unscheinbare Ding aus Porzellan, das in den Stromkreis eingeschaltet wird, bewahrt bei Kurzschluß das ganze Haus vor Feuergefahr. Unszählige Male haben sich Sicherungen ihren Namen verdient: sie sorgen wirklich für Sicherheit! Eine ähnlich wirkende „Sicherung“ hat man auch für die Gegenstände des täglichen Bedarfs geschaffen, um Sie gegen Schädigung ihrer Gesundheit, aber auch ihres Geldbetrags zu „schützen“. Es ist DIE SCHUTZMARKE. Auch ihre Bedeutung sollten Sie kennen, um sie sich nutzbar zu machen. Sie finden Schutzmarken aufgedruckt auf Packungen; eingewebt in Stoffen, eingepreßt in Gerbstoffen und aufgeklebt als Etiketts. Sie mögen klein oder

groß sein, rund oder viereckig — immer sind sie Symbole. Die vom Gesetz ausdrücklich geschützte Marke des Fabrikanten, „Schutzmarke“ genannt, ist die Unterschrift, die der Hersteller unter sein Erzeugnis setzt. Sie ist der Ehrenschild seiner Firma, den er unter allen Umständen hüten zu halten hat, um Ihre Zufriedenheit und damit den Fortbestand seines Geschäftes zu gewährleisten. Deshalb wurde tausendfach geprüft und erprobt, was Sie als Marken-erzeugnis erhalten. Die Schutzmarke garantiert Ihnen dafür, daß Sie nicht die Katze im Sack kaufen, nichts Namenloses und Unbekanntes, sondern für Ihr Geld den vollen Gegenwert bekommen. So ist die auf allen Marken-Erzeugnissen angebrachte Schutzmarke eine im täglichen Leben unentbehrliche „Sicherung“, die Sie stets zwischenhalten sollten!

Inserate aus der Markenartikel-Propaganda der „Berliner Illustrierten Zeitung“

die Presse wirklich eine Großmacht, wenn es möglich wurde, daß eine junge politische Bewegung im stürmischen Siegeszuge die totale Macht eroberte, zunächst ganz ohne Presse, dann gestützt auf Blätter, für die der „Pressefachmann“ nur ein mehr oder minder mokantes Lächeln aufbringen konnte? Denn den neuen Blättern fehlte tatsächlich alles das, worauf die deutsche Presse mit Recht stolz sein konnte: das organisierte Nachrichtenwesen, die Korrespondenten und geschulten Mitarbeiter, der technische Apparat, das gepflegte graphische Gesicht. Nein, die Presse war es nicht mehr, weder die alte, noch die neue, die die öffentliche Meinung formte. Andere Beeinflussungsmöglichkeiten gewannen die Oberhand, in erster Linie das gesprochene Wort mit seinen verschiedenen Verbreitungsmöglichkeiten: Massenversammlung, bündische Erziehung, Rundfunk usw. Und da wollte man vom werbungstreibenden Geschäftsmann verlangen, daß er an die werbende Kraft der Presse glaubte und im alten Trott weiter inserierte? Waren ihm nicht schon ohnehin Zweifel