WLADIMIR BOBRITZKY, NEW YORK

Inserate für das Kaufhaus Saks

Stark romantische Atmosphäre. Nur die angebotenen Waren sind realistisch gezeichnet

an diesem Werbemittel gekommen, so mußten in ihm die merkwürdigen Praktiken einiger Verleger, mancher Inseratenvertreter und vieler Annoncenexpeditionen schließlich auf jeden Fall Bedenken hervorrufen an der Ehrlichkeit und der Solidität des Inseratengeschäftes. Er mußte sich tatsächlich fragen: „Und immer wieder Inserate?" Und als Antwort suchte er neue, andere Wege der Kundenwerbung.

Und dann kam schließlich die große „Umstellung". Hunderte von Zeitungen und Zeitschriften verschwanden, Hunderte „schalteten sich gleich" (und verloren dabei zunächst mal ihre Abonnenten), Hunderte entstanden neu oder nahmen zumindest einen neuen Anlauf. Dieser Umstellungsprozeß dauerte monatelang und ist heute noch kaum abgeschlossen. Schriftleitergesetz, Werbegesetz, Verordnungen aller Art sind noch nicht so weit durchgeführt, daß das neue endgültige Gesicht der Presse schon vorhanden wäre. Wer bis dahin der Presse als Inserent noch treu geblieben war,

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19330120/26 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT