



## Inserieren — aber wie?

Von Hans Willibald Tümena (Berlin)

„Beispiele sind Riesen, Erklärungen Zwerge“, lautet ein Satz, den man immer dann anwenden sollte, wenn es sich um eine Belehrung handelt, wie man die Methoden der Geschäftsführung verbessern kann. Besonders wenn es sich um das Gebiet der Werbung handelt. Ein umfangreiches Lehrbuch über Reklame, das nur theoretische Ausführungen darüber enthält, wie man Inserate, Werbebriefe und Schaufenster gut gestalten sollte, ist meist weniger wert als eine anschauliche Gegenüberstellung von guten und schlechten Werbemitteln.

Wir wollen heute an unseren kritischen Aufsatz in Nr. 3 der UHRMACHERKUNST anknüpfen und dem Uhrmacher an einigen Beispielen der jüngsten Zeit zeigen, wie die Inserate für das Osterfest aussehen sollen.

sondern erst kürzlich erschienen ist. Man hält es kaum für möglich, daß uralte Klischees noch heute Verwendung finden, und daß in einem gewiß nicht billigen Inserat die groteske Behauptung aufgestellt wird, daß „Sonne, Mond



Abb. 1

Wie notwendig es ist, immer wieder darauf hinzuweisen, daß der teuer bezahlte Anzeigenraum in der Zeitung nur eine wohldurchdachte Ausnutzung finden darf, zeigt das Inserat in Abb. 1, das nicht etwa vor 10 Jahren,



Abb. 2

und Sterne nicht sicherer ihre Bahn wandeln als Uhren“. Zunächst wird man wohl fragen, auf welcher Bahn denn eigentlich die Uhr wandelt. (Oder ist hier etwa eine Reiseuhr gemeint?) Wichtiger aber ist die Überlegung: Welchen Eindruck machen solche Inserate auf den Kunden? Wir glauben, daß ein höchst ungünstiger Eindruck entsteht. Der Kunde hat die Empfindung, daß der Inserent maßlos übertreibt, um seine Ware zu verkaufen. Man könnte ja mit dem gleichen Recht sagen: die XV-Uhr ist das größte Weltwunder des 20. Jahr-

**Jeder einmal zur Reichstagung 1931: 20. bis 28. Juni Frankfurt am Main**