

Diese Berichte erscheinen nach Bedarf in unbestimmten Zwischenräumen. Jeder Fachinteressent erhält sie auf Wunsch kostenlos zugesandt. Auskünfte über Propagandafragen werden bereitwilligst erteilt.

ULLSTEIN BERICHTE

Herausgegeben und gedruckt vom Verlag Ullstein zu Berlin Kochstraße 22-20 Ullsteinhaus. Verantwortlich für die Schriftleitung Fritz Scherz - Berlin. Briefe sende man unpersönlich an die „Ullstein-Berichte“.

Januar 1931 *

Advertising is all!

* Berlin

A MEMORANDUM FROM THE BUREAU OF ADVERTISING

„Nichts zieht stärkeren Erfolg nach sich, als der Erfolg“, und nichts ist reizvoller, als ein Bericht darüber, wie Erfolg erzielt wurde

Unter dem obigen Titel ist in New York eine Schrift erschienen, in der „Fifty National Advertisers their Experiences with Newspaper National Advertising“ bekanntgeben. Der Drucksache ist das vorstehend in Übersetzung wiedergegebene Motto vorangestellt. — Da es auch für den deutschen Kaufmann reizvoll ist, zu erfahren, wie hervorragende „Kollegen“ in U.S.A. Erfolge erzielt haben, geben wir von den Äußerungen der fünfzig maßgebenden amerikanischen Inserenten die interessantesten in nachstehendem auszugsweise wieder.

American Tobacco Company:

... wir schreiben die Prosperität unserer Gesellschaft in den letzten Jahren in nicht geringem Grade dem richtigen Gebrauche zu, den wir von der Zeitungspropaganda machten ...

Anheuser-Busch Inc.:

Was unsre Erfahrungen mit Zeitungen als wirksamen wirtschaftlichen Insertions-Instrumenten anlangt, so sollte die Tatsache, daß wir die Zeitungen ununterbrochen während 30 Jahren benutzt haben, zeigen, daß wir die Zeitungsanzeige als eine einträgliche Anlage betrachten.

Arcturus Radio Tube Company:

Wir haben Beweise, daß Zeitungsanzeigen uns eine Zunahme von Verbrauchern in einer kürzeren Zeit und über ein größeres Gebiet gebracht haben, als irgendein andres Propagandamittel, das wir hätten anwenden können.

Armour & Company:

Die Zeitungen sind das sicherste, schnellste und beste Mittel, die Öffentlichkeit zu erreichen ... Wir haben uns in genügender Weise davon überzeugt, daß das in Zeitungsanzeigen angelegte Geld gut angelegt ist.

Strang & Prosser:

Zeitungsanzeigen ist es vielleicht zuzuschreiben, daß die Verkaufsstände der Kolonialwarengeschäfte der Nation

in einem derartigen Ausmaße geleert sind, daß sich der Lachsmarkt heute in einer günstigeren Lage befindet als vielleicht seit 20 Jahren ...

Atchison Topeka & Santa Fe Railroad:

Von unsern für Reklame ausgeworfenen Summen wird für Zeitungen mehr ausgegeben, als für alle andern Propagandamittel zusammen. Das zeigt, was die Santa Fe von Zeitungspropaganda denkt.

Auburn Automobile Company:

Wir können wahrheitsgemäß sagen, daß Zeitungsanzeigen eine Hauptrolle in dem Wachstum der Auburn-Gesellschaft gespielt haben ...

Brunswick-Bakke-Collender Gesellschaft:

Am 1. Dezember begannen wir einen Propaganda-Feldzug, ausschließlich durch die Zeitung ... Seit Beginn Dezember steigerte sich unser Absatz stetig, bis wir Ende März eine Erweiterung von mehr als 50% in dem Umfang des Geschäftes für die ganze Dauer dieser Periode zu verzeichnen hatten ...

Canada Dry Ginger Ale Inc.:

Wir begannen im Jahre 1923 mit einer Ausgabe von 50000.— Dollar für Zeitungsanzeigen, und diese machte sich so gut bezahlt, daß im nächsten Jahr unsre Aus-