



gabe für den selben Zweck 250 000.— Dollar betrug; jetzt hat sie bereits eine Million überschritten.

Chicago Great Western Railroad:

Nach unsrer Meinung werden die zufriedenstellendsten Ergebnisse durch Zeitungs-Anzeigen erzielt, insbesondere, wenn sie eine genügend lange Zeit fortgesetzt werden . . .

Chicago Milwaukee St. Paul & Pacific Railroad:

Wir glauben, daß die Druckerschwärze eine wirksame Hilfe ist bei der Aufgabe, die Interessen der Pacific Northwest zu fördern.

Chicago Rock Island & Pacific Railroad:

Die Zeitung hat sich daher durch ihre lokale Verbreitung als das beste Mittel erwiesen, die Dienste der Rock Island zu propagieren.

Colgate-Palmolive-Peet Company:

Die Tatsache, daß wir gutes Geld für Zeitungsanzeigen ausgeben, ist der beste Beweis für unsre Einschätzung der Zeitungspropaganda.

Copper & Brass Research Association:

. . . die Zeitungsanzeigen weisen die einträglichsten Ergebnisse auf.

Eureka Vacuum Cleaner Company:

Zeitungsanzeigen bringen uns sofortige Ergebnisse . . . Wir glauben fest an die Wirksamkeit und Zugkraft des Zeitungs-Inserierens. Sie ist größtenteils die Ursache gewesen, den Umfang unsres Geschäfts an eine führende Stelle innerhalb der Branche zu bringen.

Frigidaire Corporation:

Als wir in der Zeitung zu inserieren begannen, waren weniger als 80000 Frigidaire-Apparate in tatsächlichem Gebrauch. Drei Jahre später gab es davon mehr als eine Million, mehr in der Tat, als alle andern Typen elektrisch betriebener Kältemaschinen zusammengenommen.

General Electric Company:

Wir erachten die Inanspruchnahme von Zeitungspropaganda für unsern Zweck als eine unentbehrliche Hilfe bei unsrer Verkaufstätigkeit.

General Motors Corporation:

Als Beweis dafür, daß wir fest an den Wert der Zeitungsanzeige glauben, wird es Sie interessieren, zu erfahren, daß der größere Teil der jährlich für Anzeigen-Propaganda von uns ausgeworfenen Beträge für Zeitungsanzeigen verwendet wird . . .

B. F. Goodrich Company:

Wir wissen aus Erfahrung, daß Zeitungsanzeigen die Ware beschleunigt von den Verkaufsständen der Geschäfte in die Hände des Kunden führen, sofern in richtiger Form inseriert wird.

Great Northern Railway Company:

Der große Nachrichtendienst, der von der Tagespresse der Öffentlichkeit überall geleistet wird, würde nicht in vollem Maße ausgenutzt werden, wären nicht auch die Anzeigen in den Spalten der Zeitung; und daher ruht das Zusammenarbeiten zwischen der Tagespresse und dem Inserenten, der Dienste anzubieten hat, auf einer natürlichen und dauernden Basis.

Grigsby-Grunow Company:

Mit Zeitungsanzeigen werden wirksam und zu den niedrigsten Netto-Kosten die größte Zahl der Leute erfaßt, die unser Fabrikat kaufen können . . . Unsre Erfahrung hat endgültig bewiesen, daß die Zeitungen wichtiger sind für den Absatz von preiswerter Ware als alle andern Arten von Mitteln, welche verwendet werden, die Zeitungskampagnen zu ergänzen . . .

Illinois Central Railroad:

Die Eisenbahnen gehören zu den ersten Zeitungsinserenten, und sie haben seit jeher für die Zwecke der Information und der Überzeugung die Anzeige ziemlich konsequent benutzt. Die Ergebnisse sind vielfältige. Um nur eines zu erwähnen; Die Benutzung der Anzeige seitens der Eisenbahnen hat viel dazu beigetragen, die Vereinigten Staaten zu einer Nation von Reisenden zu machen.

India Tea Bureau:

. . . Wir sind begeistert über die Ergebnisse der Zeitungskampagne und besonders beglückt über die Art, wie die kleineren Teehändler sie sich zu eigen gemacht haben. Viele von ihnen unterstützen jetzt unsre Zeitungsanzeigen mit ihren eignen.

S. C. Johnson & Son:

Ich glaube, daß die interessanteste Angabe, die ich hinsichtlich der Wirksamkeit unsrer Zeitungsanzeigen machen könnte, in den nachstehenden Zahlen enthalten ist: Wir prüften kürzlich die Umsatzziffern des Johnson Electric Polisher in den Städten nach, wo wir in großem Umfang in Zeitungen inseriert hatten, und fanden, daß der Gesamtumsatz eine Steigerung von 45% gegenüber dem desselben Zeitraumes im Vorjahr, als wir nur in sehr geringem Maße Zeitungsanzeigen benutzten, aufwies.

Kellogg Company:

Das Ergebnis einer intensiven Benutzung der Zeitungsanzeige, verglichen mit andern Formen der Propaganda,