

Beispiel 1:

Einem geehrten Publikum erlaube ich mir meine
unübertrefflichen russischen Gummischuhe
 empfehlend in Erinnerung zu bringen. Ich führe nur die
 besten russischen Marken und bin durch vorteilhafte Abschlässe
 in der Lage, durch meine außergewöhnlich billigen Preise
 jeder Konkurrenz die Spitze zu bieten. Ich halte alle Größen
 stets auf Lager. Aufmerksame Bedienung.

Rud. Egge, Roßstraße 4.

Beispiel 2:

Russische Gummischuhe.

In allen Größen vorrätig.

Rud. Egge, Roßstraße 4.

Beispiel 1 zeigt die Fehler, die bei einer Anzeige zu vermeiden sind. Alles, was im zweiten Beispiel weggelassen ist, ist in einer Anzeige entbehrlich, weil es selbstverständlich ist und nur die Aufmerksamkeit von der Hauptsache ablenkt. In der zweiten Fassung beansprucht die Anzeige denselben Raum, kostet also das Gleiche und ist gerade durch ihre Knappheit viel sicherer, beachtet zu werden, und darum schon wirkungsvoller. Der weiße Raum um die Schrift trägt dazu bei, sie aus der Flut der übrigen Anzeigen herauszuheben. Jede Anzeige muß durch irgend eine Eigenart auffallen und abstechen von den übrigen. Das ist allerdings Sache des Druckers; aber dessen Interesse an der Anzeige ist nach Zahlung der Anzeigengebühren erschöpft. Darum versäume niemand, über die Ausstattung von Anzeigen dem Drucker bestimmte Vorschriften zu machen. Wer regelmäßig die gleichen Waren anzeigt, wird immer am besten tun, sich von sachkundiger Hand ein wirkungsvolles Klischee anfertigen zu lassen; das ist eine geringe Mehrausgabe, die nicht zwecklos ist.

Falsch ist es ferner, nur Anzeigen aufzugeben, wenn das Geschäft schlecht geht; denn die Ursachen des schlechten Geschäftsganges liegen meist in allgemeinen wirtschaftlichen Depressionen. Wer überhaupt Anzeigen aufgibt, tue es regelmäßig, besonders aber in der Zeit des besten Geschäftsganges, der stets mit den Perioden stärkerer Kauflust und Kaufkraft zusammenfällt. Wirkfamer als Anzeigen sind in mancher Beziehung Siebelreklamen und Plakate, besonders für Handwerker, welche Stapelartikel auf Lager halten.

Eine teure, aber durchaus wirkungsvolle Reklame stellt die regelmäßige Zusendung von Prospekten und Preislisten dar; sie müssen allerdings gefällig ausgestattet sein und die Größe des Taschenformats nicht überschreiten, während auf der Straße ausgeteilte Flugblätter meist ärgerlich weggeworfen werden,