

8. DIE PSYCHOLOGISCHE BERATUNG BEI DER REKLAME ¹⁾. FORENSISCHES.

Die Betätigung der Reklame ist Angelegenheit des Geschäftes, welches die Reklame benötigt. In kleineren Verhältnissen wird sich der Geschäftsinhaber selbst die erforderlichenfalls nötigen Kenntnisse zum Betrieb seiner Reklame aneignen, in anderen Fällen wird er einen besonderen Reklamechef oder Reklamefachmann anstellen, der unter Umständen eine besondere Abteilung, die Reklameabteilung, zu leiten hat. In manchen Geschäften ist diese Reklameabteilung der größte und wichtigste Faktor des ganzen Betriebes.

Wenn daher die Reklame immer eine geschäftliche Angelegenheit bleiben wird, so wird der Reklamefachmann doch vielfach auch auf Hilfskräfte angewiesen sein, die selbst keine Geschäftsleute sind. Zu diesen Hilfskräften gehört der Künstler, mag er nun als Plakatkünstler, als Filmkünstler oder als Buchkünstler auftreten. Nötig ist natürlich, daß jede Hilfskraft bei der Reklame ihre Betätigung dem Reklamezweck unterordnet. Auch die Kunst in der Reklame darf sich von diesem Gesichtspunkt niemals freimachen, und der Reklamefachmann darf daher die Kunst nur in dem Ausmaß und nur in der Form zulassen, die seinen Zwecken frommt.

Wenn auch der Reklamefachmann selbst über die Fragen und Ergebnisse der Reklamepsychologie unterrichtet sein muß, so wird neuerdings doch auch der Psycholog als Hilfskraft für das Werbewesen herangezogen. Auch er darf aber natürlich so wenig

¹⁾ Unter dem gleichen Titel schrieb ich einen Aufsatz in die Zeitschrift „Die Reklame“. Januar 1925. Jahrg. 18. S. 26 ff., der im vorliegenden Text verwertet wurde.