

101. SCHUTZ VOR ZUDRINGLICHEN  
ANZEIGENWERBERN UND ZWEIFELHAFTEN  
REKLAMEUNTERNEHMUNGEN

Anzeigenwerbern gegenüber beobachte man Vorsicht, wenn es sich um unbekannte Zeitungen, Zeitschriften und Reklameunternehmungen handelt. Namentlich die Neugründungen auf dem vielbeackerten Gebiete der Gelegenheitsreklame betrachte man mit kühler Reserve und prüfe genau, bevor man sich durch Unterschrift bindet. Insbesondere unterschreibe man nur solche Bestellscheine, die man genau durchgelesen hat. Sie enthalten zuweilen irgendeine Fußangel, der man nicht mehr entschlüpfen kann, wenn man durch eigene Unvorsichtigkeit hineingeraten ist. Eine besonders beliebte, aber auch gefährliche Fußangel der Bestellscheine unbekannter oder gar unlauterer Reklameunternehmungen ist jener Paragraph, der den Anzeigenauftraggeber für ein weiteres Jahr oder eine neue Ausgabe oder eine weitere Serie von Aufnahmen verpflichtet, wenn er das Vertragsverhältnis nicht ein Vierteljahr — das ist die übliche Frist! — vorher gekündigt hat.

Reiseführer, Adreßbücher und ähnliche Verlagswerke tauchen fast täglich neu auf und senden ihre Anzeigen- und Abonnementswerber aus. Die Gaststätteninhaber versucht man in erster Linie als Inserenten und Abonnenten heranzuziehen. Hotelbesitzer, die sich im unklaren über den Wert eines ihnen angebotenen Reklamewerkes sind, tun am besten, wenn sie sich vor Eingehen verbindlicher Verpflichtungen um Rat und Auskunft an ihre Berufsorganisation wenden. Die Fachverbände des Gastgewerbes pflegen alle Neuerscheinungen auf dem erwähnten Gebiete aufmerksam zu verfolgen, um ihre Mitglieder beraten und vor Schaden schützen zu können. Man bediene sich also dieser bequemen Gelegenheiten.

Natürlich will ich nicht alle neuen Reklameunternehmungen