

Reklamens inderste væsen

er at formidle budskaber -

Arbejde er Ikke alt, og man skal ikke slæbe bekymringerne med hjem, siger direktør Arne W. Holst, der fylder 50 aar

Der er ikke noget at sige til, at manden paa billedet i denne artikel ser glad ud. Han har nemlig succes, og det er ikke noget, han har opnaaet ved at bruge en bestemt haarcreme, men gennem et haardt slid og den portion held, som vi mennesker nu engang og saa har brug for. Direktør Arne W. Holst er leder af reklamebureau Horsens Akts. ogsaa kaldet Scan-ad. Det vil igen sige, at han er involveret i en branche, der er knaldhaard og som kræver sin mand helt og fuldt.

Paa søndag fylder direktør Holst 50 aar, og saa klog er han blevet nu, hvor han træder ind i „de voksnes rækker“, at han har lært at slappe af. Der stod ikke noget nogen steder om, at han skulle komme til at beskæftige sig med reklame.

Holst havde helt andre ambitioner. Han ville være musiker, koncertviolinist. Han fik saagar undervisning hos selveste Fini Henriques, der den første spilletime sagde: „La' være med at være nervøs. Det kan jeg høre paa fingrene!“

* Fandt sin kone i vaabendepot

Da Holst var blevet 23 aar, for-dampede de skønne drømme. Kri-gen slog dem simpelthen i stykker. — Jeg maatte tænke paa at faa noget at bestille, og det blev sko-tøjsbranchen, hvor jeg blev udlært som ekspedient og dekoratør, fortæller Arne Holst. Senere passede jeg reklameafdelingen for et firma i Randers, men det blev en temmelig hurtig afrejse fra Niels Ebbesens by paa grund af mit arbejde i modstandsbevægelsen.

Jeg flyttede til Holstebro, hvor jeg blev forsynet med en forsikringsmappe for dog at give det indtryk af, at jeg havde et borgerligt



Direktør Arne W. Holst.

terhverv. Jeg var knyttet til det huse i tobaksfabrikant Færchs villa. Jeg kan løvrigt takke modstandsbevægelsen for, at jeg traf min kone. Hun forvildede sig ind i vort vaabendepot — forøvrigt et par dage før befrielsen. Og da hun nu var lukket ind, kunne vi ikke saa godt lukke hende ud igen. Det blev bare mig, der blev „skudt“ — i hende!

* Standsede tyskerne med vaaben i haand

Helt slip paa arbejdet i modstandsbevægelsen kunne jeg ikke give lige efter befrielsen. Der var bl. a. en del vagtopgaver. 2-3 dage efter den 5. maj maatte vi ovenikøbet rykke ud med skarpladte vaaben mod tyskerne, der ikke ville overgive sig, men desperat begyndte at marchere mod byen. Vi fik dem dog standset, inden der skete noget. I 1946 kom jeg i kontakt med en ven, der havde en forretning i Aarhus, hvor jeg fik ansættelse en tid som en slags midlertidig foranstaltning.

En dag søgte et københavnsk firma en mand, der skulle passe det jyske omraade for serigrافي

I (silketryk), og det job havde jeg i seks aar, hvorefter jeg i 1953 havnede som reklamekonsulent hos Harlang & Toksvig i Aarhus. Tre aar senere skulle afdelingen i Horsens have en ny leder. Jeg fik den tilbudt og sagde ja, fordi jeg kendte Horsens og mente, der var gode muligheder her. Til hjælp havde jeg i starten en 17 aars pige — nu er vi 12. I dag er jeg direktør for firmaet Scan-ad, der kører selvstændigt.

* Noget om succes

— Hvordan faar man succes, direktør Holst?

— Om jeg har haft succes, er maaske et stort ord, men der har I hvert fald været en pæn udvikling. For at naa et resultat, kræves det, at man bestiller noget hele tiden. Man skal være forudseende, ikke mindst paa sine klienters vegne, og man skal være i stand til at raade og vejlede.

— Hvad er reklamens inderste væsen?

— Det er at formidle budskaber. Det er blevet sagt, at reklame kun er til for at faa folk til at købe noget, de ikke har brug for. Men det er forkert. Den slags findes ganske vist, men saa er det kun een-gangsvarer. Det gælder tværtimod om at oparbejde en goodwill og til-lid. Varen maa være i orden, naar forbrugeren modtager den. Ellers dør den af sig selv. Reklame er noget, man maa kunne stole paa. Der staar et firma bagved. Reklamefolk er løvrigt ikke blot formidlere af annoncer, men maa foretage undersøgelser af markedet og vejlede.

Naar man kan li' sit arbejde — og det kan jeg — er reklamebranchen baade sjov og underholdende, og man føler glæde ved at være med til at skabe noget, der giver resultat.

* Andre værdier i tilværelsen

-- De savner ikke den musiker-

faktisk betyder en hel del. Det kan godt være, det først gaar helt op for een, naar man begynder at modnes paa andre maader.

* Til de fortravlede

— Saa har De maaske et godt raad til fortravlede mennesker?

— Indenfor de sidste to aar har jeg lært ikke at slæbe bekymringerne med hjem. Det kan være svært at finde ud af. Vi søger her i firmaet at leve efter reglen: „Dagen i morgen skal gøres i dag“. Følger man den, behøver man ikke at tage bekymringer eller arbejde med hjem. Det er en simpel betingelse for, at det hjemmeliv, man skal have, kan nydes, for det kommer nemlig ikke igen.

— Og endelig: en værdifuld ting i reklamearbejdet?

— Planlægning er nødvendig i enhver forretning, og reklamen skal anvendes rigtigt. Der er mange, der gaar ind for ting, som er meningsløse og intet salgsmenende har i sig. Det gælder selv store firmaer, og her kommer vi saa ind i billedet som konsulenter, slutter direktør Holst.