

die erstrebten künstlerischen Ziele kümmert! In den Kreisen, die sich mit Reform und Schutz des Strassenbildes in irgendwelchem Zusammenhang befassen, mögen sie nun „Heimatschutz“, „Denkmalschutz“, den Kampf gegen „Verschandelung des Ortsbildes“ auf ihre Fahne geschrieben haben, macht man gegen den Störenfried mobil. Hier und da wurde bereits das Schwert behördlicher Gewalt gezückt, um wuchtigere Streiche führen zu können. Schon ist an Polizeiverordnungen und Ortsstatuten mit dem Endzweck energischer Reglementierung der Reklame kein Mangel. Ihnen wird sich voraussichtlich in kurzer Zeit die neue Berliner Strassenordnung anschliessen, die in ihrer verschärften Stellungnahme gegen alle „Ankündigungsmittel“ sicherlich auch von — durchaus wohlgemeinten — ästhetischen Beweggründen geleitet wird, wenngleich aus rechtlichen Gründen dieses Motiv nicht sichtbar in Erscheinung tritt.

Gewiss ist diese Gegnerschaft berechtigt; — wer musizieren will, wird es nicht gerade als angenehm empfinden, wenn ein anderer ihn durch Lärm in dieser Absicht stört! Durch dieses Bild lässt sich etwa das Verhältnis zwischen der Architektur und dem Städtebau, deren Streben auf Harmonie und Rhythmus gerichtet, d. h. musikalisch ist, und der Reklame ausdrücken, welche letztere im Grunde nichts weiter ist als der ins Sichtbare übersetzte Lärm! Lärm in allen seinen Abstufungen, vom gedämpften Anruf, wie ihn das einfache Ladenschild unaufdringlich ertönen



Emil Preetorius Plakat
Druck: H. Hohmann, Darmstadt

lässt, bis zum schrillen Schrei, zum Trommelgerassel und Trompetengeschmetter, mit dem grellbunte Riesenschilder, knallige Giebelreklamen, zuckende Lichteffekte unsere Gesichtsnerven überfallen. Von der Einordnung in die Gesamtwirkung und formstrenger Askese will sie in ihrer lebenskräftigen Robustheit nichts wissen. Im Gegenteil — eher hat sie eine fatale Neigung zu draufgängerischer Rücksichtslosigkeit! Man braucht bloss ein Stück Weges durch unsere grossen Geschäftsstrassen zu gehen, um das schönste Sündenregister dieser Untugend zusammenzustellen. An Beispielen ist kein Mangel: Hier spannt sich ein breites Riesenschild von vielen Metern Länge quer über eine Gebäudefront und unterbricht als dicker, wagerechter Strich das schlanke Aufstreben einer Reihe von Pfeilern, auf deren ungebrochen vertikaler Tendenz die künstlerische Wirkung der betreffenden Fassade beruht. Dort wird die breite Flächenwirkung einer anderen durch zahlreiche Schilder und Schildchen zerstückelt, mit denen rühriger Geschäftssinn den Raum über, unter und neben den Fenstern bepflasterte! Auch vor wichtigen Architekturteilen macht ihre Respektlosigkeit nicht halt — Gesimse, Türverdachungen, Ornamente werden einfach eingekapselt oder gar weggeschlagen, wenn es gilt, einige Quadratmeter Schreibfläche mehr zu gewinnen. Ganz zu schweigen von der gewollten Grellfarbigkeit, der beinahe mit Absicht betonten Geschmacklosigkeit vieler dieser Produkte



Emil Preetorius Plakat
Druck: A. Molling u. Cie., Hannover