



A. Roubille

Abb. 28
Druck: Charles Verneau, Paris

Plakat

Wir bekämpfen lediglich die Aussenreklame. Mag die Innenreklame, wenn ich sie so nennen darf, die Zeitschriften und Zeitungen, die Bücher und Kataloge mit Reklame zieren oder verunstalten, so viel sie will; die „Woche“ oder die „Fliegenden Blätter“ braucht niemand in die Hand zu nehmen, dem es widerstrebt, sich die Bilder oder Witze aus einem Wust von Insetaten herauszuholen; die losen Reklame-Beilagen kann man ungelesen in den Papierkorb werfen, die festen Reklamen kann man herausreissen, wenn man das Buch binden lässt. Hier kann von Zwang nicht die Rede sein, so lästig auch manchmal das Ueberhandnehmen der Reklame auch hier empfunden werden mag. Ausserdem sind ja auch in anerkannter Weise auf dem Gebiete dieser Innen-Reklame in bezug auf Drucklegung, Zeichnung, Gruppierung usw. neuerdings recht bedeutsame Fortschritte gemacht worden. Tatsächlich liegt dieses ganze grosse Gebiet der Reklame ausserhalb der Ziele des Heimatschutzes. Wenn daher unsere Gegner sich fortwährend in allgemeinen Rede-

wendungen über Reklame-Feindschaft unsrerseits, über Erdrosselung der Reklame, über Verletzung der vitalsten Interessen von Industrie und Handel beklagen, so pflegt hierbei übersehen, wenigstens nicht genügend beachtet zu werden, dass das Hauptgebiet der Reklame, und das ist die Innenreklame zweifellos, von vornherein für uns ausscheidet. Hier lassen wir die Interessenten ruhig gewähren, denn hier kann sich jeder selbst schützen, wenn ihm die Reklame lästig fällt. Uns interessiert die Reklame erst, wenn sie sich an die Oeffentlichkeit drängt in Form von Plakaten, Schildern, Schaukästen und dergl., die jeder Mensch, der sich auf die Strasse oder aufs Land begibt, sehen muss und im Sinne der Reklame-Interessenten ja auch sehen soll. Hier haben Uebergriffe schlimmster Art stattgefunden und finden noch täglich statt, gegen die wir uns wehren und gegen die wir den Schutz der öffentlichen Meinung und der Gesetze anrufen. Es heisst also den Schwerpunkt künstlich verlegen und schliesst eine arge Uebertreibung in sich, wenn seitens unserer Gegner uns immer wieder allgemein eine schwere Schädigung des modernen Erwerbslebens vorgeworfen wird. Das Hauptgebiet der Reklame bleibt von unserer Agitation gänzlich unberührt.



A. Roubille

Abb. 29
Druck: Charles Verneau, Paris

Plakat