

dann dürfte eine solche Affiche nicht an die Säule kommen! Sie ist alles andre, nur kein Mittel, um geschmackvolle Leute aus ihrer Gleichgültigkeit heraus zu Sportinteressenten zu machen. Man sehe sich ferner die Plakate an, die seitens der verschiedenen Rennvereine hier und in der Provinz dazu benutzt werden, um Besucher auf ihre Rennbahnen zu locken! Muss

einem nicht das bisschen Lust am Rennsport vergehen, wenn man an überfüllte Eisenbahnen und Autobusse denkt, angesichts solch geschmackloser und kitschiger Affichenplakate? Diese miserabel gezeichneten Herrenreiter, die in ihren unmöglichen Uniformen eher an Rennbahnschieber auf Mietspferden erinnern, sollen geschmackvolle Menschen für den Sport auf dem grünen Rasen begeistern? Dem Turfdandy und dem professionellen Buchmacher und Wetter, dem mag es einerlei sein, was an der Säule klebt, diese Typen sind immer draussen! Aber der grosse Kreis jener Leute von Kultur, die wird man mit solchen Mitteln nicht einfangen, sie werden fernbleiben, weil sie kein Vertrauen haben können und kein Interesse für Veranstaltungen, die sich so wenig geschmackvoll inszenieren. Man klagt immer darüber, dass in Berlin keine Concours hippiques und keine Korsofahrten zustande kämen! Ja, sind solche auch nur ein einziges Mal richtig propagiert worden? Unter richtiger Propaganda verstehe

ich die Mittel, die das systematische Erwecken des Interesses bei aktiv und passiv Beteiligten zum Zweck haben! Nie ist seitens der leitenden Persönlichkeiten den psychologischen Momenten Rechnung getragen worden. Die Herren haben wohl den nötigen „Pferdeverstand“ gehabt, aber die Kraft, Volksmassen in ihren Bann zu ziehen – analog dem panem

et circenses der Alten – die mangelte ihnen allen miteinander!

Vom Radrennsport will ich nicht sprechen, – er ist mit dem Augenblick erledigt gewesen, in dem man erkannte, dass es sich um das geschäftliche Interesse einzelner Fahrradfabriken und Gummiwerke handelte, die mit gerissenen Rennbahnbesuchern zusammen eine

unfeine Reklame für ihre Fabrikate machten.

Das Automobilplakat ist im allgemeinen auch nicht dazu angetan, diesem Sport neue Anhänger zuzuführen. Es ist in den meisten derselben der kleinliche Geschäftsstandpunkt des „Herrn Direktors“ zu sehr betont, der hohe Dividenden herausholen will. Deshalb findet man mit ängstlicher Genauigkeit immer die Type der betreffenden Fabrik abgebildet und zwar recht langweilig! Der weitere Gesichtspunkt, der ungefähr dadurch zu kennzeichnen wäre, dass das Autofahren in der Marke X zu den höchsten Genüssen dieser Welt zu zählen sei, so dass nicht nur jeder einigermaßen Wohlhabende diese Marke wählen müsse und dass derjenige, der schon ein Auto hat, dies schleunigst verkaufen müsse, um in Marke X fahren zu können, dieser Gesichtspunkt kommt in keinem Automobilplakat zum Ausdruck. Es soll nicht verkannt werden, dass einige Firmen sich bemühen, dem guten Geschmack Rechnung zu tragen, im grossen und ganzen sind die Automobil-Firmen

aber noch wenig vom künstlerischen Geiste durchglüht.

Der Rudersport hat unter dem Schutze des Kaisers viel gewonnen, aber zu einer geschmackvollen Reklame hat er sich noch nicht aufschwingen können.

Die Luftschiff-Propaganda lässt auch recht zu wünschen übrig (Amerikalinie!) Eine erfreuliche Ausnahme von



Walenty Zietara

Abb. 20

Inserat