Die Kultur der Reklame

SCHRIFTLEITUNG
HERMANN RECKENDORF

2. Jahrgang | Nr. 1 | Januar 1920

Kulturelle Aufgaben der Reklame

Von Hermann Th. Drege, Berlin.

Niemand wird bestreiten können, daß die Reklame, unter welchem Begriff wir alle Arten der anlockenden, anreizenden, suggestiven Werbearbeit für geschäftliche Zwecke zusammenfassen, eine internationale Großmacht ist, die, im Boden des wirtschaftlichen Lebens wurzelnd, ihre Ausstrahlungen auch in die weiten Gebiete der Kultur und sogar der Politik entsendet. Höchst entwickelte, sich selbst regelnde Wirtschaft ist ohne Wettbewerb nicht denkbar und Wettbewerb nicht ohne Reklame. Das trifft auf den Binnen- wie auf den Weltmarkt zu. Da letzten Endes selbst die hohe Politik (welt-)wirtschaftliche Fragen und Ziele als Ausgangspunkt hat, so ist die auch mit dem internationalen Warenverkehr untrennbar verbundene Reklame eine nicht zu unterschätzende Frage des politischen Taktes, von dem bis zu einem gewissen Grade die Ausfuhrmöglichkeiten abhängen, und dem in Zeiten internationaler Hochspannung — wie in der Gegenwart — eine ungemein große Bedeutung zukommt. Aber auch die politisch-soziale Entwicklung der jüngsten Vergangenheit, wo gegenüber den Gärungen in den nationalen Volkskörpern die festgefügte Macht der Staaten und Länder nur mehr Chimäre ist, hat gezeigt, daß die herrschenden politischen Systeme nicht ohne Reklame auskommen können. Man nennt sie alsdann Volksaufklärung. Bezeichnenderweise findet diese Art der politischen Reklame ihren deutlichsten Ausdruck in den Ländern, die in ihrer Entwicklung die zunächst letzte Stufe des äußersten Radikalismus erreicht haben. Sowjet-Rußland hat sein Ministerium für Volksaufklärung, wie es Sowjet-Ungarn hatte. Es ist hier die logische Folgerung aus der allgemeinen Beobachtung gezogen worden, daß nur durch eine nach den Lehren der Reklame unternommene und durchgeführte Aufklärungstätigkeit das erwünschte Ergebnis der politischen Beeinflussung und Durchdringung der Massen mit einem Gedanken erzielt werden kann.

Die ungeheure Bedeutung der Reklame für das Kulturleben und seine Entwicklung liegt greifbarer an der Oberfläche, als ihre Äußerungsmöglichkeiten im politischen Leben. Es ist klar, daß eine Erscheinung, die bewußt und zielstrebig die ganze Welt fortgesetzt in Atem hält und halten muß, wenn sie ihre Aufgaben erfüllen will, tiefe Furchen nicht nur in die äußere Gestaltung der Gegenwart, sondern auch in ihr Empfinden, in ihren Ausdruck, in ihre formenden Kräfte, in ihren Lebensinhalt reißen muß. Die suggestive Kraft der Reklame ist unerhört. Dieses Einhämmern von Vorstellungen, Anschauungen, Begriffen, auf dem ihre geschäftlich werbende Kraft beruht, erstreckt sich nicht allein auf Wünsche und Begehren, wenn es — vom rein geschäftlichen Standpunkt — auch nur diesen Erfolg haben soll. Es führt bei der leichten Beeinflußbarkeit der Massen z. B. von selbst dazu, daß von der Reklame geprägte Schlagworte sprachliches Gemeingut, daß Farbenzusammenstellungen Mode, daß künstlerische (oder nicht künstlerische) Ausdrucksweisen mit einem Schlage zur volkstümlichen Macht werden. Man kann sogar noch weiter gehen. Es ist gewiß nicht zuviel behauptet, wenn man sagt, daß z. B. der durchschnittliche Wortlaut der Reklame einen außerordentlichen Einfluß auf das sprachliche und stilistische Ausdrucksvermögen der Massen hat, daß die suggestive Wirkung, die von Geschäftslokalen, Plakaten, Warenpackungen ausgeht, der Geschmackskultur eines Volkes eher Richtung geben kann als Museen und Gemäldegalerien voller Kostbarkeiten, — kurz daß das, was aus den Läden, aus den Zeitungen, von den Anschlagssäulen mit hunderttausend schrillen Stimmen gleichzeitig schreit, im unendlichen Zusammenwirken — weit über den Anreiz der Besitzgelüste hinaus — von stärkster kulturformender Kraft ist, im Guten wie im Bösen!

Jede Beeinflussung deutet erzieherische Möglichkeiten an. Und die Reklame, die jeden von uns stündlich beeinflußt, unter deren Bann wir nicht nur bei der Befriedigung unserer Lebensnotwendigkeiten stehen, verfügt demgemäß vor allem auf dem Gebiete der kulturellen Schulung über erzieherische Werte, die kaum ihresgleichen haben. Das war bisher ein Verhängnis für das wunderliche, zerrissene, Reinstes und