## DIE WERBEMITTEL DES LUFTVERKEHRS UND DER FLUGVERANSTALTUNGEN/von dr. Walter F. Schubert, Berlin

Technik, Sport, Verkehr: für alle diese Gebiete ist das Flugwesen jüngstes, zukunftsreichstes, aber auch pflegebedürftigstes Kind. Was die anderen Glieder dieser Verwandschaft sich in Jahrzehnten längst errungen haben - Erfahrung, Ausbau und Nutzabwurf für die Gesamtheit -, das ist hier alles noch im Werden und Wachsen. Nur vollzieht sich dieser Entpuppungsprozeß weit schneller als

bei den älteren Geschwistern, den durch Dampf und Elektrizität bewegten
Schienenbahnen und rascher selbst als bei dem im Alter
unmittelbar vorangehenden Bruder, dem Automobil. Im
Laufe von zehn Jahren hat sich das Flugwesen aus dem
Nichts zu einem verheißungsvollen Glied in der Kette

der Menschheitsregungen entwickelt, und ungeheuer sind die Möglichkeiten, die seiner im Schoß der Zukunft harren.

Einen treuen Geleiter und nimmermüden Wegbereiter hat das Flugwesen und seine Zwillingsschwester, die Luftschiffahrt, von Anfang an in der Reklame gefunden. Als ich vor sieben Jahren dem Automobilplakat als dem jüngsten Zweig am üppig sprießenden Baum der Gebrauchsgraphik eine Sonderbetrachtung widmete\*), ahnte ich nicht, daß ihm so bald in den Werbemitteln des Luftsports und -verkehrs ein Streitgenosse zur Seite treten würde, der mit den fabelhaften technischen und volkswirtschaftlichen Zukunftigkeiten zugleich auch so frische und vielgestaltige Werbemöglichkeiten mit sich bringen

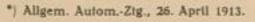




Bild1/LUCIAN BERNHARD/Plakat1909/ Druck: Hollerbaum & Schmidt, Berlin

bunte Zettel und noch manches andere mit, was Reklame enthielt oder Reklame "an sich" war. Kulturell bedeutsamer und künstlerisch wertvoller als diese äußeren Besonderheiten waren für die Luftreklame die neuen Anregungen, die frischen Reize, mit welchen sie die Künstler an sich zu ziehen

und die Art und Weise, in welcher sie ihre Lobredner und Verehrer zu fesseln und zu immer vollkommneren Leistungen anzuregen wußte. Aus dem überwältigenden Eindruck der Erfüllung eines uralten Menschheitstraumes heraus enstanden die ersten Flugplakate. Wohl hatte schon seit dem Ausgang des 18. Jahrhunderts die praktische Verwendung des Luftballons dauernd ein lebhaftes Reklamebedűrfnis wachgehalten, und als die ersten lenkbaren Luftschiffe durch den weiten Himmelsraum zogen, wurde auch die Sprache der Luftgraphik lauter und heller. Zu einem Jubel ohnegleichen erhob sie sich aber, als der menschliche Geist die Ketten zersprengte, mit denen seine Sehnsucht seit den Zeiten des

könnte. Kaum vermoch-

ten die großen, gasge

füllten weißen und gelben

Zigarren sich mit eigener

Kraft durch das Luftmeer

zu treiben, da wurden

ihnen anch schon "Leib-

binden" umgelegt, die

alle möglichen Anprei-

sungen mit in die Lüfte

führten, und als die ersten

Flugzeuge in seltsam

schwankendem Fluge

aus der öden Sandwüste

des Flugplatzes über

Stadt und Land entschwebten, nahmen sie



Bild 2 / LUCIAN BERNHARD / Plakat 1909 Druck: Hollerbaum & Schmidt, Berlin