

Bild 23 / OTTO BAUMBERGER / Plakat 1918

eine Menge Drucksachen von privater Seite verbreitet; wenn es bloße Werbedrucksachen wären, so könnte man ihnen das Zeichen des Meßamts vielleicht zubilligen. Allein es befinden sich unter ihnen Führer und ähnliche Veröffentlichungen, die hauptsächlich durch die Heranziehung zahlender Teilnehmer zustande kommen und denen das Zeichen des Meßamts ein bequemes, im Interesse der Messe aber durchaus unerwünschtes Mittel in die Hand gegeben hätte, sich einen offiziellen — man kommt um das Fremdwort nicht herum, da die Bezeichnung amtlich nicht vollkommen zutrifft — also einen offiziellen Charakter zu geben und zahlreiche Inserenten sowie Benutzer irrezuführen.

Die Wage von Bernhard tritt nun in diese Lücke bei der Werbearbeit für die Messe. Der Anfang ist damit gemacht worden, es in möglichst viele Anzeigen der auf der Messe ausstellenden Firmen hineinzubringen, wo es, ohne einen besonderen Platz zu beanspruchen

oder die Kosten zu erhöhen, die Anzeige heraushebt, als Blickfang dient und für Messeaussteller und Messe wirbt, der Vereinsnadel oder dem Vereinsabzeichen vergleichbar.

Ein Seitenstück für eine derartige Verwendung zweier verschiedener Zeichen findet sich anderswo kaum. Man könnte vielleicht den Fall heranziehen, der allerdings kein bildliches, sondern ein sprachliches Zeichen betrifft, daß die Maggi-Erzeugnisse neben ihrem Namen den Zusatz „mit dem Kreuzstern“ führen, aus der Benennung der Bildmarke also eine zweite Wortmarke machten. Ebenso hat sich die Sektellerei Kupferberg Gold ein Bildzeichen verschafft, das nach den Bedingungen des zu diesem Zwecke erlassenen Preisausschreibens ausdrücklich durch eine Wortmarke zu ergänzen war, so daß ihr Erzeugnis künftig unter einem Namen: „Kupferberg-Gold mit dem Sektmond“ vertrieben werden wird.

Auf die Zeichen der Leipziger Messe und des Meßamtes können allerdings diese Fälle kaum angewandt

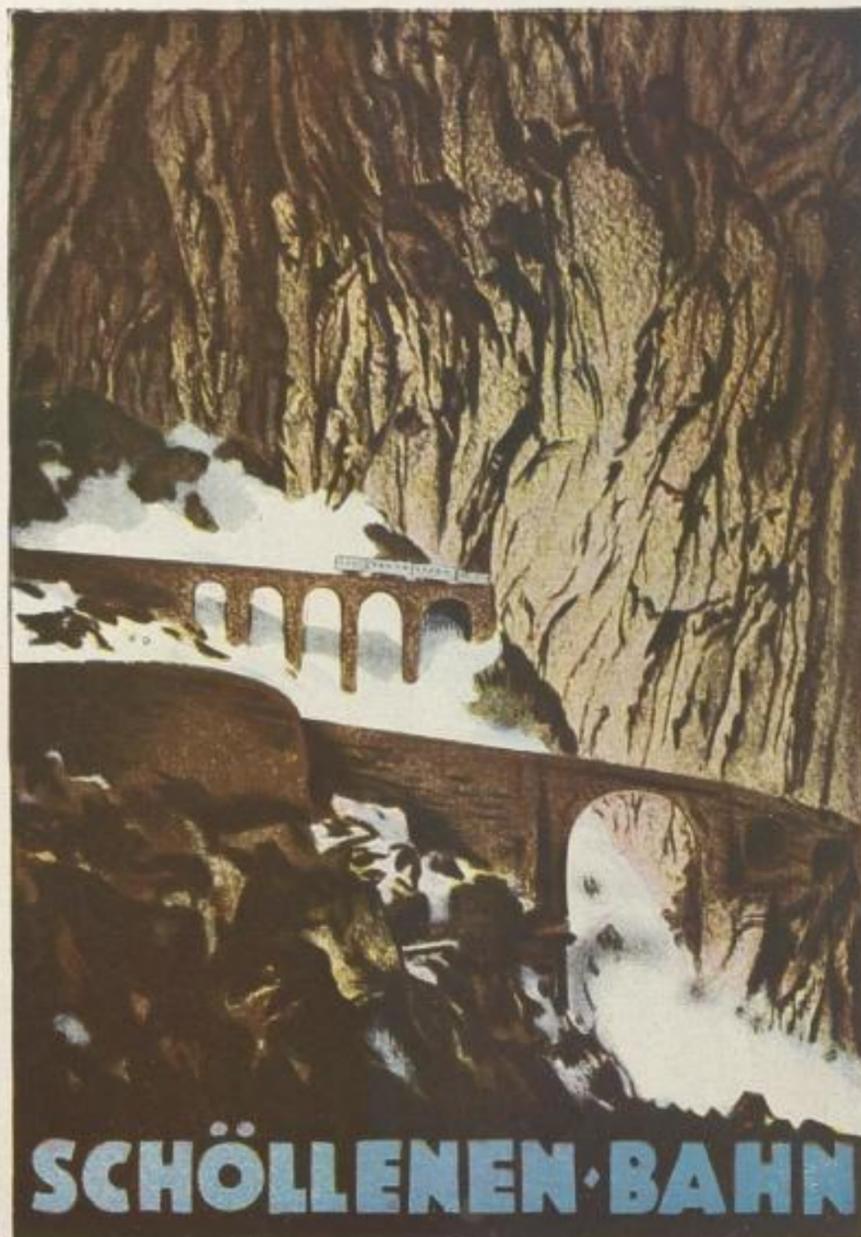


Bild 24 / OTTO BAUMBERGER / Plakat 1919