

zur Anbringung von riesenhaft vergrößerten Plakaten an Brandmauern geführt. Durch zahlreiche derartige Reklamen ist, wie in anderen Städten, auch hier das Stadtbild auf das bedauerlichste verunstaltet worden (Bild 3, 5 und 8). War es aber notwendig, daß überall und unter allen Umständen die Wirkung der an sich schon häßlichen Brandmauern durch Bemalung verschlechtert werden mußte? Warum sollte nicht mit den Mitteln der Farbe eine schmutzige, graue Wand oder gar ein



Bild 8 / Schlechte Giebelreklame an der Hamburger Stadtbahn

Leergiebel zu besserem Aussehen gelangen, in gewissen Fällen auch durch eine Reklamebemalung annehmbar gestaltet werden können? Sehr wohl, aber man kümmerte sich nicht darum, man überließ die Gestaltung dieser Flächen dem Zufall, wie er sich als ein Kompromiß aus den besonderen Interessen der Hauseigentümer, der Reklameverbraucher und der gewerblichen Unternehmer unter Ausschaltung jeglicher künstlerischen Behandlungsweise ergab, man führte diese Bemalung ohne jede



Bild 9 / Gute Giebelreklame an demselben Hause