



zählte, wies die Berliner Statistik nicht mehr als 800000 Einwohner aus. Viele erst später berühmt gewordene Berliner Geschäfts- oder Vergnügungsstraßen, wie die Leipziger oder die Friedrichstraße, waren vornehmlich noch Wohnstraßen mit vereinzelt Geschäften. Die ruhige, kleinbürgerliche Atmosphäre deutscher Städte war weitgehend erhalten geblieben. Die Menschen hatten noch Zeit, der Passant im Bummelschritt war eine typische Erscheinung. Eilig dahinrasende Verkehrsmittel oder hastende Menschen beunruhigten nicht das Bild städtischen Lebens. Das einzige öffentliche Berliner Verkehrsmittel war die schwerfällige und in ihrem Liniennetz nur wenig ausgedehnte Pferdebahn, die im Jahre 1871 nicht mehr als 150 Wagen zur Verfügung hatte. Für die Wohlhabenden standen zusätzlich noch etwa 3650 Pferdedroschken bereit. Jeder Interessierte konnte mit Ruhe und in aller Behaglichkeit zur Kenntnis nehmen, was ihm an Angeboten und Neuigkeiten zugeführt

werden sollte. Die Plakate mußten nicht schreien oder mit bunten Farben von ferne locken, um Aufmerksamkeit zu erregen. Sie hingen in uns heute langweilig erscheinender Eintönigkeit an den Säulen oder waren meistens als Innenplakate in Schaufenstern oder Gebäuden aufgehängt.

Der größte Teil der werktätigen Berliner Bevölkerung lebte in sehr ärmlichen Verhältnissen. Auch der Lebenszuschnitt der bessergestellten Kreise war noch recht bescheiden. Bedenkt man ferner, daß 1871 etwa 600000 Berliner in unzureichenden, teilweise sogar gesundheitsschädlichen Wohnungen hausen mußten, so ist es verständlich, daß eine intensive und versierte Reklame für Luxusartikel oder gehobene Konsumwaren nicht entstehen konnte.

Erst als nach dem Kriege 1870/71 und dem anfallenden «Milliardensegen» ein hektischer wirtschaftlicher Aufstieg in Verbindung mit dem voll entwickelten nationalen Markt einsetzte,