

## Kann man durch Reklame eine Stadt bauen?

Von Propagandachef M. Reichert

Die Patenstadt unseres Amerika-Zeppelins Los Angeles ist der Beweis hierfür. Von einer Einwohnerzahl mit nur 12 000 Seelen im Jahre 1880, wurde sie durch großzügige amerikanische Reklame binnen 40 Jahren zu einer Millionenstadt gewandelt. Ein Triumph der Reklame! Alle an der Entwicklung der damals kleinen Ansiedlung interessierten Unternehmungen, die Eisenbahn- und Schiffahrtsgesellschaft, die Geschäftswelt mit der Handelskammer an der Spitze und das zahllose Heer der Grundstückspekulanten haben nicht geruht, den Namen Los Angeles in aller Welt zu preisen, bis das Ziel erreicht war. Heute hat diese Metropole des Kalifornischen Handels nicht mehr nötig, durch Reklame zum Besuch einzuladen. Jeder, der Los Angeles betritt, sei es ein Dichter oder Kaufmann, ein Ingenieur oder Bummler, jeder ist entzückt von ihren landschaftlichen und geschäftlichen Reizen.

Dieses typische Beispiel für den Erfolg einer intensiven Städtebaureklame läßt sich auf Tausende neu erstandene Ansiedlungen im Westen und Süden Nordamerikas anwenden. Stets war es ein findiger Unternehmer oder eine der großen amerikanischen Eisenbahngesellschaften, welche den Auftakt zur Entfaltung einer werbenden Sprache, sei es in Wort oder Bild, gab. Dazu schlossen sich die Bodenbesitzer und die übrigen ansässigen Geschäftsleute. Mit echt amerikanischer Großzügigkeit und Beharrlichkeit wurde auf dem ganzen Kontinent für die neu sich bildende Stadt geworben, packende Plakate hingen in den großen Reisebureaus, fuhren in den Eisenbahnabteilungen durch das ganze Land und segelten in den Vergnügungssalons der luxuriösen Reisedampfer längs den amerikanischen Küsten. In zahllosen Prospekten wurden einflußreiche Persönlichkeiten von Industrie und Handel um Unterstützung der aufstrebenden Kleinstadt angegangen und haarklein die beispiellosen Vorzüge derselben vor anderen Städten erläutert. Die Zeitungen brachten unablässig Berichte und Schilderungen, die immer wieder auf die werdende Stadt hinwiesen. Films wurden gezeigt, die das rapide



Alleinige Annahmestelle  
für Plakatanschlag in:

**ESSEN an der Ruhr**  
**CASSEL**  
**MAINZ**  
**MÜNCHEN**  
**FRANKFURT a. Main**

\*

Überlassen ganzer,  
wetterfest bemalter  
Plakatsäulen und  
Giebelflächen

Erstellen von Monumental-Reklamen

\*

**Städte-Reklame**  
G. m. b. H.

Zentrale: Frankfurt a. M., Börsenplatz 9-11

Cassel: Grünerweg 17. Essen-Ruhr

Mainz: Breidenbacherstraße 21

München: Blumenstraße 11