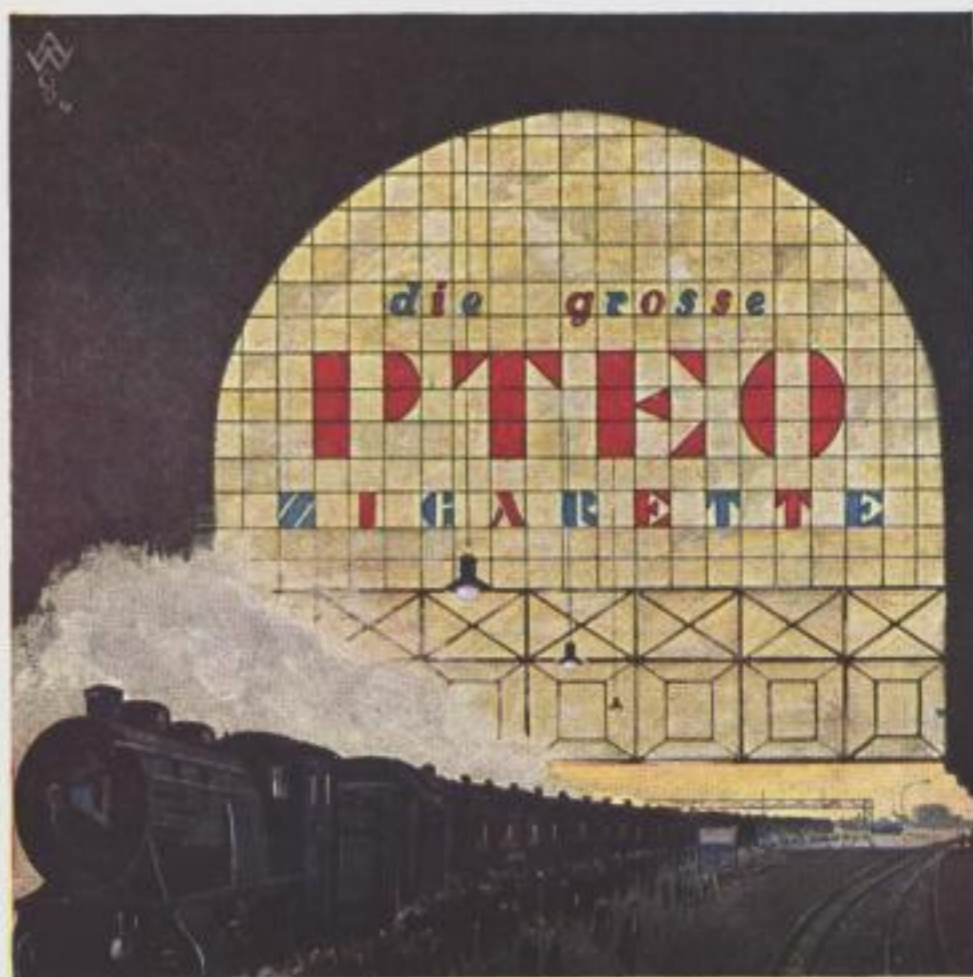


EISENBAHN-REKLAME

Im Leben des modernen Menschen, auch des Kaufmannes, ist vieles auf Sensation gestellt. Was Wunder also, wenn die Reklame, deren Ziel es ist, aufzufallen, es auch ist. Sie muß sensationell sein, um nicht zu verpuffen. Dabei sucht sie nach immer neuen Wirkungsmöglichkeiten, und je mehr Menschen sie erfassen kann, um so besser für sie. Denn Reklame, die nicht gesehen wird, hat ihren Zweck verfehlt. Eine der besten Massenwerbungsmöglichkeiten bietet neben der Straße die Eisenbahn. Hunderttausende von Menschen kommen täglich mit ihr in Berührung. Keiner kann ihr entgehen. Man ist gezwungen, sie zu betrachten, noch mehr, man hat Freude am Betrachten. Denn was dem gehetzten Menschen des alltäglichen Lebens größtenteils immer fehlt, nämlich die Zeit, das hat der Reisende. Er ist ja an seinen augenblicklichen Aufenthaltsort gebunden. Die Langeweile plagt ihn. Er läßt seine Augen schweifen, sie bleiben an einem Reklameschild hängen. Er studiert es. Einmal, ein zweites Mal, öfter. Anders der Fahrgast der Stadtbahn, auf den nur ein schmissiges Plakat wirken kann, den eine neue Zigarettenmarke, eine besondere Schokoladenpackung zum



Zwei wirkungsvolle Glasfensterreklamen auf dem Berliner Stadtbahnhof Friedrichstraße

schnellen Kauf anregt. Jedenfalls interessiert er sich nur für Gegenstände des täglichen Lebens, die er im Augenblick brauchen könnte. Sicherlich reizt ihn auf der Heimreise auch das Plakat, das einen Theaterabend ankündigt und dergleichen mehr. Die Fernbahn hat die Möglichkeit, auch durch ihre Zeitungen zu wirken, die man unwillkürlich beachtet. Dies und einige andere sind die alten Mittel der Eisenbahn, die man genugsam kennt und für seine Zwecke heranzieht.

Neuerdings hat man sich eine neue, sehr originelle, sehr wirksame und geschmackvolle Reklame dienstbar gemacht. An den großen Fernbahnhöfen, deren Hallen zahllose kleine Glasfenster haben, schlug der Maler sein Gerüst auf, pinselte in moderner Ornamentmanier eine Reihe bunter Bilder. Rauchende Türken als Zigarettenreklame und ähnliches mehr. Da diese Bilder in das eintönige Grau einer Bahnhofshalle eine farbenfreudige Note bringen, fesseln sie alle Blicke und jeder betrachtet sie gern. Sicherlich also eine sehr wirksame Reklame und dabei so gut aussehend, daß sie sich zweifellos reichlich rentiert und empfiehlt. Zahllos sind die Möglichkeiten dieser Kunst. In der Weise, wie sich das Fenster dekorativ reizvoll der Gesamtarchitektur einfügt, unterstreicht es den Werbewert, der von ihm erwartet werden kann. Unsern grauen Bahnhöfen ist die freudige Farbe bitter Not.

M-n.

