

Ein neues Gebiet mit alten Fehlern

Von A. Halbert-Hamburg

Als der Radiosimmel uns überfiel, haben auch die Reklamefachleute aufgehört. Sie haben überhaupt gute Ohren, die Reklamefachleute, wenn es sich darum handelt, ihr Arbeitsgebiet zu erweitern. Sie sind doch Psychologen. Sie sagten sich: Das gedruckte, geschriebene, getippte Wort ist tot, muß erst durch den Geist, durch die Geste, durch die Zeichnung lebendig gemacht werden. Hier aber, bei der Radioreklame, muß doch das gesprochene Wort unmittelbar suggestiv wirken.

Allerdings — Voraussetzung dafür ist, daß der Hörer auch „an der Strippe“ hängt und nicht etwa sobald das Musikstück verstummt und die Reklame anfängt, die drückenden Hörer vom Kopfe nimmt und einfach nicht mitmacht. Einen schwatzenden Reisenden kann man hinauswerfen, wenn er zwar einen guten Anfang aber kein Ende findet. Aber man ist doch immerhin ein höflicher Europäer und tut nicht so, wie man gern möchte. Im Radio verletzt man niemand, hat keinen Widerspruch, kann also machen, was man will.

Das war der erste Haken. Der zweite kam gleich hinterdrein: Radio ist immer noch eine amtliche Sache, von der Postbehörde abhängig. Radio ist auch eine künstlerische Sache, hat Volks-erziehungsabsichten in Bezug auf Kunst, Musik und Literatur. Ein Kopfwasser anzukündigen zwischen einem Beethovenschen Lied und einer Mozartsonate, also alle zwanghafte Überraschung wäre vom Reklamestandpunkt sehr hoffnungsreich und löblich. Aber dann würde es anderen Tags heißen (meint die amtliche ästhetische Postbehörde): Radio treiben, entehre die Kunst. Die zwei-Mark-Abonnenten würden entrüstet, würden wüten und vielleicht sogar streiken.

Also kam man auf die glückliche Idee, die Reklame zu kasernieren. In Hamburg z. B. nannte man die Reklamestunde „Werbefunk“. Von 5.05 ab herrscht die Reklame, mit dem Erfolg, daß der Haken Nr. 1 um so tiefer wirkt. Kein Mensch oder sagen wir, nur wenige naive Menschen hörten zu. Dabei ist das Wort „Werbefunk“ sehr geschickt gewählt. Man kann sich allerhand dabei denken. Zwischen der Ankündigung eines Abfuhrmittels und einem deftigen Likör wurde sogar tapfer musiziert. Aber die Radioinserenten merkten keinen Erfolg und wurden verstimmt. Trotzdem waren auch die Radiohörer nicht in

WAS IST LAU
LAUF-LIC
LICHT-
REKLAME???

DIE
LICHT-REKLAME

DIE IHREN ZWECK ERFÜLLT !!!



Bau moderner Lichtanlagen -

LAUF-LICHT-
REKLAME GMBH
HAMBURG 1
JOHANNISWALL 22

Betrieb eigener Anlagen

ROTH