

gebildet werden, daß die Anzeige in ihrer Gesamtheit den höchsten Wirkungsgrad erreicht.

Markenartikelanzeigen werden schon seit Jahren trainiert. Wann werden aber auch bei dem Entwurf von Industrieanzeigen Trainer, Werbeingenieure zugelassen, um endlich die verlorenen Runden aufholen zu können?

b) Die typische, noch allgemein übliche deutsche Industrieanzeige veralteten Stils

Mit dem Tage, an dem James Watt zu Ende des achtzehnten Jahrhunderts seine doppelwirkende, und damit die erste brauchbare Dampfmaschine in Betrieb setzte, begann die Industrialisierung des Handwerks. Werkstätten verwandelten sich allmählich in Fabriken. Die Handarbeit wurde mehr und mehr durch Maschinenarbeit ersetzt.

Für die englischen Maschinenfabriken begann eine Zeit der Hochkonjunktur. Jahrelang belieferten sie den Kontinent mit Dampfmaschinen und Dampfkesseln. Sie brauchten keine Reklame zu machen. Die Maschinen wurden ihnen sozusagen aus den Fabrikräumen geholt. Man konnte oft kaum liefern, was bestellt wurde.

Doch bald wurde das anders. Mit den englischen Maschinen blieben oft die englischen Ingenieure und Arbeiter, die die Maschinen in Deutschland montierten, in unserem Lande. Auch hatten deutsche Techniker und Schlosser in England gelernt, Maschinen zu bauen. Es entstanden in Deutschland die ersten Maschinenfabriken, und hiermit die Länderkonkurrenz England—Deutschland. Um dieselbe Zeit, in welcher der zu Anfang erwähnte Geschäftsroman von Balzac spielte, wurden die ersten deutschen Dampfmaschinen in Gang gebracht.

Mit der Eröffnung der ersten Eisenbahnen begann nach 1835 das industrielle Zeitalter. Wie Pilze aus der Erde schossen neue Maschinenfabriken empor. Namen wie Krupp, Borsig, Schichau fingen an, weltbekannt zu werden. Die Firmenkonzurrenz machte sich schon bemerkbar.

Es kam die Zeit der Gründerjahre nach 1871, in der viele Unternehmungen ebenso schnell verschwanden, wie sie gegründet worden waren. Nach einer Zeit der Hochkonjunktur entstand eine Absatzkrise. Technische Erzeugnisse, einst so begehrt, verkauften sich nicht mehr „von selbst“. In einer Werksgeschichte „Ein Jahrhundert deutscher Maschinenbau“*) heißt es über die damalige Zeit an einer Stelle:

Von der Wiener Börse ausgehend, pflanzt sich die schwere Krise bis 1880 allmählich über die ganze Welt fort und dehnt sich über alle Industriezweige aus. Es begann ein mit allen Mitteln geführter Kampf um den Absatz . . .

Und . . . um diese Zeit, um das Jahr 1880, traten die ersten Ankündigungen und Anzeigen auf den Plan (Abb. 4), womit die Notwendigkeit, bei Absatzstockungen und erschwerter Geschäftstätigkeit Anzeigen erscheinen zu lassen, schon dokumentiert wird. **Abb. 4
Seite 7**

Bisher war man ohne Reklame ausgekommen. Die Nachfrage war größer als das Angebot gewesen. Nun war auf einmal der umgekehrte Fall eingetreten:

*) Von Conrad Matschoss. Verlag Julius Springer, Berlin 1919.