

04
RF
S3

Der Kohlenreisende war gefürchtet. Am Eingang eines großen Hüttenwerkes war zu lesen: Hausierern und Kohlenreisenden ist der Eintritt verboten. Die Aufträge von den Eisenbahnen und vom Staat hörten fast ganz auf. Der Traum, mit wenig Arbeit wirtschaftlich dauernde große Erfolge zu erzielen, verflog wie eine Seifenblase.

Man mußte um jeden Auftrag kämpfen. Die erfolgreichsten Firmen bedienten sich dabei der Anzeige.

Bis in unsere Tage hat sich der Wirtschafts- und Konkurrenzkampf natürlich weiter entwickelt. Leider haben aber die Kampfmittel, die technischen Anzeigen, mit dieser Entwicklung nicht gleichen Schritt gehalten. Im Grunde genommen sind sie dieselben geblieben wie vor fünfzig Jahren. Unterschiede sind natürlich da, bestehen aber meist nur in der Satz-, Druck- und Bildtechnik. Es sind druck-, aber keine werbetech-nischen Dinge, die sich mit den Jahren automatisch fortentwickelt und verbessert haben. Der allgemeine Aufbau, die Konstruktion der Anzeige ist im großen und ganzen dieselbe geblieben.

Eine Lokomotive läuft heute noch mit ihren Rädern auf Schienen, wird genau so mit Kohlen geheizt wie vor hundert Jahren die alte Stephensonsche „Rakete“, die erste brauchbare Dampflokomotive. Eine Lokomotive wird auch immer eine Lokomotive bleiben, wie eine Anzeige eine Anzeige bleibt. Und doch, welcher himmelweite Unter-schied zwischen der „Rakete“ und einer modernen Schnellzuglokomotive! Nicht nur die Schnelligkeit, der Gesamtwirkungsgrad haben sich bedeutend erhöht, sondern im Vergleich zur gesteigerten Leistung sind Eigengewicht, Kohlen- und Wasserverbrauch geringer geworden, was nur der **grundsätzlichen** Verbesserung der Konstruktio-n zu verdanken ist.

Wie steht es aber damit bei der technischen Anzeige? Das Äußere hat sich etwas geändert, die Verkleidung, der Lackanstrich. Aber wie verhält es sich mit dem Gesamtaufbau? **Ist die Schlagzeile so wirksam geworden wie bei der Loko-motive das Kurbelstangengetriebe? Wird auf richtige Satz- und Bildanordnung ge-sehen, damit eine Anzeige bei der Fahrt durch den Gedankenkreis der Leser den geringsten Widerstand findet? Das System der Siederohre einer modernen Schnell-zuglokomotive wurde so vervollkommnet und systematisch angeordnet, daß auch der letzte Wassertropfen, das letzte Kohlenstückchen sich fast restlos in Antriebskraft umsetzt. Geschah dies auch mit dem Textsystem der technischen Anzeige? Wird bei allen technischen Anzeigen der Text sorgfältig geschrieben, systematisch angeordnet, verbessert und gefeilt, daß sich auch der letzte Pfennig, der für eine Anzeige aus-gegeben wird, restlos in Werbe- und Verkaufskraft umsetzt?**

Bei der Lokomotive erhöhte man die Leistung dadurch, daß man Überhitzer ein-baute. Aus der veralteten Zwillingsmaschine entstand die wirksamere Heiß-dampflokomotive. Warum ging man aber noch nicht allgemein von der Reprä-sentationsanzeige (veraltete Zwillingsmaschine) zur Verkaufsanzeige (moderne Heißdampfmaschine) über?

Sehen wir uns unter den heutigen Anzeigen einige veraltete „Zwillingslokomotiven“ an, die wohl beschränkten Ansprüchen genügen mögen und daher höchstens noch für den „Rangierdienst“ geeignet sind. Abb. 5 gibt eine Anzeige über verschiedene Arten

Abb. 5-7
Seite 7