

malerweise nur zu einem vielfach höheren Preise in ganz erstklassigen Restaurants erhält. Allein, da für Einnahme der Mahlzeiten nur je 20 Minuten zur Verfügung stehen, und somit auch ein Preisträger in einem Geschwindigkeitessen nur einen Teil der servierten Delikatessen und Leckereien bewältigen könnte, so deckt der geforderte Preis wahrscheinlich die Selbstkosten, und die Gesellschaft fährt wahrscheinlich billiger als mit Speisewagenbetrieb, ganz abgesehen davon, daß sie eine gewaltige Reklame umsonst hat; denn die betreffende Bahnlinie ist wegen dieser Mahlzeit in den ganzen Staaten berühmt geworden, und es gibt eine Menge Leute, die sie derentwegen bevorzugen.

Diese Reklame der Bahnlinie steht jener all der jungen Städte und Gemeinwesen nicht nach, die steuerkräftige Einwohner und Siedler benötigen. Das eindrucksvollste Beispiel für eine Stadt, die sich nicht zum wenigsten mittels ihrer geschickten Reklame zu der heutigen Größe entwickelte, ist Los Angeles. Gewiß, man fand in und um Los Angeles Öl, aber das hat man auch in anderen Gegenden der Union gefunden, ohne daß sie deshalb die gleiche Entwicklung nahmen. Ebenso sollte man annehmen, daß die Industrialisierung von Los Angeles ihrem Charakter als Rentnerstadt Abbruch tun würde. Allein das Gegenteil trat ein. Gewiß: Los Angeles hat einen sehr milden Winter oder vielmehr überhaupt keinen. Aber dafür ist es im Sommer ordentlich heiß, jedoch es ist einem nicht gestattet, die Hitze zu empfinden, geschweige denn darüber zu klagen. Sie wird ganz einfach weggelassen. Los Angeles ist auch keineswegs derart von der Natur begünstigt, wie die Prospekte verkünden. Es liegt weder direkt am Meer, noch direkt im Gebirge. Aber irgendwie ist man doch so stark beeinflusst, daß die Suggestion noch nachwirkt. Vielleicht ist der lebenswürdige Empfang mit daran schuld, den die Stadt jedem neuen Ankömmling erweist. Unterstützt wird sie dabei von den zahlreichen Landagenten, die jeden Fremden nicht nur umsonst in ihren Automobilen durch Stadt und Umgebung fahren, sondern überdies auch noch kostenlos bewirten. Es ist das Muster einer ganz großzügigen, ohne Rücksicht auf Kosten arbeitenden Reklame, die erst einmal die günstige Atmosphäre schafft, welche die Voraussetzung für den Erfolg der Spezialbearbeitung der Interessenten ist. Wie stark die Suggestionskraft dieser Reklame ist, erlebte ich an mir selber. Es fehlte nicht viel, so hätte ich mir in Los Angeles gleichfalls Grund und Boden gekauft.

Als Beispiel für amerikanische Industriepropaganda soll — wie bereits erwähnt — die kalifornische Rosinenindustrie dienen. Als die Prohibition,