

RHEIN-RUHR-REKLAME

THE RHINE AND THE RUHR IN ADVERTISING ART

DR. F. RUDOLF UEBE

ICH möchte ganz persönlich beginnen: 1907 fing ich meine Plakatsammlung an, 1910 wurde ich „Plakatfreund“. Als ich 1914 nach Berlin übersiedelte, wurde meine Fühlung mit dem Plakat natürlich immer enger – entsprechend vermehrte sich auch meine Sammlung: 1919 waren es fast anderthalbtausend Blätter. 1920 kam ich dann nach dem Westen Deutschlands. Daß das Sammeln außerhalb Berlins weniger erfolgreich sein würde, war mir ja von vornherein klar; daß es in Zeiten wirtschaftlicher Not, nach einem Kriege, in der Periode der Inflation weniger Plakate geben würde, ja auch. Aberdennoch blieb es auffallend, wie sehr man selbst in den dichtbevölkerten Gebieten und Großstädten des Rhein-Ruhr-Gebietes „außerhalb“ der Reklame lebte.

Ist das zunächst eine negative Seite hinsichtlich der Auswirkung der Rhein-Ruhr-Reklame, so lernte der Fremdling hier im Gebiete der Schwerindustrie aber auch eine Sonderart der Reklame genauer kennen, von der zwar schon Sonderhefte des „Plakats“ einen Überblick gegeben hatten, deren Ausdehnung und Bedeutung jedoch aus jenen Proben nicht zu ermessen waren. Hier im Westen Deutschlands selbst ergab sich erst ein Begriff von der Ausdehnung der Reklame für die Groß- und Schwerindustrie.

Diese Schwerindustrie des Rhein-Ruhr-Gebietes hat für ihre Werbung ganz eigene Formen entwickelt, von denen außerhalb dieser Industrie kaum ein Mensch weiß. Alle die vielen Werbeblätter und Prospekte, die als Beilagen der Fachzeitschriften an die Interessenten herangetragen werden, sind für den Nichtfachmann ein völlig unbekanntes Gebiet, aber ein Gebiet, das einstweilen noch die hauptsächliche Beschäftigung der hier ansässigen Gebrauchsgraphiker abgeben muß — entsprechend den aufgewendeten Mitteln der Reklamebesteller.

I should like to begin on quite a personal note: I began to collect posters in 1907, in 1910 I became a member of the "Plakatfreunde"—or Society of Poster-Lovers. In 1914, after I had removed to Berlin, my contact with the world of poster-art naturally became more intimate, and my collection increased in accordance with this. In 1919 it numbered almost fifteen hundred specimens. In 1920 I left for the west of Germany. I was, of course, aware beforehand that collecting outside of Berlin would be attended with less success, and that there would be fewer posters after a period of economic distress, after a war and years of inflation. And yet it was surprising to find how little contact one had with the world of poster-art even in the densely-populated districts and large cities of the Rhine and the Ruhr.

Although this may at first seem like a negative judgment upon the effect of Rhine-Ruhr commercial propaganda, it must be said that the stranger nevertheless soon becomes acquainted with special kinds of advertisement in this domain of the iron industries. This particular kind of reclame has already been presented in certain special numbers of "Das Plakat", even though these specimens do not by any means exhaust its extent nor its significance. It was only here—in the western part of Germany—that one obtained some idea of what advertisement meant to the iron industry and other great enterprises. The "heavy industry" of the Rhine-Ruhr territory has developed its own individual forms for its propaganda, and there are few outside this industry who have any knowledge of this. All the prospectuses and circulars which are directed at the prospective customer and which are usually distributed as supplement leaflets in the pages of the trade papers, are totally unknown territory to the non-professional mind. But this territory is one which must for the present fur-