

vorzugsweise eines der Momente in den Vordergrund, und zwar das der Zeit.

Von dem Wagenpark des Gesamtnetzes sind durchschnittlich 562 Wagen im täglichen Betrieb. Sie sind bequem und sauber und bieten durchschnittlich 25 % mehr Raum für die Fahrgäste als z. B. bei den Untergrundbahnen in New York, Philadelphia oder Boston. Es werden täglich etwa 97 200 Wagenkilometer zurückgelegt, eine Strecke, die das folgende Diagramm am besten veranschaulichen kann.

into the consciousness of the passenger — plays an important part.

Of the total number of cars an average of 562 is in daily circulation. The cars are very comfortable and clean and offer about 25 % more space per capita than the subway cars in New York, Philadelphia or Boston. The daily car mileage is 62 500, a distance indicated by the diagram: about 2½ times the circumference of the earth.



Auch ist das Verhältnis zwischen Sitz- und Stehplätzen günstiger als in den Ver. Staaten.

	Berlin H.- und New-York	New-York	Boston	Chicago	Philadelphia
U. Bahn		Interborough	B. M. T.		
Sitzplätze					
p. Wagen:	35	46	90	44	48
Stehplätze					
p. Wagen:	52	116	170	136	55
					146

Jeder Zug hat Abteile 2. und 3. Klasse, darunter je 1 Raucherabteil.

Verkehrsstärke: In jedem Wagen werden durchschnittlich 340 000 Pers. jährlich befördert.

Zeit: Durchschnittlich fährt jeder Reisende über 7,2 Stationen; das entspricht einer Zeitdauer von 15½ Minuten. Dieses Zeitmoment ist das Wesentlichste für die Wagenreklame, denn ihrer Wirkung können sich auch die Fahrgäste nicht entziehen, die sich während der Fahrt mit Lesen beschäftigen. Was in den vorhergehenden Absätzen über die *Wiederholung* gesagt worden ist, gilt in verstärktem Maße auch hier und bedarf keiner weiteren Erwähnung.

Die wichtigsten Reklameflächen in den Wagen sind die Fensterscheiben, die, gerade im Sehfelde des Fahrgastes liegend, beständig auf ihn wirken. Damit die Plakatierung der Scheibe den Ausblick nicht hindert, wird nur ein Teil von ihnen belegt, und zwar haben sich Abziehbilder besonders gut hierfür bewährt. Am wir-

The proportion of seats to standing room, too, is better in the Berlin Subway cars than in those running in the U. S. A.

Every train has 2nd and 3rd class compartments with one smoker for each class.

Mass:

In round figures, 340 000 Persons are transported in each car yearly.

Time:

The average length of a journey is over 7,2 stations, requiring 15½ minutes of travel. This time element is very important, *for during that period no passengers, not even those who read their papers, can quite escape seeing the advertising* and through that, its subtle effects.

What has been said in a previous paragraph about

Repetition is valid in even a stronger measure for advertising in the cars and does not, therefore, need to be dealt with again.

The most important spaces in the cars are the windows lying comfortably in the field of vision of the passengers, both seated and standing.

Only a portion of a window is permitted to be covered by transparent advertising. Experience has shown that white lettering with a black edge is the most effective. That type is