

DIE ENGLISCHE EISENBAHN-REKLAME

(Nach einem Bericht von F. A. Marteau)

KEIN Zweig des öffentlichen Lebens in England hat einen so starken und fördernden Einfluß auf die englische Werbegraphik und insbesondere auf die englische Plakatkunst gehabt, wie die Reklame der englischen Verkehrsinstitutionen, an ihrer Spitze die englische Eisenbahn. Um diesen Einfluß zu erklären, muß vorausgeschickt werden, daß das gesamte Eisenbahnnetz in Großbritannien in den Händen einzelner privater Gesellschaften liegt, die — genau wie jedes andere kommerzielle Unternehmen — die Reklame als notwendiges Werkzeug zur Steigerung ihres Umsatzes benutzen.

Eine Neuordnung zahlreicher Eisenbahnunternehmungen führte im Jahre 1923 zur Zusammenfassung in vier Gesellschaften und zwar der »London and North Eastern Railway«, der »London Midland and Scottish Railway«, der »Great Western Railway« und der »Southern Railway«. Aus dem Zusammenschluß ergab sich dann auch eine Neuordnung der Reklame-Maßnahmen dieser Gesellschaften, und es kann heute gesagt werden, daß — nach einigen tastenden Versuchen — die englischen Eisenbahnen schon in den Jahren 1925 und 1926 ihren absolut charakteristischen und zielbewußten Werbestil gefunden hatten.

Die Motivierung aller Eisenbahn-Reklame läßt sich zusammenfassen in den Worten, die die London and North Eastern Railway auf die Titelseite eines ihrer Bild-Prospekte gesetzt hat: »Wir verkaufen« jährlich an 390 Millionen Menschen ihren »Transport«, und es ist unser Ziel, unsere Verkaufsziffern zu steigern.« Das Publikum, dem als Transportmittel neben der Eisenbahn das Auto, das Motorrad, der Wagen usw. zur Verfügung stehen, hat das Recht zu wählen, wie beim Kauf jeder anderen Ware. Zweck der Eisenbahnreklame ist es, das Publikum so zu beeinflussen, daß es sich für die Eisenbahn entscheidet. Und wie jedes andere geschäftliche Unternehmen, so bedient sich auch die englische Eisenbahn aller der Werbemittel, die heute zur Durchführung einer einwandfreien Propaganda zur Verfügung stehen.

Wir nennen zuerst die Zeitungsreklame, das Inserat, als Wegbereiterin aller Werbung im modernen Leben: Es bringt eindringliche, fesselnde Texte,

geschickte, stets wiederkehrende Schlagworte — oft rein sachlich, dann und wann aber auch humoristisch gehalten, stets aber wird es unterstützt von einer künstlerisch reizvollen Illustration, die dafür sorgt, daß der Leser die »Botschaft« aufnimmt.

In weitem Maße bedienen sich die vier Gesellschaften auch der direkten Reklame: die mannigfaltigsten Drucksachen, Faltkarten, Prospekte, Werbeschriften werden kostenlos verschickt. Jedes dieser kleinen Hefte ist textlich und bildlich sorgfältig durchgearbeitet, jedes zeigt eine neue Gegend, jedes weckt beim Empfänger eine Vorstellung, ein Verlangen, stellt ein Ziel vors Auge. Eine Gesellschaft, die »Great Western Company«, verschickt ihre Prospekte nur auf direkte Anfrage und gegen eine, wenn auch geringe Bezahlung, nachdem sie in der Presse die notwendige Vorpropaganda betrieben hat. Es sind dies ganze Bücher voll literarisch und künstlerisch wertvollem Inhalt, und es ist interessant festzustellen, daß im letzten Jahre hunderttausende solcher Bücher zum Verkauf gekommen sind.

Auch das Lichtbild und der Werbefilm spielen eine wichtige Rolle in der Eisenbahn-Propaganda Englands. Schulen, Klubs und Verbänden werden fertig zusammengestellte Lichtbildvorträge und Werbefilms kostenlos zur Verfügung gestellt. Freilich ist die Nachfrage nach Films nicht besonders groß, denn in den meisten Fällen ist die dazu gehörige Apparatur zu teuer. Stets aber laufen eine Reihe dieser Films in den Kinos und sehr oft auch auf einigen Passagierdampfern der Amerika-Linien.

Und nun zum stärksten Werbemittel der englischen Eisenbahnen, zum *Plakat*:

Nimmt das Plakat schon in der Werbung für jeden anderen Gegenstand einen hervorragenden Platz ein, wie selbstverständlich ist es dann, daß es in der Propaganda für ein Verkehrsmittel an erster Stelle zu stehen hat, denn im Plakat liegt die Möglichkeit, dem Käufer das vor Augen zu führen — und es so verführerisch wie nur irgend möglich vor Augen zu führen — was ihn als Resultat seines Kaufes (des Eisenbahnbillets) erwartet: Ein frohes, sonniges, ruhevolles Leben in einer Atmosphäre von Licht und Wärme. Dies alles auszu-