

Selten nur bedient sich die Caritas in Belgien hierzu der *Anzeige*, obwohl der Belgier (im Gegensatz zu anderen romanischen Völkern) ein reger Zeitungsleser ist, und obwohl ihm sein nördlicher Nachbar Holland mit dem täglichen »Gezondheidsraad« in den Spalten der großstädtischen Blätter einen interessanten Weg gewiesen hat, soziale und hygienische Winke zu verbreiten.

Eine der wenigen belgischen sozialen Anzeigen bestand einzig aus folgender Zeichnung: Einer leeren Wiege, über die sich, fassungslos in ihrem Schmerze, die Mutter geworfen hat. Und dazu nichts als die Worte: »Si j'avais su . . .« (Wenn ich nur gewußt hätte . . .) Sie war von starker Wirkung.

Ebenso selten ist die *Flugschrift*. Letzthin hat die »Union Routière Belge«, eine Art Interessenverband der Fahrdammbenutzer, sämtlichen Schulkindern Belgiens einen Leitfaden für die Fahrdammüberquerung aushändigen lassen. — Es war ein auf allerschlechtem Papier nachlässig gedruckter, erbärmlich illustrierter Wisch, dessen Wirkung absolut Null war und sein mußte.

Für einzelne Veranstaltungen sichern sich Hilfswerke gern die *Mitarbeit großer Zeitungen oder großer Warenhäuser* (böse Zungen behaupten, es sei umgekehrt!) Solch' Wohltätigkeitsfest, solche Kollekte oder Lotterie hat, wird die Veranstaltung von »Le Soir«, dem »Bon Marché« oder der »Innovation« patroniert, jedesmal gewaltigen Erfolg, sowohl was die Propagierung der charitativen Idee anbelangt, als auch das geldliche Ergebnis.

Hauptwerbemittel und Hauptkampfmittel aber ist doch das Plakat.

*

Die hier wiedergegebene Sammlung sozialer Plakate Belgiens umfaßt sowohl rein werbende wie rein kämpfende; die meisten Plakate jedoch richten sich zugleich an Gönner und an Günstlinge.

Rein werbend ist beispielsweise das Plakat der »Tombola des 72.000«, mit dem die Kriegsschädigten an die Volksgemeinschaft appellieren. Es richtet sich nur an die Helfer.

Ein reines Kampfplakat dagegen ist der Appell »Aux Mères«, (den Müttern) der Zentralstelle für Kinderwohlfahrt, mit seinen Ratschlägen oder das »Manifest der Säuglinge« der gleichen Stelle.

Unter den belgischen Plakaten finden wir immer wieder Namen wie Massonet, Toussaint, Buisseret und andere. Diese sind in der Tat die führenden Plakatkünstler.

Charity in Belgium seldom makes use of the advertisement for this purpose, despite the fact that their northern neighbour, Holland, has shown them an interesting way of spreading social and hygienic hints in the columns of the metropolitan papers, by the daily "Gezondheidsraad". Yet the Belgian, unlike other Romance nations, reads his newspaper regularly. One of the few Belgian social advertisements consisted solely of the following drawing: an empty cradle, and lying across it the mother in her irrepressible grief. Besides this design the simple words: "Si j'avais su . . ." (Had I only known . . .) It produced a lasting effect.

The pamphlet is just as seldomly used. Lately the "Union Routière Belge", a kind of society for the protection of the pedestrian's interests, distributed to all the school-children in Belgium a table of advice of how to cross the street. It was a carelessly printed circular on the very worst kind of paper, poorly illustrated, and the effect was absolutely nil.

For some campaigns the social organisations win the coöperation of the big newspapers or large department stores (evil tongues say the relation is inverted!). Whatever welfare festival, funds, or lotteries, as are sponsored by "Le Soir", the "Bon Marché", or the "Innovation", have an enormous success, both as regards the promotion of their own particular charitable purpose and also in the financial result.

The chief means of propaganda, the most important campaign measure is the poster.

*

The collection of Belgian social posters reprinted in this number include those of a pure propaganda nature and others that are simply meant for the campaign. The majority of the posters, however, are intended for both the benefactor and the beneficiary. An example of the propaganda poster is that of the "Tombola of the 72000", by which the wounded war-veterans appeal to the people. These are simple addressed to the contributor.

A poster for campaign purposes only, on the other hand, is the challenge "Aux Mères" (To the Mothers), distributed by the Central Bureau for Child Welfare, or the "Sucklings' Manifesto" of the same office.

Among the Belgian posters we always find the names of Massonet, Toussaint, Buisseret, and others. And these are, in fact, the leading poster designers.