



Anschlagsäulen in neuer Form / New Models of Bild Boards

viel zu wünschen übrig lassen. Dazu kommt, daß diese meist älteren Anschlagsäulen oft einen derartig geringen Durchmesser haben, daß Plakate größeren Formats beinahe gar nicht mehr mit einem einzigen Blick erfaßt werden können.

Es ist für ein Land wie Deutschland ein wenig beschämend, daß die kleine Schweiz schon vor etwa zwanzig Jahren eine Reform ihres Anschlagwesens durchgeführt hat, an der wir uns heute noch ein Beispiel nehmen können. Ein solch einheitliches, geschmacklich und werbetechnisch erfreuliches Bild war auch in der Schweiz erst dann zu schaffen, als das gesamte Anschlagwesen des Landes einer einzigen Gesellschaft übertragen wurde. Es liegt ja auf der Hand, daß der Pächter des Anschlagwesens einer einzigen Stadt beim besten Willen nicht in der Lage sein kann, eine groß angelegte Reform in Szene zu setzen, zumal einheitliche Formate, wie etwa in der Schweiz, naturgemäß nur auf ganz breiter Basis eingeführt werden können, da der Industrie wenig damit gedient wäre, wenn etwa nur auf einem einzigen Platz Normalformate angewendet werden.

So konnten bei uns in Deutschland auch erst dann ähnlich erfreuliche Bestrebungen ermöglicht werden, als eine Anzahl namhafter Städte die Be-

arbeitung ihres Anschlagwesens dem Städte-Reklame-Konzern übertragen hatten. Nur auf diesem Wege können die wirtschaftlichen und ideellen Kräfte ausgelöst werden, die zu einer großzügigen Reform erforderlich sind.

Neben einer gesunden Preispolitik konnte in erster Linie die Aufstellung werbetechnisch gut gelegener Anschlagstellen in verständnisvoller Zusammenarbeit mit den jeweiligen städtischen Behörden mit Nachdruck betrieben werden. Der nächste Schritt war die Einführung der (Din) Normalformate in den Konzernstädten Frankfurt a. M., Essen, Braunschweig, München-Gladbach, Kassel, Krefeld, Mainz, München, Zwickau, ein Schritt, der bei der Anzahl und der Bedeutung der erwähnten Plätze zweifellos zur allgemeinen Einführung der Normalformate und damit zur besseren Ausnutzung und zum besseren Aussehen der Anschlagflächen wesentlich beigetragen hat.

Immerhin wird es aber noch ein weiter Weg sein, bis wir allgemein solch ästhetisch und werbetechnisch hochwertige Anschlagflächen sehen werden, wie sie bestehende Bilder aus der Schweiz zeigen. Aber der Anfang muß gemacht werden, und er wird die Reklameverbraucher sicher sehr bald auf den Geschmack bringen.