

der Bequemlichkeit und Behaglichkeit. Deshalb sehen wir diese auf den Plakaten »An Bord eines Lloyd-Dampfers« und »Erholungsreisen zur See« in lockenden Bildern dargestellt, von denen das erstere lediglich als Innenplakat, das zweite dagegen auch als Außenplakat Verwendung finden kann. Das Plakat »An Bord eines Lloyd-Dampfers« halte ich für besonders wirkungsvoll deshalb, weil es auf jeden Typus von Beschauer sympathisch wirken muß: auf den unternehmungslustigen jüngeren Menschen sowohl, als auf den routinierten Reisenden, der seine Ruhe und Bequemlichkeit liebt, auf den Sportsmann sowohl, wie auf die Frau, die mit ihren Kindern eine Überfahrt zu machen hat. Ein kleines Bild dieser Art sollte auf jedem Lloyd-plakat als Vignette oder dergl. erscheinen!

Der Propaganda für die Schifffahrtslinie dienen aber nicht nur Plakate, sondern auch vorbildlich ausgestattete Broschüren über die einzelnen Dampfer des Norddeutschen Lloyd. Die Abbildungen aus den Broschüren über die Lloyd-Dampfer »Berlin« und »Columbus« zeigen die mustergültige Gestaltung der Textseiten, auf denen die Passagiereinrichtungen in Wort und Bild erläutert werden. Künstlerisch bemerkenswert ist an der ersten Abbildung (Ruderhaus) der Druck der Autotypie in grüner Tönung, welche stimmungsmäßig an die Farbe des Meeres erinnert, in Verbindung mit einer grau-grün gedruckten Federzeichnung. An der zweiten Abbildung, einer Illustration der Columbusbroschüre, erscheint die Perspektive äußerst glücklich, weil durch sie psychologisch von vornherein der Eindruck der Größe und Sicherheit des Schiffes geschaffen wird.

## II.

Broschüren bilden auch wichtige Reklamemittel für die zweite Aufgabe der Schifffahrtspropaganda: Werbung für bestimmte Fahrten bzw. bestimmte Gesellschaftsreisen. Auch die Broschüren zur Werbung von Passagieren erfreuen wiederum nicht nur durch die geschmackvolle Ausstattung des Umschlages, sondern auch durch die überaus sorgfältige drucktechnische und typographische Ausstattung der Innenseiten. Von den Umschlägen erscheint mir als besonders wirkungsvoll die Broschüre »Bremen—Brasilien«, weil hier nicht nur die Schönheit des Landes gezeigt wird, sondern auch der Reisende mit seiner Gattin, wie diese die im Bilde dargestellte Schönheit des fernen Landes mit eigenen Augen schauen dürfen.

Dies vermisse ich bei den Plakaten des Norddeutschen Lloyd, welche für Reisen nach bestimm-

which can be used only for interior decoration, while the second may also be used as an open-air poster. I consider the poster "On Board a Lloyd Steamer" to be particularly effective, since it must have a sympathetic effect upon every type of observer: the adventurous youngster, the old experienced traveller who demands comfort and quiet or the woman making a voyage with her children. A little picture of this kind ought to appear on every Lloyd steamer as a vignette or something similar.

It is not only posters, however, which serve the purpose of steamship propaganda. This is also achieved by means of booklets about the individual steamers of the North German Lloyd, got up in thoroughly excellent style. The reproductions from the booklets on the Lloyd steamers "Berlin" and "Columbus" show that the pages of text, on which the arrangements for passengers are explained in word and picture, could not be better done. The first reproduction (Ruderhaus) is especially interesting from an artistic point of view. The autotype is printed in green, and thus has the effect of reminding us of the colour of the sea, in connection with a pen-drawing printed in grey and green. The perspective is particularly happy in the second illustration, from the "Columbus" booklet, since from the very first it gives an impression of the size and security of the ship.

## II.

Booklets are also an important advertising medium for the second task which lies before the propagandists of shipping—to advertise especial voyages, or conducted tours. The booklets intended for such advertising purposes rejoice the eye, not only by the tasteful arrangement of the cover but also by the especially careful typographic arrangement of the inside pages, admirable also from a technical point of view. The booklet »Bremen—Brasilien« seems to me especially successful, since here we see not only the beauty of the country, but also the traveller himself with his wife, and watch them enjoying the beauty of the faroff land, as it is represented in this picture, with their own eyes.

I miss this element in such posters of the North German Lloyd as are supposed to advertise journeys to particular countries. To be sure, they show us the beauty of these countries, their brilliant colours, and the contours of the landscape, so strange to our eyes. But they do not tell us why