

kehrszentren der deutschen Großstädte finden sich genügend Plätze und Möglichkeiten für eine ähnlich zeitgemäße, auf den ersten Blick zugkräftige und orientierende Plakatierung. Überdies ist der Säulenschlag bei uns verhältnismäßig teuer, weil die Gesellschaften den Auftraggeber zu zwingen pflegen, auch die für ihn oft völlig bedeutungslosen Säulen in verkehrsarmen Kleinstraßen oder an der Peripherie der Stadt mitzunehmen. Statt einen derart abschreckenden Zwang auszuüben, sollte man lieber die fragwürdig gewordenen Säulen einziehen oder sie grundsätzlich einer Spezialpropaganda vorbehalten, für die gerade solche abgelegenen Plätze besonders geeignet scheinen.

Ein gangbarer Weg ist, die Säulen jeweils nur mit den Plakaten, wohlmöglich mit ein und demselben Plakaten ein und desselben Auftraggebers zu belegen. Das entspricht der äußerst wirkungsvollen Reihung an Schweizer Anschlagwänden. Es bietet sich so die Gewähr, daß ein harmonischer Gesamteindruck erzielt und nicht ein Plakat durch das andere in der Wirkung beeinträchtigt oder totgeschlagen wird.

Völlig sinnlos ist der noch vielfach zu beobachtende Anschlag unter ein Meter Höhe; andererseits kann man auch noch den Kardinalfehler beobachten, daß Plakate mit relativ kleinem Druck derart hochgehängt werden, daß man sie nur mit größter Mühe oder überhaupt nicht entziffern kann. Die Vorübergehenden haben keine Lust mehr, sich die Mühe zu geben, welche die Plakatgesellschaften in anderer Weise, aber im eigenen Interesse, sowie im Interesse ihrer Kunden und ihres Publikums aufwenden sollten. Wer nicht gerade das Programm eines bestimmten Kinos oder den Spielplan eines Theaters sucht: ach, diese Möglichkeit, welche beweist, daß etwas Wichtiges nicht mit einem Blick zu finden ist, scheint doch sehr charakteristisch! Besonders die Theater könnten sich eines viel effektvolleren Anschlags bedienen. (Namentlich die staatlichen und städtischen Bühnen sind hier noch weit zurück, obwohl ihre Bilanz beweist, daß eine zeitgemäßere Werbung Gebot der Stunde ist.) In Berlin gibt es etwa 2500 Anschlagssäulen, die von der Berek, der Berliner Anschlag- und Reklamewesen G.m.b.H. in Monopolstellung verpachtet werden. — In dem 1897 von Jean Louis Sponcel herausgegebenen Werk über „Das moderne Plakat“ findet sich die Reproduktion eines Gemäldes von Henseler „Die Berliner Anschlagssäule“. Etwa 50 Jahre sind vergangen,

The views expressed in the following article are applicable only to Germany, and we therefore print the paper only in the original German. Editor



Entwurf

RICHARD LINDNER

Design