



Dampfer Bremen

S.S. Bremen

WERBEMITTEL DES NORDDEUTSCHEN LLOYD

DIE gesamte Schifffahrtswerbung hat in der Nachkriegszeit eine entschiedene Wandlung und große Entwicklung erfahren. Die Ursachen hierfür lagen nicht nur in dem gesteigerten Konkurrenzkampf der Gesellschaften, sondern in der vollkommenen Veränderung der Geschäftslage im Personenverkehr, denn bis zum Kriege stellten die Auswanderer das Hauptkontingent der Schiffspassagiere. Durch die Einwanderungsbeschränkungen, besonders in Amerika, wurden die Schifffahrtsgesellschaften jetzt gezwungen, einen Ausgleich für diesen Ausfall in der Propagierung von Erholungs- und Vergnügungsreisen zur See zu suchen. Allein dieser Umstand bedingte eine Umwandlung des Werbestils, denn man wendete sich jetzt an eine ganz andere Konsumentenschicht.

Von den deutschen Schifffahrtsgesellschaften hat der Norddeutsche Lloyd in Bremen sofort nach Kriegsende diesen neuen Weg am zielsichersten beschritten. Schon die ersten Plakate zeigten ein vollkommen neues Gesicht. Es erschienen nicht mehr die bunten und üppigen Landschaftsbilder ferner Länder, die den Auswanderer locken sollten; die Schiffe selbst mit ihrem Reisekomfort waren das hauptsächlichste Werbeargument. Die kräftigen Schwarz-Weiß-Plakate der damaligen Zeit, von dem Graphiker Ritscher gezeichnet, sind heute noch in unserer Erinnerung lebendig.

2

Entwurf
T R A F T O N
Design



NORTH GERMAN LLOYD MIDWINTER DELUXE CRUISE TO THE

Mediterranean

ON THE COLUMBUS SAILING FROM NEW YORK, JAN. 30-28 PORTS-18 COUNTRIES