



Wirkungs-  
volle Straßenre-  
klame in Barcelona.

Die kleine Maschine druckt  
mittels reines Wassers einen Schrift-  
streifen auf das graue Straßenpflaster,  
der nach kurzer Zeit auf trocknet, ohne  
Spuren zu hinterlassen. Dieser Um-  
stand erhöht die Wirkung der Reklame  
und macht sie für die Großstadt geeignet

Den Reklamefachmann muß  
man bedauern; er hat es nicht  
leicht in einer Zeit, die so wie  
die unsrige blasiert, überhitzt,  
unempfindlich gegen die kleinen  
Kunstgriffe der herkömmlichen  
Geschäftswerbung ist. Da aber  
Reklame heute, wo auf fast allen  
Gebieten des Warenabsatzes in  
erbitterter Konkurrenz gerun-  
gen wird, notwendiger als jemals  
vorher geworden ist, bleibt dem  
vielgeplagten Propagandachef  
nichts anderes übrig, als unter  
die Philosophen zu gehen und  
sich ernsthafter als in früheren  
Zeiten auf seine psychologischen  
Fähigkeiten zu besinnen. Denn  
auf die kommt es an, und wenn  
er sie nicht hat, taugt er eben  
nicht zum Werbechef. Es han-  
delt sich darum, durch möglichst

Pariser Boulevardreklame,  
die mit dem Sensationshunger des  
Publikums rechnet. Erst bei näherer  
Betrachtung merkt man, daß der  
Herr Ritter Damentäschchen propagiert

