3977 15.05.1929 Hü

A1
T: Reklamen auf der Neuen Brücke!



Ubreißkalender

„Kommen Sie," sagte Herr Grimmberger wohlwollend, „bleiben Sie nicht so lange hier stehen ...." Es war auf der Adolfbrücke, unten grünten die Bäume wett, alle Nüancen, in grün und gelb und gelbgrün und hellbraun, und alle von der Zartheit einer Puderquaste, man mußte stehen bleiben und genießen.

„Kommen Sie," sagte er dringender, „sonst klebt Ihnen noch jemand eine Reklame auf den Buckel. Sie sehen doch, alles, was sich nicht wehren kann, wird hier mit Reklamen beklebt."

Er hatte recht. Die hohlen Eisenmasten, die auf den Schlag mit dem Stock einen so fröhlichen Klang geben — ich bilde mir ein, sie sind einem aufrichtig dankbar dafür, daß man sie mit einem Schlag aus ihrem Schweigen aufstört —, diese Masten waren in Mannshöhe mit einem scheußlichen Durcheinander von Plakaten beklebt. Sie sahen aus, wie Beine, die alte, blutige, zerfetzte Wundverbände um die Unterschenkel trügen. Inmitten der Frühlingssymphonie diese papiernen Mißtöne, es war zum fluchen häßlich. Und die Baumwipfel, die über das Brückengeländer gucken konnten, hätten sicher die Nasen gerümpft, wenn sie Nasen gehabt hätten. Ich meinte, die schlanken Pappeln mit ihren zarten, schweinfurtergrünen Blättchen rauschen zu hören: Ne, so 'ne Stilverirrung! Und Herr Grimmberger sagte: „Was würden Sie von einem Manne halten, der in einer guten Gesellschaft auf einmal einen Bund Schnürsenkel aus der Tasche zöge und damit fuchtelte und dazu in unartikulierten Lauten eine Anpreisung von sich gäbe, die kein Mensch verstünde? Schnürsenkel sind notwendig, Schnürsenkel müssen verkauft werden, und ich nehme es niemand übel, wenn er Schnürsenkel anpreist. Aber alles zu seiner Zeit. Die Reklame ist die Saugpumpe der Wirtschaft, aber es muß eine Zone geben, wo man vor der Saugpumpe sicher ist, wo die Schönheit in ihre Rechte tritt."

„Sehr richtig," warf ich ein.

„Ach was, sehr richtig! Sie wissen ja noch gar nicht, was ich sagen will."

„Bitte."

„Hier auf der neuen Brücke ist der Ort, wo die Geschäftsreklame erstens unangebracht und zweitens unverständlich ist. Sehen Sie nur dort das Plakat: Da hat einer, der sich L'Empereur du Chocolat nennt, ein Geviertmeter belithographiertes Papier in sieben Farben anschlagen lassen. Ich habe mir redlich Mühe gegeben, zu entziffern, was darauf steht. Ich habe nur eine Gesichtshälfte des Schokoladekaisers und die Silbe Choc herausbekommen, der Rest ging schon um die Ecke oder war mit dem Fragment eines im Küssen begriffenen Liebespaares überklebt. Ich bitte Sie, was hat dieser Vandalismus also für einen Zweck! Die Gegend wird verhunzt und fürs Geschäft kommt doch nichts dabei heraus. Der Mann auf der Straße empfindet diese Sorte Reklame als Rücksichtslosigkeit gegen das Ganze, als Eingriff in die Rechte des Gemeinwesens auf Schönheitsbezirke, die es aus gemeinsamen Mitteln geschaffen hat und die nicht ein Einzelner in seinem Privatinteresse als Folie für seine Geschäftsreklame benutzen darf. Erlassen Sie bitte einen Aufruf: daß die Bürger, denen die Schönheit und Sauberkeit ihrer Stadt am Herzen liegt, sich zusammentun, mit Eimer und Schwamm ausziehen und zunächst einmal diese Masten von der papiernen Schmach rein waschen.

Wenn sie damit fertig sind, wüßte ich für ihre Tätigkeit noch einige andere Angriffsflächen. Aber davon später. Adieu!"

Mercure de 15.5.1929