Zeitschrift: Die Berner Woche in Wort und Bild : ein Blatt für heimatliche Art und

Kunst

Band: 16 (1926)

Heft: 3

Artikel: Reklame - Reklame!

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-634297

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 03.11.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Trot der beständig drohenden Ausbruchsgefahr ist heute der Fuß des Berges von einem dichten Krang von Ort= schaften umgeben. In Zidzadwindungen führt der Weg zuerst lange Zeit zwischen den herrlichsten Weingarten, Delbaumpflanzungen und Drangenbäumen hindurch. Wo der Grad der Berwitterung der Lava es nur irgend erlaubt, wird der Boden angebaut und genutt; so bieten die Besuv-hänge heute nahezu 80,000 Menschen Arbeit und Nahrung. Im weitern Aufwärtssteigen, sei es zu Fuß oder im Sattel eines geduldigen, sicherschreitenden Maultieres, treffen wir mehr und mehr Spuren der früheren Ausbrüche. icon verwitterte Lavaströme werden überguert, und wo sich nur eine Sandvoll Sumuserde gebildet hat, finden sich auch gleich einige großblütige Ginsterstauden, dann auch freundliche Feldblumen mit herrlichen farbigen Blüten. Doch je höher wir steigen, desto unfruchtbarer und wilder wird Die Gegend. Die jüngeren Lavastrome ziehen sich oft viele Meter breit in gequollenem, gletscherartigem Fluß den Berg hinab. Oft find die Massen zusammengedrängt und starren spit und zadig in die Sohe, als wären die roten Flammen in ihrer wütenden Sige erstarrt. Um Guge des Gipfels muffen die Saumtiere gurudgelaffen werden. Das Steigen im Geröll und Gebrodel fleiner, verbrannter Steine und durch die rotbraune Asche wird immer beschwerlicher. jedem Schritt aufwärts ruticht man mit dem herabrieselnden Geschiebe einen halben Schritt gurud. Sie und da ift der Boden fehr heiß, und zwischen den Steinbloden steigen manchmal übelriechende Dampfe auf. Endlich stehen wir am Rande des Rraters. Ein wahrer Söllenkeffel liegt vor unfern Füßen, der in den Gipfel des Besuvs trichterförmig mit 500 Meter Durchmesser und 300 Meter Tiefe eingesenkt ist. In der Mitte ift im Boden ber eigentliche jetige Feuerschlund. Wie düsterrote Rohlenglut sieht man hier das Gestein des Berges brennen. Die Site ift oft felbst auf dem augersten Rraterrand gang bedeutend und der stechende Geruch der schwefligen Dämpfe zuweilen fo, daß man sich Rase und Mund zuhalten muß und fluchtartig den Kraterwall verläßt.

Am Fuße des Ausbruchstegels befindet sich in 560 Meter Meereshöhe das neue, stattliche Gebäude des Observatoriums, wo die Ausbrüche und die gesamte vulkasnische Tätigkeit des Besuss der wissenschaftlichen Beobachtung unterworfen wird. Eine große Marmortafel am Eingang des Gebäudes erinnert an den furchtbaren Tod von neun jungen Studenten, die 1872 von einem plöhlichen Aussbruch überrascht, sich nicht rechtzeitig vor der ausbrechenden Lava retten konnten.

Da wo in früheren Jahren der Besuvbesucher in mühssamer Wanderung den Berg erstieg und erkletterte oder sogar von pustenden, fluchenden Trägern in einer Art Tragsesselse hinaufgetragen wurde, führen heute moderne Berschrsmittel. Eine schön angelegte Straße und eine seit 1903 erstellte elektrische Bahn verbindet die Ortschaften der Ebene mit dem Observatorium. Seit 1880 führt eine Orahtseils dahn vom Observatorium auf den Gipfel. Die Steigung dieser Bahn ist sehr stark, oft dies zu 60°. Alle möglichen Borkehrungen sind getrossen, um die Sicherheit des Bestriebes zu gewährleisten. Dank dieses mühelosen billigen Ausstieges wird der Besus jahraus, jahrein von ungezählten Touristen besucht, nicht nur der interessanten Erscheinungen des Bulkanismus wegen, sondern auch zum Genießen der prachtvollen Aussicht hinaus in die tieserliegende Landschaft.

Weltbekannt ist auch der feine Wein, der am Fuße des Besus gedeist und heute noch den Namen Lacrimae Christi (Tränen Christi) trägt. Der Sage nach soll Christus nach dem furchtbaren Untergang von Pompesi über die Aschen= und Lavaselder gewandert sein und Tränen des Mitseids und der Traner vergossen haben um die arme, früher so herrliche Landschaft. Wo seine Tränen niederssielen, wurzelten auch gleich neue Rebschosse und trugen von da an den süßen kostbaren Lacrimae Christi-Wein.

Dr. H. G.

Reklame - Reklame!

(Aus dem Tagebuch eines Auslandschweizers.)

Reklame machen — das heißt dem Käufer sagen, was man ihm anzubieten hat. Und Kunst der Reklame ist, dies recht geschickt und einzigartig und damit suggestiv zu sagen. Die Mittel dieser werbenden Kunst wandeln sich. Was einsmal gezogen hat, zieht plötslich nicht mehr. Es bedarf neuer Gedanken, neuer Methoden. Es ist ein reizvolles Studium, dem menschlichen Geist in seiner schöpferischen Findigkeit gesade auf diesem Felde nachzuspürren.

Lassen Sie mich von solchen Beobachtungen etwas ersählen.

In einem vielgelesenen Mittagsblatt eines großen Berliner Berlages erscheint eines Tages eine auffällige Anfündigung: Der Berlag hat einen Fünfmarkschein in Umlauf gefett. Wer ihn gurudbringt, friegt bafur einen Sunbertmartschein. Die Nummer des zirkulierenden Scheines ist natürlich bekanntgegeben. Und auf diese Rummer zu achten, tommt es nun an. Das Publikum soll zu genauem Sehen und Beobachten erzogen werden — so versichert wenigstens der Redakteur, dem das Ressort "Sundert Mark für fünf Mark" zugewiesen ist. Diese Bolkspädagogit ist natürlich nur ein Mäntelchen für den Sauptzwed, für die Gensation, die dies 95 Mart-Geschent tatsächlich für Berlin und weitere Rreise bedeutet. Für den Berlag ift es ein gutes Geschäft. Die Auflage steigt, der Wert des Blattes gewinnt. Denn natürlich muß jeder Berliner die Rummer des umlaufenden Scheines wissen, muß lesen und aufpassen, ob ihm nicht ein glüdlicher Bufall den Schein in die Sande fpielt. Wer wechselte in diesen schweren, knappen Zeiten nicht mit tausend Freuden einen Fünfmärker gegen einen Sundertmärker um? Das geht nun wochenlang Tag um Tag weiter. Die Berichterstattung über diese Sache ist sehr ausführlich. Der Redakteur schildert, wie er die Scheine - denn dem ersten folgen andere - in Umlauf fest. Bald auf der Stragen= bahn, bei einer Autofahrt, in einem Warenhaus, an einer Theaterfasse, am Totalisator auf der Rennbahn. Ergögliche Bwischenfälle bienen gur Ausschmudung biefer Berichte. Um zweiten oder dritten Tag tommt der erfte Schein gurud. Wiederum füllt die Geschichte seiner Auffindung und Rudfunft gange Spalten. Dann plotlich bleiben eine Angahl der Geldscheine verschollen. Die Sensation hat ihren Sohe= puntt überschritten. Die Berichte werden fürzer. Endlich erscheint nur noch eine trodene Liste der unauffindbaren Scheine. Die Sache ist ersedigt. Der Zweck ist erreicht. Die vaar hundert Mark Auslagen werden sich dem Berlag reich= lich bezahlt gemacht haben.

Diese Reklameidee war neu und schlagkräftig. Und schon macht sie Schule. Seht ist es eine Zigarettenfabrik, die auf ähnliche Weise eines ihrer Erzeugnisse zu lancieren versucht. Großes Inserat: 15,000 Mark werden verschenkt an solche Bersonen, die — natürlich beim Rauchen eines Exemplars der bewußten Marke — ein möglichst heiteres Gesicht zur Schau tragen. Ein Bertrauensmann der Firma zieht durch Berlin, beobachtet die Zigarettenraucher und belohnt den Liebhaber der berühmten Marke, sofern er den gestellten Anforderungen an eine fröhliche Visage entspricht, sofort mit der Auszahlung von 50 Mark.

Auch diesem Reklamefeldzug weht ein sozialpädagogisches Fähnchen voran: Erziehung zur Seiterkeit, zu jener japanischen Saltung, immerdar und unentwegt ein lächelndes Antlitz zu zeigen. Und es wäre kein zu verachtender Nebenerfolg, wenn der überhastete, nervöse, versorgte Bewohner der Wellstadt sich plötzlich angewöhnen würde, dem schlimmen Alltag eine unbesiegliche Fröhlichkeit entgegenzutragen. Wo der Mund lacht, lächelt auch das Herz. Man dürste der propagandalustigen Firma dann auch getrost ihren geschäftlichen Saupterfolg gönnen!