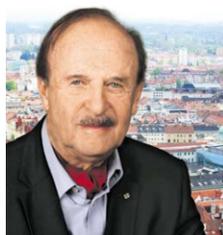




Klassische Kurzwaren und vieles mehr gab es über Jahrzehnte beim „Rebus“ (= den Sachen, mit den Sachen), Herrngasse 21.



Um 1900 war die Herrengasse zu einer noblen und modischen Einkaufsstraße gewachsen.



© SISSI FURGLER FOTOGRAFIE

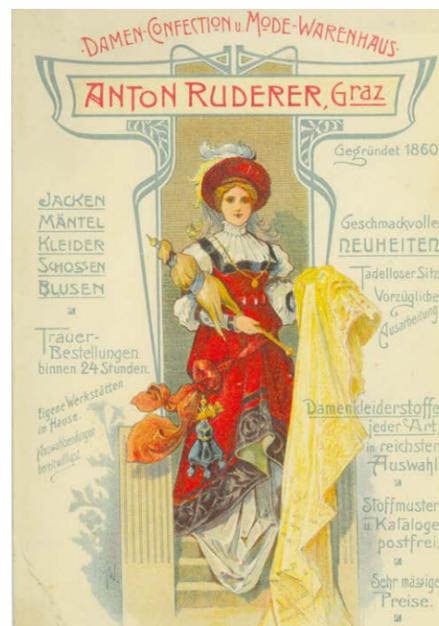
Prof. Dr. Karl-Albrecht Kubinzky
Der Grazer Stadthistoriker bereichert seit vielen Jahren mit seinem umfangreichen historischen Wissen die BIG.

Frühe Werbung

Wichtige Werbeträger waren schon um 1900 die Zeitungen und Zeitschriften. Theaterprogramme, Kalender, Adress- und Telefonbücher und vieles mehr hatten Werbeanzeigen. Wie heute wurde auch einst der Kunde auf vielfache Weise umworben.

Für die Besten nur das Beste!“ Das sozial, politisch und wirtschaftlich bedeutsam gewordene neue Bürgertum des späten 19. Jh. konnte sich teure und spezialisierte Waren leisten. Dementsprechend veränderten sich das Angebot und die Geschäftswelt. Parallel dazu gab es nun mehr und auch neue Formen der Werbung. Die Konkurrenz der Anbieter und der Wunsch, als Käufer umworben zu werden, beflügelte die Werbung. Aus den grafisch aufwendig gestalteten Briefköpfen Privater und von Firmen entwickelten sich die Ansichtskarte

und Werbematerial im handlichen Format. Um das Ende des 19. Jh. gab es in der Drucktechnik große Fortschritte, die sofort in der Praxis genutzt wurden. Eine führende Rolle spielte in Graz dabei die Senefelder Druckerei (Annenstraße 35). Im Druckergewerbe unterschied man Akzidenzdruck, Buchdruck und lithographische Anstalten. Erstere wie etwa die Druckerei Austria (Agath, Sackstraße 16) war für Einzeldruckaufträge, insbesondere für Werbung, zuständig. Die Firmen für Buch- und Kunstdruck druckten zwar auch Gelegenheitsaufträge, waren



Unter der Devise „Besuch des Warenhauses sehr lohnend – Kein Kaufzwang“ warb um 1900 das Modekaufhaus Ruderer an der Ecke Opernring/Jakominiplatz.



Die Werbung für das Kaffee-Geschäft „3 Mohren“ (F. Vogl, Neutorgasse 46, Ecke Kaiserfeldgasse) zeigt Klischees um 1900, aber auch eine Musterküche dieser Zeit.

aber auch auf größere Druckwerke spezialisiert. Hier ist z. B. Styria oder Gutenberg (beide Schönaugasse 64) zu erwähnen. Ähnliches, teilweise mit anderer Drucktechnik, wurde bei Graphia (Bürgergasse 14), Leykam (Stempfergasse 7) oder Matthey (Merangasse 70) hergestellt.

Schöne glänzende Werbewelt

Auch wenn mitunter das hohe Alter eines Geschäfts bzw. einer Firma der historisch-kritischen Prüfung nicht standhält, das ehrfürchtiges Erstaunen hervorrufende Gründungsjahr wirkt in der Werbung. In Grazer Adressbüchern der 1930er-Jahre kann man in den Annoncenseiten lesen: Hirschen-Apotheke (Sporgasse 10): vor 1566, Buchhandlung Leuschner & Lubensky (Sporgasse 11) gegründet vor 1630 und Strohmayer Hausbrote (Karlauerplatz 10) wirbt mit dem Gründungsjahr 1733. Eine Apotheke warb seitengroß für Harnuntersuchungen, ein Steinmetzmeister und Hoflieferant für Grabsteine. Geschäfte und besonders große Kaufhäuser leisteten sich um 1900

eine aufwendige Fassadengestaltung. Für Kastner & Öhler wurde das für Theaterbauten international anerkannte Architektenteam Fellner & Helmer bemüht, das Textilhaus Kraft (Ecke Opernring/Jakominiplatz-Gleisdorfergasse) ließ sich in einer dekorativen Form des Jugendstils gestalten. Ebenso im Jugendstil suchte das Stadtgeschäft der Parfümerie- und Seifenfabrik Kielhauser (Sporgasse 3) zu imponieren. Aushänger, Tafeln mit Firmennamen und Kaufankündigungen quer vom Geschäft zur Straße konkurrierten sich gegenseitig in ihrer aufdringlichen Größe und Zahl. Die Sporgasse wurde zum negativen Demonstrationsbeispiel. Friseure zeigten eine Scheibe, welche die Barbierschüssel symbolisierte, Maler drei farbige Wappen, Tischler einen Hobel. Kaum gab es elektrisches Licht, schon strahlten die Auslagen. Kaum gab es Kinos, gleich zeigte man dort Werbung, meist als Einblendung einer Art Diapositiv. All das spielte sich vorerst bevorzugt auf der Bühne der Stadtmitte ab, besonders in der Herrengasse, der Sporgasse und auf dem Haupt-

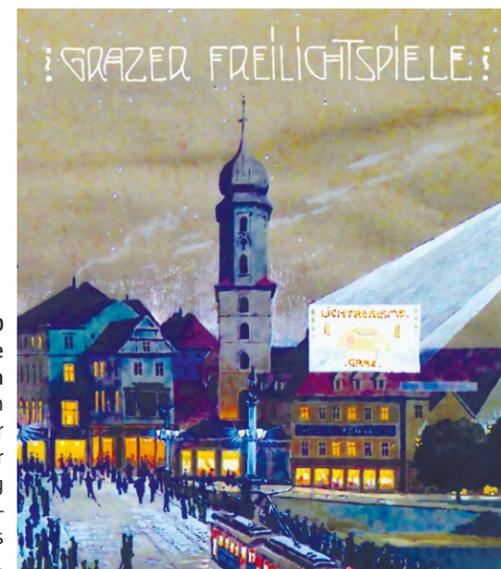
platz. Zum perfekten Angebot gehörte auch der richtige Firmename. Wie nobel war es z. B., seine Toilettenartikel im „Zur Stadt Paris“ (Herrengasse 24) zu kaufen. Im fernen Eggenberg versprach die „Pension Waldfrieden“ beschauliche Ruhe. Niemand bezweifelte, was der „Schürzen-Schubert“ (Raubergasse 3) im Angebot hatte. „Zum Indianer“ (Herrengasse 28) und „Gummi-Neger“ (Annenstraße 20) warben

mit dem Namen ferner exotischer Völker für ihre Gummiwaren.

Werbung wird zur Propaganda

Wenn sich Private so prächtig darstellen, konnte die Öffentlichkeit nicht fehlen. Stadt, Kronland und der österreichisch-ungarische Staat zeigten einst gerne ihre Präsenz. Da es längst keinen politischen Konsens mehr gab, wurde dieser wenigstens vorgetäuscht. Fahnen, Wappen, Umzüge und patriotische Feste sollten patriotische Einigkeit darstellen. Der I. Weltkrieg war neben allen Schrecken und Gräueln auch ein Krieg der Werbung. Mit allen damals möglichen Mitteln, meist waren es Druckwerke, warb man für die eigene Position und versuchte den Feind abzuwerten oder zumindest lächerlich zu machen.

Vordergründig lustige Ansichtskarten wie jene von Fritz Schönpflug (1873–1951) zeigten im Zeitgeist bissigen Humor und wurden zu Sammelobjekten. Bis hin zu einer Kriegsgräberausstellung in der Grazer Industriehalle und zur Werbung für die Kriegsanleihen gab es anlassgebundene patriotische Propaganda. Alles das, was in der Werbebranche um 1900 in einer ersten Intensivphase begonnen hat, blieb, verstärkte sich in neuen Formen und ist auch heute ein Teil unseres Alltags.



Gegen 1930 projizierte Fritz Muchitsch Werbefilme vom Hotel Wieser über die Mura in Richtung Marburgerkai- und Kälberens Viertel.