

Mobile Außenwerbung

Außenwerbung an Gebäuden, Zäunen und Masten kennt man ja schon seit Beginn der Neuzeit. Kaum etwas prägt moderne Innenstädte mehr als die stationäre Außenwerbung der Geschäftshäuser. Mit der automobilen Revolution kam dann die mobile Außenwerbung auf Fahrzeugen aller Art hinzu. Heute überflutet uns Firmen- und Produktwerbung derart, dass sie kaum noch bewusst wahrgenommen wird. Als Kraftfahrer kann man jedoch einer mobilen Werbung gar nicht entrinne, nämlich der auf der Rückseite von vorausfahrenden Fahrzeugen wie Linienbussen oder Lastwagen. Da kann man sogar ins Grübeln kommen. So beschäftigt mich dieser Tage der kräftige Schriftzug „Verleger gesucht“ auf der Rückseite eines Transporters. Ich erwäge schon, einen guten Freund – er verlegt eine Literaturzeitschrift – auf diese Berufschance hinzuweisen. Doch erledigt sich diese Idee rasch; denn die übrige Außenwerbung gibt den Fahrzeugeigner zu erkennen: das Elmshorner Teppichhaus Kibek. Auch stutze ich über den quer über die Rückwand eines Kleinlasters laufenden Schriftzug „Driver sits left“. Gut, der Kastenwagen lässt den Fahrer nicht erkennen. Aber warum bei einem Fahrzeug mit DU-Kennzeichen auf die korrekte Sitzposition des Fahrers hinweisen? Wundern würde es mich allerdings nicht, würde demnächst jemand sein Pkw-Fahren mit DB-Werbung am Heck erklären: „Die Bahn macht mobil“.