

stellt und versagte in dieser Hinsicht gänzlich. Auf der Düsseldorfer Ausstellung 1902 und sogar auf der Bugra konnte man schon weit eher die Aesthetik der Maschine studieren. Aesthetisch reizbar an der Maschine und an den Wunderwerken der Technik ist die mit spielender Leichtigkeit überwundene Wucht der Massen, die

feine Gliederung, die Rhythmik des Arbeitens, die Schwingung des Kolbens, das malerische Spiel der Reflexe auf den glänzenden Flächen. Es ist ja schon viel über die Aesthetik der Maschine geschrieben worden, hoffentlich bringt uns die Zukunft eine zusammenfassende Darstellung. Wenn wir allein aus der nachschaffenden Arbeit unserer Anzeigenzeichner und

Reklamekünstler schliessen dürfen, sind wir hierin schon ein gutes Stück vorgekommen. Andererseits ist es ein Beweis für die

Daseinsberechtigung und die innere Stärke der künstlerischen Reklame, dass sie ihren Siegeszug in der Stahl- und Eisenindustrie schon längst angetreten hat. Wir dürfen den Werbemitteln der Industrie keinen Vorwurf daraus

machen, dass sie früher (das Wort umfasst kaum ein Jahrzehnt) genau so gut oder so schlecht waren wie alle andern, denn erst mit dem Erwachen des kunstgewerblichen Sinnes in Deutschland erwachte das neue graphische Kunstgewerbe. Wie der Kampf der Vater aller Dinge ist, so war der Kampf um die nächsten menschlichen Interessen der Ursprung neuen Geistes in der gesamten

Reklame. Zwar gibt es auch heute noch genug bedeutende industrielle Werke, die es vornehm verschmähen oder nicht für nötig halten, ihre Drucksachen und Werbemittel künstlerisch auszugestalten. Die Firma Krupp hat das ganz gewiss nicht nötig. Aber allein schon das Bestreben, die — man könnte vom Standpunkte

des Reklamefreundes aus sagen: Gott sei Dank — unentbehrlichen Drucksachen technisch vollendet herzustellen, sichern diesen ein nicht zu unterschätzendes geschmackvolles Gewand.

Die Tatsachen beweisen dies. In den letzten Jahren erschienen eine Reihe von Jubiläumsschriften bedeutender industrieller Unternehmung, so von der Gute Hoffnungshütte Oberhausen, vom Hoerder „Phönix“, gedruckt bei F. W. Ruhfus-Dortmund von R. Wolf-Magdeburg, gedruckt bei A. Wohlfeld in Magdeburg, von Beck & Henkel-Cassel, gedruckt bei Bald & Krüger in Hagen, von Lanz-Mannheim, vom Bezirksverein Köln des Vereins Deutscher Ingenieure, von den Kruppischen Werken in Essen

und nicht zuletzt die pompöse Jubiläumsschrift von Heinrich Lanz in Mannheim. Die Werke ergreifen anscheinend gern die Gelegenheit, ihren inneren Aufbau den Geschäftsfreunden und einem breiteren Publikum in literarischer Form vorzuführen und hierdurch Reklame, wenn auch im vornehmsten Sinne, zu machen. Die Schrift des Hoerder Phönix leidet sehr unter dem unhand-



Willi Roerts

Abb. 6

Kalender