

als die heute so sehr beliebte süßliche amerikanische Re-tusche und Duplex-Autotypie, der übrigens ein baldiges Ende schon prophezeit wurde.

Es wäre jammerschade, wenn unsere Industrie diese verheissungsvollen Anfänge im Keime stecken liesse. Der Wert der Reklame ist auch in Kriegszeiten nicht zu unterschätzen, denn der Kundenkreis darf keinen Augenblick die Fühlung mit dem Produzenten verlieren. Man erinnert sich nach dem Frieden am ehesten wieder der Firma, die ihre Fabrikate durch Reklamemittel immer aufs neue empfohlen hat. Das graphische Gewerbe verliert durch das



Willi Roerts

Abb. 16

Anzeige

Aussetzen der Reklame allein Unsummen, da die für den Staat arbeitenden Industrien keine Reklame nötig haben. Aber man sollte sich des treuen Mitsreiters von Friedenszeiten her dankbar erinnern und ihm helfen, über die schlimme Zeit hinwegzukommen. Der Erfolg kann für beide Teile nicht ausbleiben. Es ist für unsere Industrie eine Ehrenpflicht, hier nicht zu knausern und hinter anderen Zweigen des Erwerbslebens nicht zurück-zubleiben. Sie soll ihre Werbemittel so ausstatten, wie es der Kultur und ästhetischen Bildung unseres Volkes entspricht, also sie dem Kunstgewerbler anvertrauen.



Abb. 17 bis 19

Willi Roerts

Werbemarken