

können. Allerdings muß in dieser Hinsicht auch wieder betont werden, daß noch lange nicht alle Maschinenfabriken sich dieser Wirkung bewußt sind, wenigstens nicht in der Richtung, daß das, was hier geschehen kann, nur in künstlerischer Form getan werden dürfte. Will man Gegenbeispiele, so stelle man sich nur vor, welche unwirksamen Plakate die Fabriken landwirtschaftlicher Maschinen sich noch auszuhängen getrauen; deren plumpe

Gegenständlichkeit ist selbst bei der ländlichen Bevölkerung nicht unbedingt geboten. Man muß es selbst beobachtet haben, wie ein neues Plakat dieser Art angesehen und besprochen wird, um zu erkennen, daß hier vielleicht Auswirkungsmöglichkeiten für die Kunst liegen, die zu fördern selbst den von Natur notwendig amüsischen Maschinenfabrikanten nicht zur Beschämung gereichen würde. Und es wird auch wie die Erfüllung einer Kulturpflicht geschätzt werden, wenn die Werbemittel für Maschinen, die ja unsere Werkzeuge verbessern, unsere Erzeugnisse erreichbarer machen, unsere Arbeit erleichtern, viel mehr erreichen können, als bloße flache Zivilisation es vermag, – wenn diese Werbemittel, in eine Form gekleidet werden, die den angezeigten

Erzeugnissen an ernster Auffassung und Durchgeistigung mindestens gleichgestellt ist. Die Firma Jucho in Dortmund, für die Schaefer eine Reihe von schönen Werbebildern geschaffen hat, ist in dieser Beziehung vorangegangen, und sie wird das aus keinem anderen Grunde getan haben, als aus dem hier genannten.

Ein gewerbliches Unternehmen kann es natürlich so tun und auch so, das heißt, mit Hilfe des Künstlers und auch ohne ihn. Vielleicht ist dann und wann der Kostenpunkt nicht ganz der gleiche, meist wird aber der Unterschied nicht so groß sein. Dann wäre erst recht nicht zu verstehen, warum eine Aufgabe,

die künstlerisch gelöst werden kann, nicht so gelöst wird. Selbstverständlich wird durch die Lösung dieser Aufgabe, so oder so, ein Industrieunternehmen auch gekennzeichnet. Man blickt weiter und sieht schließlich irgendwo einen Mangel an Kulturzusammenhang oder auch einen Einrichtungsfehler. Der gute oder schlechte Aufbau muß schließlich auch bis zu den letzten Ausläufern einer Sache bemerkbar werden. Und zu diesem

Aufbau gehört auch die Wohlgefügtheit der öffentlichen Äußerungen, – wenn man will auch ihre Einheitlichkeit, ihre Charakteristik. Diese verschärft nämlich die Eindringlichkeit und also auch die Dauerwirkung eines Werbemittels, zugleich aber auch die Reichweite.

„MAN“: es genügt heute eigentlich schon, diese drei Lautzeichen zu lesen, um sofort wie auch bei der AEG zu wissen, wer gemeint ist. Brauchen solche Weltfirmen Eindringlichkeit und Dauerwirkung und Reichweite? Wenn MAN in Augsburg oder Nürnberg eine große Eisenkonstruktion bauen, sie dann in Teilen zerlegt, in einem Seehafen auf Frachtschiffe verstauen und dann im Hafen von Sidney in Australien zu einer Brücke zusammensetzen, die die Hafeneinfahrt turmhoch überbrückt, so sollte man meinen, diese erdballumspannende Reichweite sei groß genug, um nicht weiter durch Werbemittel gesteigert werden zu müssen. Aber die Brücke in Sidney ist einmal fertig geworden, und alle anderen großen Aufgaben werden auch einmal zu Ende geführt. In Augsburg und Nürnberg wollen aber die Maschinen nicht stillstehen und die Arbeiter nicht rasten, also heißt es weiterwerben. Und so kann denn ein Künstler wie Hohlwein (Bild 31 bis 36) eine große Reihe von Grundformen aus dem Betriebe herausuchen, kann sie umsetzen in die jeweilige Zweckform, für Plakate, für



Bild 59 / UNBENANNT / Werbeblatt

einfahrt turmhoch überbrückt, so sollte man meinen, diese erdballumspannende Reichweite sei groß genug, um nicht weiter durch Werbemittel gesteigert werden zu müssen. Aber die Brücke in Sidney ist einmal fertig geworden, und alle anderen großen Aufgaben werden auch einmal zu Ende geführt. In Augsburg und Nürnberg wollen aber die Maschinen nicht stillstehen und die Arbeiter nicht rasten, also heißt es weiterwerben. Und so kann denn ein Künstler wie Hohlwein (Bild 31 bis 36) eine große Reihe von Grundformen aus dem Betriebe herausuchen, kann sie umsetzen in die jeweilige Zweckform, für Plakate, für