

QUOUSQUE TANDEM?

Stets tobte in der Kunst der Streit zwischen dem Was und dem Wie, mit einer Leidenschaft geführt, wie nur die Philosophen um die Begriffe Körper und Seele gestritten haben. Der Naturalismus war die große Zeit des Was, der Impressionismus führte das Wie zum Siege. Auch die Reklamekunst, im Was-Zeitalter geboren, hat ihre Wie-Periode erlebt, die sie in die berühmte „Sackgasse“ geführt hat. Gegenwärtig ist sie schon im vollen Rückzug, und wir haben nur zu wünschen, daß der Pendelschlag nun ausgeschwungen sei und sie in der neutralen Wie-und-Was-Zone zur Ruhe komme.

So darf es heute schon erlaubt sein, sich einmal die Stoffe, die „Motive“ anzusehen, die unsere Reklamekünstler für ihre Darstellungen verwenden. — Überraschende Erkenntnisse fördert diese Betrachtung zutage! Hält es jeder Künstler für Pflicht, trotz des gemeinsamen Zeitstils seine stilistische Eigenart zu wahren und neue Formen zu suchen, so geht er hinsichtlich der Wahl seiner Darstellungen unbekümmert die breiteste Heerstraße, wo sie am ausgetretensten ist. Den Wenigsten macht es etwas aus, den gleichen Vorwurf, den hundert Andere vor ihnen dargestellt haben, zum hundert und ersten Mal zu formen — „es kommt ja nur

Bild 15 / STEPHAN KROTOWSKI
Farbige Zeichnung 1919



Bild 14 / STEPHAN KROTOWSKI / Plakat 1920
Druck: Hollerbaum & Schmidt, Berlin



von Johann Cicero

auf das Wie an!“ — Nein, meine Herren! Die Formen sind genug gewechselt, laßt uns auch neuen Inhalt sehn! Wie lange wollt ihr unsere Langmut noch mißbrauchen? So rufe auch ich, der ich endlich auf dem „Status quousque“ angelangt bin. — Hier mein Weihnachts-Wunschzettel, Überschrift: „Was ich nicht mehr sehen möchte“:

Ich möchte auf keinem Werbeblatt, auf keinem Umschlag unserer Zeitschrift, auf keinem Plakat mehr die Anschlagssäule oder -Tafel sehen, weder von Klebern bekleistert, noch von Beschauern bevölkert noch von Hunden be — nutzt. Sucht bitte neue Möglichkeiten, eure Schrift anzubringen oder die Reklame zu versinnbildlichen. Aber geratet dabei nicht an die Plakatträger, ich meine die Leute mit den langen Stangen, wie sie auf den Messen herumlaufen: Die möchte ich auch nicht mehr sehen, auch nicht, wenn sie die Plakate auf Brust und Rücken tragen, eingeklemmt wie die Schinkenschnitte zwischen den Weißbrotscheiben, woher sie den wohlriechenden Namen Sandwichmänner führen. — Und überhaupt die „Reklame“: Sucht neue Sinnbilder für sie und bleibt weg vom Jahr-