

persönlichen Anlage entsprechendes Wirkungsfeld zugewiesen werden möchte. *)

Hamburg ist also nicht arm an eigenartigen Reklamekünstlern und könnte, gemessen an ihrer Zahl und Gestaltungskraft, eine bedeutendere Stellung auf dem deutschen Reklamemarkt einnehmen, als es leider tatsächlich der Fall ist. Dem Kenner der Verhältnisse ist das freilich

*) Es sei der Schriftleitung gestattet, darauf hinzuweisen, daß auch Fred Hendriok, dem wir diesen anregenden Aufsatz verdanken, einen ausgezeichneten Namen als Gebrauchsgraphiker hat. Seine humorvollen Arbeiten, die im Feldzuge entstanden, haben weit über das enge Gebiet seiner eigenen militärischen Formation hinaus Interesse gefunden.

STEINWAY KINDER-VORSTELLUNG



DONNERSTAG DEN 30. DEZEMBER 1920*
NACHM. 5 UHR CURIOHAUS GROSSER SAAL
ELSE LEVETZOW
 MIT DER
HAMBURGER SCHATTENSPIELGRUPPE
 MUSIKBEGLEITUNG
 DER SELBSTSPIELENDEN
*** STEINWAY-FLÜGEL ***
 KARTEN 6 MARK <ZUZÜGL: STEUER>
 BEI STEINWAY & SONS JUNGFERNSTIEG 34
 TIETZ-KÄSE * WICHERS * LEICHSEN RING
 UND AN DER KASSE

weniger verwunderlich. Auf Schritt und Tritt sieht sich der Hamburger Gebrauchsgraphiker in der freien Entfaltung seines Könnens gehindert, und gerade die eigenartigsten, urwüchsigsten und phantasievollsten unter ihnen haben darunter am schwersten zu leiden. Das wahre Verständnis für die Werbekunst ist dem Hamburger zu seinem überwiegenden Teil eben noch nicht aufgegangen. Darum steht der Werbekünstler hier gleichsam auf einem verlorenen Posten. Seine Arbeit findet nicht den Widerhall, der ihn fördert, er selbst erfährt nicht den Ansporn, der zu gesteigerter Leistung befähigt und ermuntert. Aber in neuerer Zeit mehren

Bild 80 / ILSE THIEME / Plakat 1920. Druck: Hartung & Co., Hamburg



Bild 81 / ANTON KLING
 Verlags-Signet
 der Hamburger Presse 1918



Bild 82 / FRED HENDRIOK / Vignette 1917



Bild 83 / ANTON KLING
 Briefkopf 1911