

hüte, aus deren blauer Hülle oben ein schneeiger Gipfel des süßen Inhalts hervorschimmert. Und die bewährte Aufmachung der Düsseldorfer Mostertöpfe hat ebenso ihren Stil wie die Gestaltung der großen Chesterkäse, die in wundervollem Relief, des Donatello würdig, die Wappen von Großbritannien und Irland mit Löwen und Einhorn, Leoparden, Harfe und Hosenbandorden zeigen mit der Devise, „Hony soit qui mal y pense“.

In den Zirkel dieser exklusiven Gesellschaft gilt es nun für den Neuling einzudringen. Es hilft ihm nichts, wenn er sich bloß ein paar Äußerlichkeiten abgeguckt, ein paar Floskeln eingedrillt hat. Behaupten kann sich nur der ganze Mann, der eine originale Sprache spricht und den nötigen Fonds an Innerlichkeit mitbringt. Und wer gar seichte Witze macht, ist unrettbar der Lächerlichkeit und dem Ruin verfallen.



So sei zum Schlusse noch einmal knapp zusammengefaßt worauf es ankommt:

Das Gebotene soll gut, brauchbar, dauerhaft, preiswert sein.

Keine noch so schreiende Reklame kann nützen, wenn sie töricht, d. h. der Name des Artikels, die sprachliche Form vergriffen ist.

Ein edler Stoff, ein gut gewähltes, der Sache entsprechendes Schlagwort bedarf keiner überflüssigen Künsteleien, sondern einer einfachen starken Kunst, die sie in eindringlicher, den Augen wohlgefälliger Weise zur Geltung bringt.

Ein Goethewort sagt es knapp:

„Such er den redlichen Gewinn,
Sei er kein schellenlauter Tor
Es trägt Vernunft und rechter Sinn
Mit wenig Kunst sich selber vor“.

