

WERBEGRAPHIK

Die Werbegraphik ist ein Teilgebiet des großen gebrauchsgraphischen Gesamtkomplexes und der Sammelbegriff für alle jene zweckhaften graphischen Arbeitsgebiete, die im Dienste irgendwelcher werblichen Zielsetzungen stehen. Als Auftraggeber werbegraphischer Aufgaben kommen daher in erster Linie der Handel und die Industrie in Frage, die schon sehr früh die werbenden Kräfte einer künstlerischen Formgebung erkannten und ihren wirtschaftlichen Absichten nutzbar zu machen verstanden. Es wurde schon eingangs darauf hingewiesen, daß sich die Anfänge einer bewußten kaufmännischen Werbung mit Hilfe künstlerischer Darstellungsmittel bereits im Altertum nachweisen lassen und daß dieses wohl erprobte Verfahren auch nach den Stürmen der Völkerwanderung bald wieder in Aufnahme kam. Es handelt sich hier allerdings im Vergleich zu unserer Gegenwart nur um recht bescheidene Vorläufer werbegraphischen Schaffens, da die ganz anders geartete Struktur und Organisation der Wirtschaft in früheren Jahrhunderten noch keine ausgedehntere Werbung zuließ und auch noch nicht erforderlich machte. Erst der große Industrialisierungsprozeß und wirtschaftliche Expansionsdrang schuf hier im vorigen Jahrhundert jene notwendigen Voraussetzungen, auf denen sich eine zielbewußte Werbung und damit auch eine eigentliche Werbegraphik im modernen Sinne entwickeln konnten. Leider sind diese älteren Dokumente werbegraphischen Schaffens meist wenig erfreulich und unbefriedigend, da sie in jener unfruchtbaren Übergangsperiode entstanden, in der sich die Künstler von den profanen Aufgaben des Alltags bewußt fernhielten und ihre Lösung zwar gutwilligen und wohlmeinenden, aber doch nicht eigentlich schöpferisch begabten litho-