

Die Fotografie ist in der heutigen Werbung ein so allgemein verwandtes und weitverbreitetes Ausdrucksmittel, daß wir über dieser Selbstverständlichkeit meist ganz zu vergessen pflegen, wie neu hier doch eigentlich im Grunde ihr wirklich bewußter und produktiver Einsatz ist. Durchblättern wir nur einmal ältere Journale aus einer Zeit, in der die Fotografie schon zu einer recht beachtlichen Vollkommenheit entwickelt war, so werden wir trotzdem kaum ein mit fotografischen Mitteln gestaltetes Inserat antreffen. Erst nach der Jahrhundertwende mehren sich solche vereinzelt und unsicher vortastenden Versuche, die uns gegenüber den heutigen Leistungen recht primitiv und schüchtern anmuten. Es darf uns trotzdem nicht weiter befremdlich erscheinen, daß die doch immer auf neue Überraschungen und Sensationen bedachte Werbung erst verhältnismäßig sehr spät damit begann, ein so bequemes und vielseitig verwendbares Instrument wie die fotografische Kamera wirklich rationell in den Dienst ihrer vielgestaltigen Aufgaben zu stellen, da hier zunächst einmal rein reproduktionstechnische Hemmungen zu überwinden waren, die einer allgemeineren praktischen Auswertung der Fotografie in früheren Jahrzehnten gewisse Schranken setzten. Nachdem aber hier die neuzeitlichen Druck- und Reproduktionsverfahren, wie auch die allgemeinere Verwendung von Kunstdruckpapieren und nicht zuletzt die Vervollkommnung der Kamera selber sichere technische Grundlagen und günstigere Verwendungsmöglichkeiten geschaffen hatten, begann dann auch alsbald in der Werbung ein sich ständig steigerner Einsatz der fotografischen Mittel, der zeitweilig einmal sogar solche Ausmaße annahm, daß damals anscheinend alle anderen graphischen oder künstlerischen Ausdrucksmittel überflüssig geworden waren. Man konnte glauben, daß die Fotografie überhaupt erst eben entdeckt worden sei, denn es gab zu jener Zeit kaum noch ein Aufgabengebiet der Werbung, das sich ihrer nicht in irgendeiner und leider sehr häufig recht unzulänglichen Form bedient hätte. In dieser heute schon etwa 15 Jahre zurückliegenden Periode eines übersteigerten Verbrauches von Lichtbildern bildete sich auch das unter dem Namen der Fotomontage bekannte Verfahren heraus, das in einer Zusammenfassung und kompositionellen Verarbeitung von mehreren Lichtbildern besteht. Es darf nicht verkannt werden, daß in diesem Verfahren bei richtiger Auswertung große Möglichkeiten schlummern und daß es auch tüchtige Spezialisten gibt, die es in wirklich sachdienlicher und geistvoller Form zu handhaben wissen. Leider glaubten nun aber auch betriebsame Mitläufer und Nichtskönner, in der Fotomontage ein sehr bequemes und wohlfeiles Darstellungsmittel gefunden zu haben, und was sie zeigten, war zumeist nichts weiter als eine völlig unübersichtliche und unentwirrbare Zusammenhäufung von Bildern ohne jegliche geistige und ordnende Bindung, die nur den Beschauer verstimmte und die eine an sich gute und brauchbare Sache ein wenig in Mißkredit gebracht hat, so daß heute die Fotomontage wenigstens in Deutschland nur noch verhältnismäßig sparsam verwandt wird.