

Allgemeinheit, wie er sie ausspricht. In ähnlicher Weise hat sich auch M. Picard in zwei Aufsätzen „Zur Psychologie der Reklame“<sup>1)</sup> mit der Untersuchung reklamepsychologischer Probleme beschäftigt.

Aus der großen Zahl der Veröffentlichungen, welche nicht aus wissenschaftlichen Kreisen, sondern von Reklame-Fachleuten und -Schriftstellern stammen und in denen reklamepsychologische Fragen gestreift werden, sei hier nur auf solche hingewiesen, die für das Verständnis dieses Problems von einiger Bedeutung sind. Hierher gehört ein Aufsatz von Karl Rapp über „Willensskelette in der modernen Malerei“<sup>2)</sup>. Der Verfasser geht davon aus, daß die moderne Malerei — im Gegensatz zu der alten — Verstandes- und Willensmalerei ist und eine Willenserregung, Willensbeeinflussung bewirkt, dies besonders in der Plakatkunst. An Hand von Bildern wird gezeigt, wie bestimmte, wiederkehrende Kurven — Parabeln, Geraden, Kreisbögen<sup>3)</sup> — den Beschauer im Sinne des Malers beeinflussen, in ihm Gefühle hervorrufen und die Wirkung des Dargestellten unterstreichen. Mit Recht weist der Verfasser darauf hin, daß bisher diesen Hilfsmitteln zur Beeinflussung noch zu wenig Beachtung in der Plakatmalerei geschenkt werde, obwohl ihre Wichtigkeit gerade in dieser besonders groß sei. Bei den Plakaten muß grundsätzlich zwischen Außenplakaten (Affichen) und Innenplakaten unterschieden werden. Während die erstgenannten naturgemäß sich darauf beschränken müssen, den flüchtigen Blick des Vorübergehenden für kurze Zeit auf sich zu lenken und ihm einen Namen, ein Schlagwort etwa in Verbindung mit einer Ware zum Bewußtsein zu bringen, ist das Innenplakat, dessen Wirkungskreis das Wartezimmer eines Geschäftsbetriebes, eines Bahnhofes, ein Bahnwagen usw. ist, für eine länger dauernde Betrachtung unter Einstellung der Aufmerksamkeit darauf bestimmt. Für das Innenplakat haben deshalb weniger die Regeln der Plakattechnik Geltung als vielmehr die künstlerischen Be-

<sup>1)</sup> M. Picard, Zur Psychologie der Reklame. Zeitschrift für Handelswissenschaft und Handelspraxis. 6. Jahrg. 1913/14.

<sup>2)</sup> K. Rapp, Willensskelette in der modernen Malerei. Das Plakat 11. Jahrg. 1920, S. 431ff.

<sup>3)</sup> Diese Kurven usw. nennt der Verfasser Willensskelette.