

# TYPOGRAPHISCHER

# SATZ FÜR REKLAME

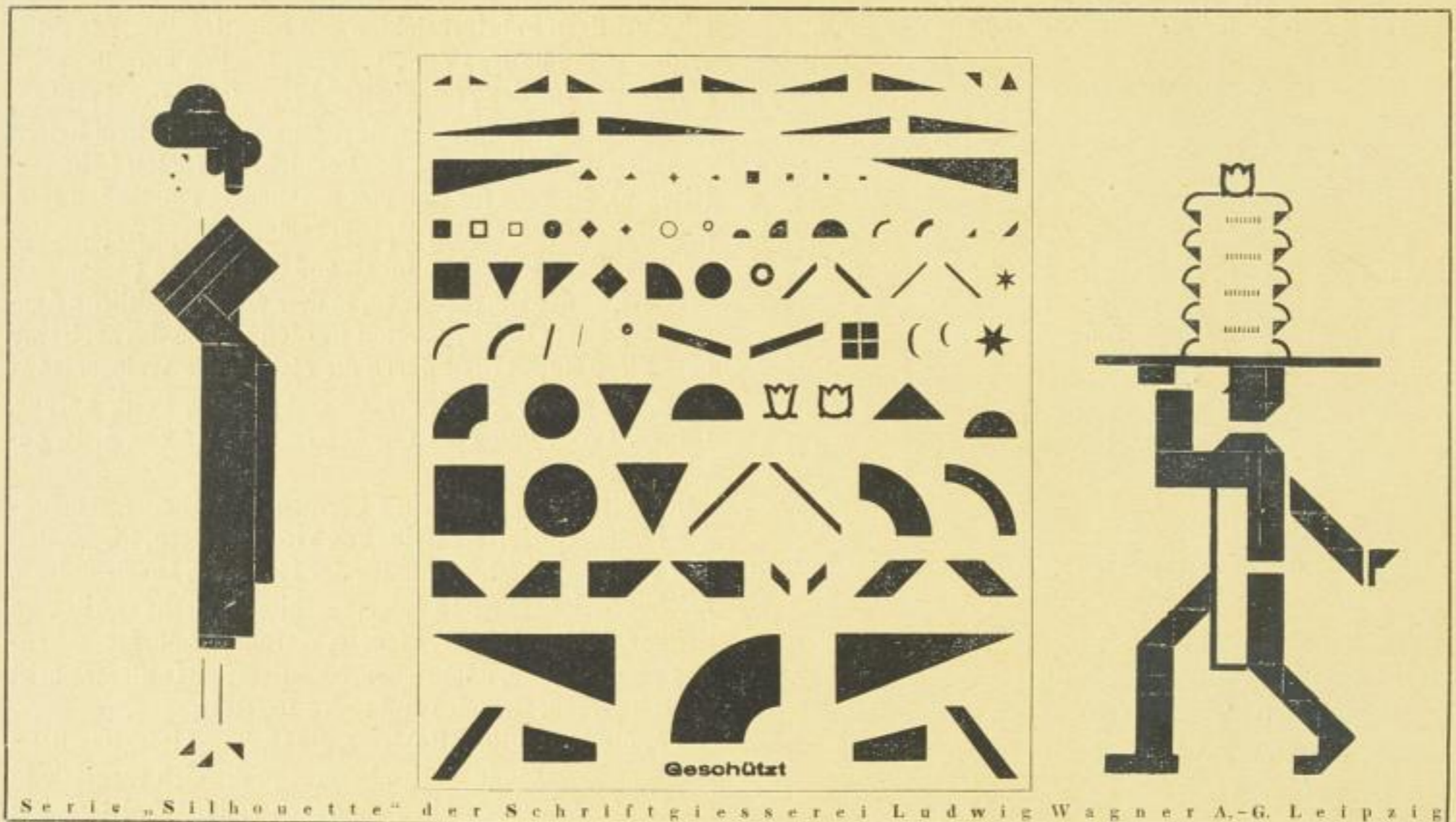
Der Hang zum Basteln ist von jeher in den Menschen vorhanden gewesen. Je nach den Berufsarten der Menschen ist dieser Bastelsinn mehr oder weniger stark ausgebildet. Auch bei den Buchdruckern hat es zu allen Zeiten wahre Bastelkünstler gegeben. In unsern Berufskreisen hat man für derartige Künstler den schönklingenden Namen „Akzidenzsetzer“ erfunden.

Und was haben die Akzidenzsetzer in frühern Zeiten alles gebastelt und gebaut? — Da wurden Bilder und Landschaften aus zerschnittenen, zerfeilten und verholbelten Linien-



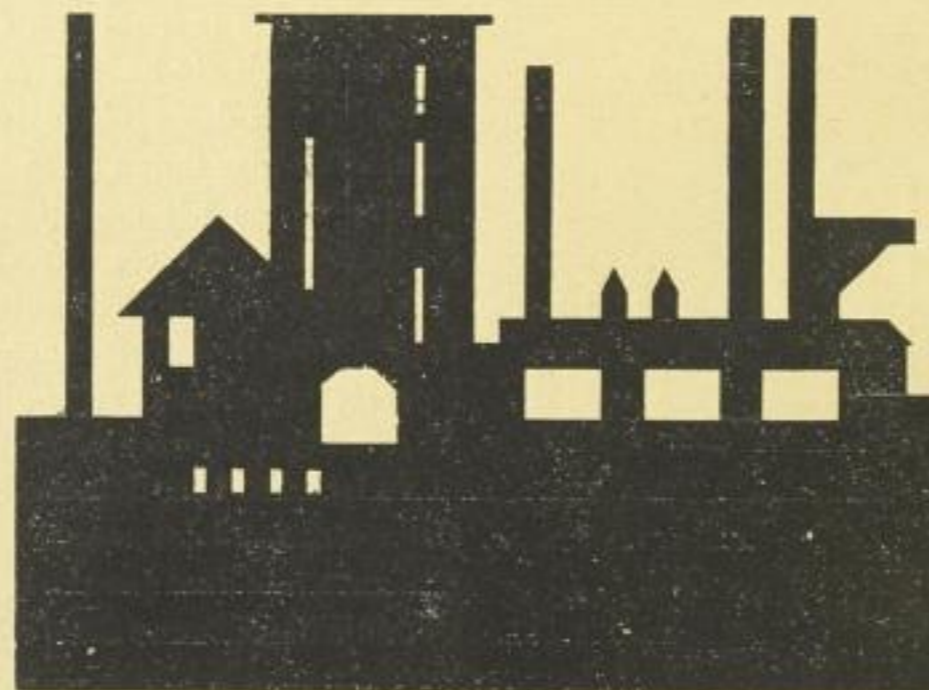
Beherrschung des Materials nach jeder Richtung hin voraussetzten. Dauernder und bleibender Wert war nur wenigen solcher Arbeiten beschieden und eine Verwendbarkeit für die Praxis des Berufes war selten vorhanden. Weitere Verbreitung fand jedoch die Nachbildung von Buchstaben und Einzelzeilen, die aus dem typographischen Material zusammengesetzt wurden.

Mit der Neurenaissance der Buchdruckerkunst fertigten Künstler und Graphiker von Ruf, wie Ehmcke, Kleukens, Belwe und Bernhard rein typographische Entwürfe an.



stückchen „gesetzt“; Gutenbergbildnisse und Buchdruckerwappen entstanden aus vielen winzig kleinen Punkten, Landkarten wurden mit Gips und Mörtel „gebaut“ und noch manches andre aus typographischem Material geschaffen, was selbst heute noch den künstlerisch vor- und durchgebildeten Akzidenzsetzern Staunen und Bewunderung abnötigt. Wenn wir jetzt einmal diese verschiedenen Satz-künsteleien betrachten, so finden wir auch in ihnen den Stil der Zeit ausgedrückt, in der sie entstanden sind. Abgesehen von wenigen Ausnahmen waren es technische Spielereien, die zwar von ihren Verfertigern hervorragende

Unter dem Einfluss dieser Künstler entstanden neue Grundsätze für den typographischen Satz. Raumverteilung, edle Linienführung und sinngemässe Verwendung der Schrift



wurden zum grossen Teil Allgemeingut der Typographen. Vor kurzem trat nun die Hamburger Kunst-Gewerbeschule mit typographischem Ornamentalsatz auf, der so recht den Stil der heutigen Zeit verkörpert. Die heutige Reklame wird beherrscht von den grotesken Formen der Deffke, Kersting, Schulpig, Bernhard und andern. Die knappe kurze Form der Waren-, Handels- und Messezeichen feiert heute ihre Triumphe. Das Eckige und Kantige in Verbindung mit