

AUSSTATTUNG MODERNER ANZEIGEN

VON KARL KRÄMER / STUTTGART

Inseratentwürfe von Paul Nagel, Kassel

PIANO
STIMMUNGEN
REPARATUREN
BEFILZUNGEN
CARL SCHEEL
KÖLNISCHE STRASSE 33-35 • FERNSPRECHER 291

Beim Satz von Anzeigen muß man sich vier Fragen als Norm zugrunde legen: *Wer* ist es? *Was* ist es? *Wann* ist es? *Wo* ist es? Auf diese Weise erhält man eine Übersicht für eine gute Aufteilung des Anzeigentextes, die dem Satzarrangement zugute kommt. Die Anzeige eines Kaufmanns zum Beispiel muß hinsichtlich der Satzherstellung sofort erkennen lassen, *wer* die Ware verkauft, *was* der Kaufmann anpreist, *wann* und *wo* die Ware zu haben ist, das heißt, wo sich das Geschäftslokal des Inferenten befindet. Daß außer diesen grundlegenden Erfordernissen auch noch sonstige Punkte zu beachten sind, ist selbstverständlich und kann nur von Fall zu Fall entschieden werden. Zu beachten sind beim neuzeitlichen Inferatenatz folgende Hauptmerkmale: 1. einheitliche Gesamtwirkung; 2. sinngemäße Gliederung des Textes; 3. geschlossenes Satzbild, das heißt: auf Flächenwirkung hinarbeiten; je weniger Schriftgrade, desto besser; 4. übersichtliche Anordnung der einzelnen Textgruppen.

Dabei darf eine gewisse Keckheit nicht außer acht gelassen werden, das heißt: eventuell notwendige Umstellungen des Textes vorzunehmen, wenn sich dadurch ein wirkungsvolleres Arrangement erzielen läßt. Denn der oberste Zweck der Anzeige soll sein: aus dem großen Wust der Tageszeitungsinferate durch besondere Eigenart hervorzutreten. Bei größeren oder komplizierten Inferaten mache man sich eine wenn auch flüchtige Skizze, an Hand deren man vor der Satzausführung eher ein Bild bekommt bezüglich zweckmäßiger Raumaussnutzung, Stellung der Schlagzeilen zu den einzelnen Textgruppen und über die Flächenwirkung. Sehr wichtig ist die *Raumverteilung* sowohl innerhalb des Satzbildes wie auf der Papierfläche. Überhaupt sollte die Kunst, durch geschickte *Anordnung leerer Räume zu wirken*, auch beim Inferatenatz mehr geübt werden. Die Raumgestaltung stellt an das Schönheitsgefühl des Setzers große Anforderungen, denen so mancher nicht gewachsen ist, da die feine Wirkung leerer Räume bei Inferaten leider noch viel zu wenig beachtet wird. Viel weißer Raum zwischen Umrahmung und Schrift wirkt stets auffallend und wohltuend zugleich. In solchen Fällen erzielt man gerade mit *einer* Schriftgarnitur, deren einzelne Grade der Bedeutung der verschiedenen Hauptzeilen oder Textgruppen entsprechend sorgfältig abgewogen werden müssen, die besten Wirkungen.

Die kräftigste Zeile stehe möglichst nicht unter der Mitte des Satzformates. Wird die Firma zuerst genannt, so sei sie im allgemeinen die Hauptzeile, gegen die der angepriesene Gegenstand etwas zurücktritt. Steht dieser im Texte vor der Firma, so bildet er die größte Zeile. Beim Unterstreichen von Zeilen ist Vorsicht geboten, besonders bei nicht umrandeten Anzeigen, weil dann der Strich sehr leicht ein Zerreißen der Anzeige bewirkt. Was die Gestaltungsmöglichkeit bei der Satzausführung betrifft, so ist dem Erfindungsgeist des Setzers ein weites Feld der Betätigung gegeben. Der *titelförmige* Satz hat beim Inferat auch heute noch einen breiten Raum, weil sich mit ihm verhältnismäßig schnell arbeiten läßt und er an das Können des Setzers keine allzu hohen Anforderungen stellt; immerhin kann auch bei dieser Satzart dem modernen Geschmack Rechnung getragen werden. Die Hauptsache ist dabei das richtige Abwägen der Stärke- und Größengrade für die hervorzuhebenden Zeilen. Der Reihensatz, wie er bei größeren Anzeigen häufig vorkommt, kann nach den allgemeinen Satzregeln behandelt werden, nur ist dabei empfehlenswert, Verfalien und Unterstreichungen nicht anzuwenden; Verfalien lassen sich für die an das Inferat zu stellenden Anforderungen nicht flüchtig genug, und Unterstreichungen machen das Satzbild unruhig. Auch die in dieser Art ausgeführten Preisaufstellungen dürfen nicht allzu komprimiert gehalten sein, und die Preise müssen, wenn möglich, freistehend hinten hinausgerückt werden, wodurch dem Leser ein schnellerer Überblick und besserer Vergleich möglich ist. Beim Gruppensatz kommt noch immer der blockartige Satz in Frage, doch ist bei seiner Anwendung Vorsicht nötig; denn oft wird bei ihm das Zusammengehörige auseinandergerissen und das fachlich Unzusammenhängende eng verbunden. Der Block ist auch heute noch verwendbar, wenn die Fassung des Anzeigentextes das Hervorheben des Wesentlichen dabei ohne weiteres mit sich bringt. Mit Vorteil läßt sich der Gruppensatz bei Anzeigen in reinem Verfalienatz anwenden. Hierbei