

Neue Anzeigengestaltung. Untenstehend geben wir ein Anzeigenbeispiel wieder in zweifacher Ausführung. Die Kollegen werden sofort erkennen, daß es sich bei der ersten Ausführung um eine Satzgestaltung handelt, die vor etwa zehn Jahren schon mode war. Man kann den Kollegen aber kaum einen Vorwurf darum machen, weil nämlich auch der Anzeigentext nicht der Neuzeit entspricht. Bei einem Vergleich der beiden Texte wird jeder unbefangene Leser ohne weiteres feststellen können, daß in dem neuzeitlich gestalteten Inserat der Inhalt der Anzeige unter der knappen Fassung des Textes nicht gelitten hat. Alles Wesentliche ist gesagt, alles Überflüssige ist weggelassen worden. Es ist doch selbstverständlich, daß die Firma sich empfiehlt, wenn sie inseriert. Es ist nicht notwendig, daß man im Inserat auf die rauhe Jahreszeit aufmerksam macht, wenn es schon in der rauhen Jahreszeit aufgegeben wird. Daß das Lager eines Bekleidungshauses reich ausgestattet ist, sollte man voraussetzen. Wenn der Inserent durch seine Anzeige Lodenmäntel verkaufen will, dann genügt es schließlich vollständig, wenn er die Käufer oder die Reflektanten für Lodenmäntel durch ein schlagkräftiges Wort darauf aufmerksam macht. Man stelle sich die beiden Anzeigen in einer Reihe gleichartiger auf der Zeitungsseite untergebracht vor, dann wird man zu der Überzeugung kommen, daß die Firma mit der Anpreisung in neuzeitlicher Gestaltung weit mehr Erfolg haben dürfte als mit der Anzeige in althergebrachter Satzanordnung. Durch die neue Gestaltung kommt Luft in die Anzeige hinein, und auch der weiße Raum zieht den Blick auf sich.

Wo stehen wir heute?

Nach Erscheinen des Sonderheftes „elementare typographie“ 1925 und des Buches „Die Neue Typographie“ 1928 hat sich die Theorie der neuen Typographie mit der Wirklichkeit auseinandersetzen müssen. Diese Theorie enthält Forderungen an Schrift und Aufbau.

a) *Schrift.* Ursprünglich wurde die *Grotesk* als die *alleinige* Schrift der Gegenwart erklärt. Heute ist festzustellen, daß es nicht möglich ist, mit der Grotesk allein auszukommen. Zweifellos ist sie die *typische* Schrift unserer Zeit. Sie ist durchaus keine Modeschrift, sondern der deutlichste Ausdruck unserer Absichten. Sie wird auch nicht unmodern dadurch, daß interessierte Kreise immer wieder behaupten, sie sei unmodern geworden. Mit größerem Recht könnte man behaupten, die *Zeit* sei noch nicht reif für die Grotesk. Es ist äußerst unwahrscheinlich, daß die Grotesk in absehbarer Zeit durch eine „modernere“ Schrift abgelöst wird. Eine Formwandlung der Grotesk selbst ist ebenfalls einstweilen nicht vorstellbar. Auch die neueren Groteskschriften sind nichts wesentlich Neues gegenüber den alten. Die Grotesk ist die Schrift der Gegenwart, wie die gotische Schrift die Schrift des ausgehenden Mittelalters war, oder wie die neue Baukunst die Architektur unserer Zeit ist.

(Es ist übrigens ziemlich unwichtig, welche Grotesk man vorzieht. Es gibt unter den neuen manche mit einem unmodernem Aussehen; aber auch die älteren sind nicht ohne Mängel. Man darf die Einzelform in ihrer Bedeutung für den Gesamtaufbau, der die wirkliche Aufgabe des Setzers ausmacht, nicht zu wichtig nehmen. Einem schlechten Setzer nützt eine gute Grotesk kaum, während ein guter Setzer auch mit schlechteren Groteskschriften hervorragende Arbeiten herstellen kann.)

Die Zahl der auf uns einstürmenden Drucksachen ist aber zu groß, als daß man sie alle aus einer Schrift setzen könnte. Die rein technischen Möglichkeiten, die einstweilen eine Durchführung der Grotesk als Alleinschrift verhindern, wären in einigen Jahren zu schaffen. Aber dahin wird es einstweilen nicht kommen. Für uns Heutige ist *eine* Type für alle Zwecke auf die Dauer zu *langweilig*. Ein Anzeigenteil zum Beispiel aus einer Schrift (wenn auch in verschiedenen Fetten und natürlich auch in verschiedenen Graden) ist nicht „anziehend“, weil nicht abwechslungsreich genug; er wird kaum oder nicht gelesen. Ein sehr geschickter Typograph kann wohl auch mit der Grotesk allein den Anzeigenteil geistreich gestalten; doch stehen dann die Mühen meistens bereits in einem Mißverhältnis zur Schwierigkeit der Aufgabe. — Neben dem *Aufbau* selbst können aber auch die *Teile* abwechslungsreich gestaltet werden. So bietet heute die *Photographie*, als sinnerfüllte Form, besonders große Wirkungsmöglichkeiten. Aber nicht immer steht eine geeignete zur Verfügung; ihre Herstellung ist oft zu umständlich, die Wiedergabe häufig zu teuer. — Auch die *Farbe* kann natürlich das andere Aussehen einer Drucksache bestimmen. — Aber das Hauptmittel des Setzers ist die *Schrift*: die Abwechslung in den Schriftarten! Allzuoft gebraucht, langweilt auch die schönste Schrift sowohl Leser wie Setzer. Langweiligkeit ist jedoch in der Werbung ein Fehler. Einen Vergleich bieten die Firmenschilder in Frankfurt am Main, die alle in Grotesk gemalt worden sind, wenn auch in verschiedenen Farben und Größen. Das Ergebnis ist eine tödliche Langweiligkeit. Das muß man feststellen, auch wenn man, wie ich, die neue Bautätigkeit Frankfurts und ihre Ergebnisse bejaht. Natürlich soll uns auch die Type selber gefallen; darum sucht man ja immer vor dem Entwurf nach den „schönsten“ Typen. Jede Zeitspanne zieht andere Schnitte vor. Heute bevorzugen wir Typen, die man vor zehn oder mehr Jahren nicht selten in die Zeugkiste wandern ließ, jedoch nicht wesentlich andere als vor 100 Jahren. Wenn nun wieder Egyptienschriften und fette Antiqua auftauchen, so bedeutet das doch nicht, daß diese moderner seien als die Grotesk! Diese alten Schriften wirken, ähnlich der Grotesk, auf uns neutral und unpersönlich; durch ihre Anwendung betont man das Neue des Aufbaus (individueller Aufbau aus neutralen Formen). Sie wirken noch stärker, wenn man sie nur als Titelschriften zu einer Grotesk als Grundschrift verwendet. Damit nimmt man ihnen auch den historischen Geruch. Sie sind eine Abwechslung; sie heben die Grotesk, und die Grotesk

Wir empfehlen für die rauhe Jahreszeit eine Besichtigung unserer reich ausgestatteten Lager in Überkleidern aller Art. Besonders weisen wir auf

Lodenmäntel

hin, die wir in reicher Auswahl billig und wirklich gut an unserm Lager halten

*

E. Beck, Bekleidungshaus, Innsbruck
Andreas-Hofer-Straße 19

billig
und wirklich
gut

Lodenmäntel

eugen beck
innsbruck, andreas-hofer-str. 19