

festdrucksachen, die entweder wie empfangsbescheinigungen oder meßkataloge aussehen, und inserate, die nach änderung des textes sich in eine einladung zur hochzeitsfeier verwandeln könnten! darin liegt kein fortschritt; denn schon zu zeiten der freien richtung schlug man alles über einen leisten und setzte titel, glückwunschkarten, empfehlungen und inserate in verblüffender ähnlichkeit. sachlichkeit ist etwas anderes. sachlich gestalten heißt: jeder drucksache ein anderes aussehen geben, und zwar in dem sinne, wie es ihre funktion verlangt. es ist leider vielen leuten gleich, wie das aussieht, was sie lesen; aber das ist *unkultur*. die gestaltung tritt hinzu: aber sie darf nichts anderes als das lesen erleichtern!

so viel kann man heute mit sicherheit behaupten: die sachlichen tabellen und formulare sind die besten vertreter des neuen stiles. sie haben sich sehr gewandelt; aber im grunde sind sie unproblematisch geblieben, eben weil in ihnen die funktion jede andere wirkung übertönt, weil sie reine zweckdrucksachen sind. sie sind die sachlichkeit selbst. und was man mitunter bei den kategorien der mehr bevorzugten drucksachen, der fest- und reklamedrucksachen, nur schwer erkennen kann — ihre funktion nämlich —, das tritt uns hier am reinsten entgegen. und gerade weil sie die einfachste unter allen kategorien der druckkunst darstellen, sollte man sie in kursen und rundsendungen mehr beachten. willi mengel, frankfurt a. m.

### Neuzeitliches Gestalten . Raum, Type, Linie, Photo

Drucksachen, die nicht den sachlichen Erfordernissen entsprechen, sind unvollkommen und deshalb umgestaltungsbedürftig. Jede Geschäftsdrucksache ist die Vertreterin der Firma, weshalb sie nur in einem zeitgemäßen, würdigen Gewand Eindruck machen und empfehlend wirken kann. Wenn der so nötige *Dienst am Kunden* Erfolg haben soll, müssen Zweckmäßigkeit, Klarheit und Sachlichkeit praktisch erfüllt sein. Die Gestaltungsentwicklung gewinnt nun in der Bürodrucksachenfamilie an Boden. Es genügt allerdings nicht, daß nur der in der Werbetruppe an der Spitze marschierende Briefbogen mit seinem unmittelbaren Gefolge — Rechnung, Mitteilung und Geschäftskarte — als Repräsentanten ihres Hauses gelten, sondern es müssen *alle zur Werbetruppe* gehörenden Drucksachen sich als würdige Vertreter vorstellen können. Für ihre Ausführung ist selbstverständlich die Beachtung der DIN-Normungsvorschriften anzuraten und in der Praxis auch anzustreben. Es wird leider von den Drucksachen-Annahmestellen auch heute viel zu wenig Wert auf die Normung der Formate usw. gelegt. Wie soll da die Kundschaft sich anders einstellen? Dringend zu wünschen wäre es deshalb, daß in den Kontoren der Druckereien der Normungsgedanke weit mehr Verbreitung und Unterstützung fände.

Je mehr durch reine Schrifthanwendung mit wenigen Mitteln ein klarer Aufbau erreicht und somit beim Lesen eine schnelle, den Zweck erfassende Wirkung erzielt wird, desto zweckmäßiger und sicherer wird die Drucksache ihre Aufgabe erfüllen. Ihr Aufbau wird weniger durch die Form der Schrift, als vielmehr durch die voranzustellende Lesbarkeit nach *zweckwichtigen* Gesichtspunkten bestimmt. An Stelle des verblaßten Zierats ist eine sehr verfeinerte Abwägung der Flächenverhältnisse und der Schriftgrade in Verbindung mit der Linie getreten. Die Auflockerung der Form — das gegenwärtige Schlagwort — ist herangereift, um die Typographie von der Sucht des Formenschmiedens freizumachen. Die Type ist *vollwertiger* Faktor geworden, sie ist und bleibt das Hauptmittel des Setzers sowie das Hauptelement der Drucksache. Die oft ganz reizvoll wirkende Mischung der Schriftarten birgt gute Lösungen in sich. Im allgemeinen wird es aber gut sein, bei einer Schriftart, also in der Familie zu bleiben, die durch magere, halbfette, dreiviertelfette und fette Typen ebenfalls die oft erwünschte Abwechslung ermöglicht. Auf die noch immerwährenden Verstöße des Zu-groß-Setzens muß besonders hingewiesen werden. Die Linie herrscht als einfachstes Element. Sparsam und mit Gefühl angewendet, ist sie ein vorzügliches Belebungs-, ein Zeilen- und Raumbetonungsmittel. Ein in Liniensatz ausgeführtes Kurzzeichen oder Wort, das die Ware oder die Firma gut charakterisiert, gibt oft der Drucksache erst den rechten Schluß. Ein wichtiges Glied in der Kette der neuzeitlichen Gestaltung ist das Sachphoto. Materialreiz und -wirkung können nicht besser veranschaulicht werden. Meistens scheidet aber seine Verwendung daran, daß geeignete Aufnahmen fehlen und vorhandene selten befriedigen. Nicht zu vergessen sind auch die Farbe und das Papier, wenn Gutes zustande kommen soll. L.öbermann, Kassel



Entwurf von Hans Ziegler, Kassel

