



Abb. 188. Bruno Paul: Anzeigenzeichnung (Zu Seite 163)

Schriftart in verschiedenen Graden auf jeder einzelnen Seite oder mindestens innerhalb jedes einzelnen Inserates entgegensteht, vermag ich nicht einzusehen. Durch geschickten Satz können die Anzeigen auch beim Gebrauch einer einzigen Schriftgattung sehr wohl deutlich voneinander abgehoben werden. Wie schöne Wirkungen insbesondere bei Anwendung unserer Künstlerschriften, der „Eckmann“, der „Behrens“, der Huppschen „Neudeutsch“ und des zugehörigen Ziermaterials erreicht werden können, wenn der Setzer sie geschmackvoll zu verwenden versteht, zeigen die Satzproben der Schriftgießereien Gebrüder Klingspor, Flinsch u. a.

Für die Anzeige in den Tageszeitungen haben die Künstler bisher nicht allzuviel beigetragen. Freilich sind ihrer Beteiligung hier auch ziemlich enge Schranken gezogen. Eine flott geschwungene, kräftige Umrahmungslinie oder eine rein lineare Zeichnung, wie sie A. Hayduk in großer Zahl für das Kaufhaus des Westens entworfen hat, kommen freilich stets zur Geltung; größere schwarze Flächen wirken im Druck oft zu grau und unkräftig und auf Halbtöne wird am besten verzichtet, da Nachzügen auf dem schlechten Holzpapier unserer meisten Zeitungen nicht so befriedigend vervielfältigt werden können, daß der Eindruck der Ankündigung auf den Beschauer und Leser ein günstigerer wird. Immerhin hat das künstlerische Inserat in den letzten Jahren erheblich an Ausdehnung gewonnen. Ein paar Zeichnungen von Reznicek und Bruno Paul (Abb. 188) in Münchner Zeitungen fielen mir zuerst auf; verschiedene andere Münchner Künstler sind gefolgt und Berlin hat verschiedene Spezialisten auf diesem Gebiet, wie den bereits genannten