

wirkung, die Beeinflussung des Lesers, bestehen, und sie muss notgedrungen einmal Früchte tragen, da gerade diese Art der Beeinflussung sich frei von jeglichem Vorurteil und Interesse an einem Für oder Wider hält. Es liesse sich sogar noch eine weitere Folgerung aus dem eben Gesagten herleiten, die uns zwar im ersten Augenblick ein Lächeln aufnötigt, schliesslich aber doch als richtig anerkannt werden muss. Diese Folgerung führt uns zu der Ueberzeugung, dass alles, was z. B. in dieser Arbeit über Reklame gesagt wird, selbst eine Beeinflussung des Lesers ist, oder, um uns anders auszudrücken, dass in diesen Zeilen für die Anwendung der Reklame ebenfalls Reklame gemacht wird. Seltsam, aber wahr!

Nachdem wir uns so mit dem Wesen der Reklame vertraut gemacht, wollen wir noch die Anwendung derselben in den Kreis unserer Betrachtungen ziehen. Aus den vorstehenden Ausführungen haben wir gesehen, dass die direkte Reklame — und diese kommt für den kleinen Geschäftsmann wohl nur allein in Betracht — durch eine stetige Wirkung ihre Erfolge erzielt. Das gilt von der durch Anzeige bewirkten Reklame wie auch von derjenigen, welche durch Verteilung von Drucksachen erfolgt. Hiergegen wird jedoch in einer so fahrlässigen Weise gesündigt, dass man sich über die Erfolglosigkeit der also getriebenen Reklame auch nicht im geringsten wundern kann.

Im allgemeinen kann man bei unseren kleinen Geschäftsleuten die Beobachtung machen, dass sie nach Aufgabe einer oder, wenn viel, von zwei Anzeigen die Hände beruhigt in den Schoss legen und auf die Erfolge ihrer „Reklame“ warten, wenn diese aber ausbleiben, wie Rohrspatzen auf die ihrer Ansicht nach ganz zwecklose Geldausgabe schimpfen, wie auch auf die, welche hierzu geraten haben. Ganz recht, die Ausgaben, welche derart ziellos und ohne Ueberlegung gemacht werden, haben tatsächlich fast gar keinen Zweck, doch die Schuld trifft nur allein den, der so zweck- und ziellos arbeitete. Anstatt zweier grösserer Anzeigen vielleicht 10 bis 20 kleinere zu setzen, das ist schon eher etwas, das Berechtigung hat und auf Erfolg rechnen kann. Wer monatlich oder gar nur vierteljährlich einmal in der Tagespresse inseriert und die Anzeigen dann noch verhältnismässig klein hält, der kann nie von sich sagen, dass er Reklame getrieben. Man wird es als Grundsatz annehmen können, dass man seine Anzeigen um so viel grösser und ebenfalls auch auffallender ausstatten muss, je weniger man inseriert. Bei öfterem oder regelmässigem Erscheinen von Anzeigen haben diese auch in kleinerem Umfange mehr Wirkung, da sie eben so und so viel mal mehr Tausenden von Lesern zu Gesicht kommen, wohingegen die grossen Anzeigen immer nur in einigen Malen erscheinen können. Da schliesslich auch der Kostenpunkt der ersteren Insertionsart bei richtiger Disposition sich günstiger stellt, so ist es ratsam, und zwar besonders, wenn die Mittel, die zur Reklame verfügbar, keine grossen sind, in dieser Weise vorzugehen.

Nicht viel anders verhält sich die Sache mit der durch Drucksachen betätigten Reklame, nur liegt das Gebiet schwieriger. Man muss auch hier auf stetige Wirkung Wert legen, wenn man Erfolg erwarten will. Aus diesem Grunde wird man etwaige Schilder oder zum Aushang bestimmte Drucksachen sowohl packend, als auch sonst mit Sinn und Geschick abfassen. Doch ist davor zu warnen, zuviel in diesen Sachen auszugeben, da feststeht, dass diese Reklame weit weniger Wirkung hat. Dagegen kann man der Verteilung billigerer Drucksachen (sei es als Zeitungsbeilagen oder durch Verteilung dritter Personen) mehr zuwenden.

In vorstehendem dürfte wohl das Hauptsächlichste gesagt sein, was über das Wesen der Reklame und die Anwendung der letzteren in gedrängter Kürze zu sagen wäre. Soviel man aber auch schreiben oder reden mag: Der Erfolg wird immer dem zufallen, der aus eigener Initiative heraus mit weitschauendem Blick seine Massnahmen trifft, sicher und unentwegt seinem Ziele zustrebend. Wenn auch sonst schon oft hervorgehoben wurde, dass der kleine Geschäftsmann sozusagen als Feldherr in seinem Kreise, entsprechend den jeweiligen Verhältnissen, seine Anordnungen treffen, etwa gegebene, die aber schon durch die Umstände überholt werden können, rechtzeitig abändern muss, so trifft dieses für das Gebiet der Reklame ganz besonders zu. Wie überall Talente auftauchen, sind auch hier verschiedene Personen

besonders begabt und können ihre Fähigkeiten vorteilhafter verwerten. Das soll aber niemand abhalten, danach zu streben, selbst den Erfolg an seine eigenen Ideen und für seine Arbeit oder Ware zu fesseln. Wie überall Ausdauer zum Ziele führt, so hier erst recht: Ausdauer und immer wieder Ausdauer ist der erste Schlüssel, mit dem das anscheinend so geheimnisvolle Schloss „Reklame“ geöffnet werden kann.

### Noch Einiges über Prof. M. Meurers „Pflanzenformen“ und das Ornamentzeichnen. I.

Unsere, in den Nrn. 11 und 12 unserer Fachzeitschrift erschienene Abhandlung über obiges Thema hat mehrfaches Interesse erweckt, aber auch manche Frage offen gelassen, offen lassen müssen, da es sich mit der Besprechung ja nur um einen Hinweis auf das noch viel zu wenig gewürdigte Werk Prof. Meurers handeln konnte. Zum vollen Verständnis dessen, was Meurer will, bedarf es unbedingt des Studiums des ganzen Werkes oder einer diesbezüglichen Anleitung seitens eines im Meurerschen Sinne lehrenden Zeichenlehrers, etwa in einem einzurichtenden Fachkurse oder in Fach- und gewerblichen Schulen. In modernem Geiste geleitete Fachschulen erscheinen überhaupt als ein schreiendes Bedürfnis, das im Interesse der Gesundung unseres Kunstgewerbes nicht länger von der Hand gewiesen werden kann. Wenn man sieht, was England in seinen Handwerkerschulen leistet (vielleicht können wir später einmal näher darüber referieren), so ist es kein Wunder, dass England an der Spitze der Kunstindustrie marschieren kann. Die dort angewandten Mittel haben sich schon jetzt reichlich verzinnt.

Wer aber auf das Selbststudium angewiesen ist, und das werden die meisten Interessenten sein, der möge sich, sofern er sich nicht das Werk als ständigen Besitz selbst anschaffen kann, in den grösseren staatlichen oder städtischen Bibliotheken, Zeichensälen u. s. w. darum bemühen. Dem Fachmann, der nicht nur die Aufgaben der Uhrenmechanik beherrschen, sondern auch, den alten Meistern gleich, das Aeussere der Uhren selbständig entwerfen und künstlerisch ausgestalten will, ist in dem Meurerschen Werke eine unschätzbare Anleitung und Anregung geboten. Wem aber die Originalquelle nicht zugänglich wird, für den seien nachfolgende Erläuterungen, die nur einen schwachen Ersatz für das Studium des Originals darstellen, gegeben.

An Hand der einzelnen Kapitel soll versucht werden, ein noch klareres Bild der logisch so entwickelten Meurerschen Methode zu geben. Die Frage, warum wir überhaupt in den Bau- und technischen Künsten Naturformen zu verwenden gezwungen sind, beantwortet Meurer damit, dass er sagt: „Die Natur gibt uns die Normen für die Disposition unserer Kunstwerke von ihrem einfachsten Schema bis zu den entwickeltsten Anordnungen ihrer Formen. Die centralen und symmetrischen Gruppierungen, die Gedanken der Achsenbildungen und Richtungen, die proportionellen und rhythmischen Gliederungen, welche die natürlichen Formen aufweisen, kehren in allen Werken der technischen Künste (von den rohen Erzeugnissen frühesten Kulturstufen bis zur vollendetsten Kunstform) wieder.“ Die Erfindung der Kunstformen konnte und kann sich demnach nur innerhalb der natürlichen Gesetze bewegen, die dem Menschen in seinem eigenen Körper, seinen Leibesorganen und dem durch sie bedingten Denken förmlich eingewachsen sind. So sehen wir in der Form des Stuhles (Sitzmöbel) genau die Proportionen und Richtungen des sitzenden menschlichen Körpers wiedergegeben, ja selbst die Grundrisse unserer vollendetsten gotischen Kirchenbauten sind nichts anderes als eine Vertikalprojektion des Menschen: Der runde Altarraum (Apsis): das Haupt, die Quer- oder Seitenschiffe: die Arme, das Längsschiff: der Körper und die beiden vorgeschobenen Türme: die Füsse. In ähnlicher Weise hängen alle technischen Kunstwerke, oft auch ganz unwillkürlich, von äusseren Formen der Naturerscheinungen ab.

Am technischen Kunstwerke sind zwei Formenelemente auseinander zu halten: die sogen. Zweckform, die eigentliche, durch den Zweck bedingte Konstruktion, und die Kunstform.

... auf entwe  
... dersch  
... ist wie  
... nichts w  
... die Säul  
... von sein  
... dalkes, de  
... Gärten des  
... andröv-I  
... anke  
... saren We  
... zu befreie  
... tätigen Ge  
... die Art Bi  
... Verkör  
... verändere  
... Verbildes, v  
... sacht.  
... wendung d  
... Gosta  
... centralen  
... w. verwend  
... Basen in  
... abhängende  
... Verfolger für  
... haben den u  
... en entnomm  
... menschen Ers  
... der regel  
... menschlichen  
... Proportione  
... willkürlich r  
... Tel auch die  
... in Massen, d  
... die Ausladung  
... der gering  
... miss: der K  
... ngen und br  
... is Otten und  
... — durch k  
... von Tierer  
... finden wir  
... hängig relig  
... gerung der a  
... Stanbilder  
... symbole sind:  
... Faunen u. a.  
... Fuchs (Kraft u  
... die Lilie (Uns  
... gehören auch  
... Götterköpfe. I  
... die Eigensch  
... symbolisier  
... Kapitel II  
... Normen in d  
... nachdem w  
... Formen vo  
... tätigkeit er  
... umändes.  
... ma. dass  
... sondern  
... von des  
... ung der  
... gedankl  
... B. die  
... entriek  
... z. seiner  
... later  
... verwi  
... die A  
... in sel  
... auch