

WERBEMITTEL DES HOMMEL-KONZERNS / MAINZ

VON INGENIEUR DEGEN, WIESBADEN

WENIG Wert wird im allgemeinen neben dem rein Zweckhaften in der Darstellung der im Inserat, Flugblatt usw. gebrachten Maschine oder Werkzeugart auf eine sinnfällige, den Blick- und Gedankenreiz des Lesers beeinflussende Ausführungsform gelegt werden, davon gibt ein Durchblättern technischer Zeitschriften noch heute ein beredtes Zeugnis. Ähnlich erging es auch den Schutzmarken bzw. Firmenzeichen, welche die Werke sich zum schnellen Kenntlichmachen ihrer Erzeugnisse zugelegt hatten. — Man kann diese Art souveräner Hinwegsetzung über die von allen übrigen Industrien längst erkannte bestimmte Regelung der Werbung als ein Zeichen für den hohen Stand der deutschen Technik auffassen, der keiner weiteren Ausschmückung bedarf.



Hommel-Wächter

Die Firma Hommel hat in der Erkenntnis der vorstehenden Gesichtspunkte neben einem eigenen Werbebüro Professor Lucian Bernhard, Berlin, zur künstlerischen Beurteilung und Ausführung ihrer Zeitungs- und Druckschriftenpropaganda herangezogen, und die nachfolgenden Blätter bringen Auszüge der von diesem Künstler für den Hommel-Konzern ausgeführten Inserate. Die Richtlinien, nach denen eine Zusammenarbeit zwischen Professor Bernhard und der Werbeabteilung in Mainz erfolgt, sollen nachstehend kurz erläutert werden. Eine Niederschrift des vollständigen Hommel'schen Werbeprogramms würde zu weit über den Rahmen dieser Zeitschrift hinausführen.

Es kam zuerst darauf an, den Namen Hommel und die Kennmarke der Erzeugnisse, die Schutzzeichen Bär und Wächter, in den weitesten Kreisen nicht allein bekannt zu machen, sondern auch so im Gedächtnis zu verankern, daß Verwechslungen mit Konkurrenzfirmen vermieden wurden. Der „Wächter über Genauigkeit im Maschinenbau“, die aus Meßwerkzeugen zusammengesetzte

Schutzmarke der Hommel-Feinmeßgeräte, ist infolge seiner originellen, charakteristischen Form heute auch dem Nichtfachmann so bekannt, daß in der weiteren Entwicklung dieser Marke nur noch vom „Hommelwächter“ gesprochen werden brauchte, um sofort verständlich zu sein. Der Hommelwächter ist die sofort ins Auge fallende Hauptfigur, mit der sich blickrecht der Firmenname vereint.

Die Hommel-Unternehmungen als Erzeuger und Lieferer von Werkzeugen und Werkzeugmaschinen für die gesamte metall- und Holzverarbeitende Industrie waren natürlich auch genötigt, besonders hervortretende Fabrikate in Einzeldarstellungen zu bringen. Hier ging die dem Künstler gestellte Aufgabe dahin, die an dem Gegenstand neuartigen Teile besonders hervorzuheben.

In dem Inserat „Ein neuer Hommelmikrometer!“ springt das Neuartige dieses Werkzeuges förmlich aus dem Bilde heraus und gibt dem Fachmann ohne viel erläuternden Text Kenntnis von der fortschreitenden Vervollkommnung der Meßtechnik.

Schwieriger wurde die Aufgabe, als zur Zeitungsreklame für die „Hommel-Rekord-Kluppe“ Bildstöcke geschaffen werden mußten. Das Werkzeug ist neuartig und technische Erläuterungen waren bedingt, um dem Fachmann die nicht auf den ersten Blick sichtbaren Vorzüge des neuen Gegenstandes kenntlich zu machen.

Hier mußte das Hauptgewicht auf den Gegenstand und seine Bezeichnung gelenkt werden. Der Mittel- und Hauptkörper der Kluppe zieht das Auge an und der Griffarm verweist zwangsläufig auf den Namen. Die obigen Ausführungen haben wohl gezeigt, wie notwendig es ist, auch in der technischen Industrie System in eine Werbung zu bringen. Der Hommel-Konzern hat versucht, sein Scherflein dazu beizutragen.



Hommel-Bär



Geh. Komm.-Rat Hermann Hommel
Königl. Schwed. Konsul

(Reproduktion nach einem Gemälde des
Kunstmalers Konrad Hommel, München)