Bild 16. OTTO LANGE, 1917

Bild 17. ALBERT FUSS, 1920
Druck: Wüsten & Co., Frankfurt a. M.

Schluß ziehen, daß man eine Flächenteilung finden müßte, in die sich die Schrift einbeziehen läßt, ohne an ihrer Lesbarkeit und Klarheit Schaden zu leiden. Sie muß unter allen Umständen gut lesbar sein und ihre Mitteilung ohne Schwierigkeiten, vielmehr unterstützt von der Flächengliederung aussenden. Dabei kann sie getrost, wenn sie nur lesbar ist, kühn, romantisch, verspielt, lapidar oder tändelnd sein.

Die Zeiten der ulkigen, romantischen, sentimentalen, geschwätzigen, biedermeierlichen Reklame sind vorbei. Wer uns eine Ware oder einen Warenmarkt oder eine Veranstaltung od. dgl. (Bild 13 und 14) empfiehlt, soll uns in wenigen Worten sagen, was geleistet wird. Reklame ist uns nicht mehr eine Unterart von Hanswurstiaden und Gauklertum, sondern wir stellen sie unter Verantwortlichkeit. Wir verlangen von ihr nicht mehr, daß sie uns amüsant unterhalte, wir fordern Sachlichkeit. Die Reklame der Zukunft ist sachlich. Keineswegs verschwindet damit aus ihr das Motiv der Überraschung, des phantasievoll Ersonnenen. Nur eben, daß die Phantasie sich nicht mehr in Richtung des Literarischen bewegt, sondern eine Phantasie innerhalb des Reklamekonstruktiven ist – eine Phantasie von einer ähnlichen Feinheit und Geschmeidigkeit, wie sie uns in Maschinen, eisernen Gerüsten und Gitterträgern erfreut, Phantasie, aber keine Phantastik.

Das Blatt von Fuß für die Frankfurter Künstlerschaft (Bild 17) macht den Versuch, die Schrift in die Flächengliederung einzubeziehen. Aber die Lesbarkeit ist noch nicht zur letzten Möglichkeit geführt. Die Dicke der Buchstaben verhüllt noch zu sehr ihren wahren, eindringlichen Charakter. Es kommt ja alles Eindringliche nur zustande durch Deutlichsprechen. Hier aber ist noch eine Verwechslung von Deutlichsprechen und Lautsprechen. Hierüber kam bereits zur Klarheit der Zeichner H.P. im Blatte für den Kunstsalon Schaller (Bild 20). Seine Schrift ist fast zu dünn und schwächlich, und doch, wie sicher, wie beherrscht stellt sie sich vor, überzeugend in ihrer feinen Formgebung. Noch charakteristischer erscheint mir das Plakat von Opitz, das in Bild 18 wiedergegeben ist. Lassen wir uns durch die scheinbare Einfachheit nicht täuschen. Die Schrift, die dem flüchtigen Blicke höchst kunstlos erscheint, ist mit bemerkenswertem Feingefühl in Einheit mit allen anderen Elementen des Ganzen gebracht. Das ist eben die verantwortungsvolle Art

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id387802187-19240070/86
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT