

Grund auf beginnt, aus den Gegebenheiten des Lebens unserer Zeit einen nicht romantischen, sondern sachlich begründeten Stil aufzubauen. Zwischen dem, was diese neue Kunst erstrebt, und dem, was der ernsthafte Kaufmann will, gibt es eine Brücke, — deren festeste Pfeiler sind die Klarheit, Eindeutigkeit und Ehrlichkeit. Haben wir erst einmal diese Erkenntnis ganz in uns aufgenommen, so werden wir aus dem Dunkel und Wirrwarr, der Lautigkeit und flimmernden Unruhe unsrer Zeit zu einer neuen, befreienden Ruhe kommen, die um alles, was der Reklame dient, Festigkeit und Stetigkeit schafft.

War der Künstler bisher der große Unruhestifter, der den Kaufmann mit Jugend- und Sezessions-

die »Götter« mutwillig angezettelt haben, wird überwunden sein.



Bild 22. E. MAECKEL, 1920

stil, Expressionismus und Dadaismus vorwärts peitschte, so muß er jetzt seinen Auftraggeber in dem Streben nach innerer Ruhe, besinnlicher Gestaltung und ehrlicher Erfassung der gestellten Aufgaben unterstützen. Dann wird gerade der Gebrauchsgraphiker, freilich in einem ganz anderen Sinne, als wir es vor 25 Jahren gedacht haben, Kündler einer neuen Zeit sein, wird er uns täglich, ja stündlich nahe sein, ob er in Plakaten oder Zeitungsanzeigen, Geschäftswagen oder Schaufenstern, Messeständen oder Packungen zu uns spricht, und die »Götterdämmerung der deutschen Reklamekunst«, die



Bild 23. H. WERTHNER, 1919
Druck: Schneller & Cie., Nürnberg



Bild 24. W. LUDE, 1919