

minderwertige vorzutäuschen. Mit einfachen Stoffen gute Wirkungen zu erzielen, sei ihm eine ebenso wichtige Aufgabe, wie die Benutzung kostbarsten Materials.

Aber nicht nur das Vertrauen des Verlegers, auch jenes der ausführenden Kräfte des Buchgewerbes gilt es für ihn zu erringen. Nur durch die verständnisvolle Zusammenarbeit mit diesen »Händen« des Buchgewerbes kann er seine Absichten in die Tat umsetzen. Da darf kein falscher und unberechtigter Dünkel, kein »Künstlerstolz« aufkommen. Er muß auf die Stimmen der Erfahrenen hören, auf jene, die in ihrer, manchmal einseitigen, Tätigkeit technisches Wissen und Können bestimmter Arbeitsgebiete in reicherm Maße sammeln können als er. Die Achtung vor handwerklich guter Arbeit darf ihn ebensowenig verlassen, wie seine Ablehnung jeden Schlendrians und jeder gleichgültigen und stumpfen Tätigkeit.

Seine Gedanken beim Schaffen eines Bucheinbandes sollen nicht durch Forderungen irritiert sein, die mit der Schönheit des Buches, mit seinem eigentlichen Charakter nichts zu tun haben. Überlaute Reklamewirkungen, die den Absatz des Buches unterstützen sollen, muß er vermeiden. Er soll sein fertiges Werk nicht im Laden oder im Schaufenster des Buchhändlers, sondern im Bücherregal des Buchliebhabers suchen.

So muß er, solange er arbeitet, lernen, lernen und immer wieder lernen. Der göttliche Funke der Inspiration kann nicht bei jedem seiner Werke sein. Das sind Höhepunkte des künstlerischen Schaffens, die unmöglich in jedem Augenblick der Tätigkeit erklimmen werden können. Aber was er erreichen kann ist eine aus der Summe aller Erfahrung resultierende Tüchtigkeit und Treffsicherheit, die ihm in die Lage versetzt, in jedem einzelnen Falle Einwandfreies zu leisten.

TRAUGOTT SCHALCHER

DER ZEICHNENDE KÜNSTLER VON REKLAMEFACHMANN'S GNADEN

*Cet animal est très méchant: Quand on l'attaque, il se défend.
(Das ist ein sehr böses Viech! Schlägst du es, so beißt es dich!)*
Französisches Volkslied

HANNS KROPFF hat in der »Gebrauchsgraphik« zwei Aufsätze veröffentlicht, die sich mit der Zukunft deutscher Reklame befassen. In diesen Aufsätzen spricht sich ein ernster Wille aus, die unsicheren und verschlammten Wege der fachmännischen Werbetechnik in breite, solide und gangbare Straßen zu verwandeln. Was Kropff über den künftigen Reklamefachmann sagt, wie er diesen sich denkt, zeigt, wie hoch er sein Ziel steckt. Manchmal schießt er zwar über sein eigenes Ziel hinaus. Schadet nicht. Kropff ist ein Pionier. Diesen Leuten darf man es nicht übel nehmen, wenn sie auch mal zu weit gehen. Jedenfalls kennt er den Reklamepraktiker sehr gut, er kennt auch dessen Feld oder Acker, er kennt die fast unabsehbaren Mängel, spricht sie offen aus und zeigt Möglichkeiten zur Besserung. Das ist viel.

Kropff schreibt in seinem ersten Artikel in Heft 7 der »Gebrauchsgraphik«: Die drei Faktoren, von denen die Reklamegestaltung abhängt, sind
der Unternehmer, der Reklamefachmann,
der zeichnende Künstler.

Von diesen drei Faktoren kennt der Verfasser die ersten beiden sehr gut und beurteilt sie treffend. Den dritten Faktor kennt er aber schlecht und beurteilt ihn demgemäß. Mit dem »zeichnenden Künstler« meint er den Gebrauchsgraphiker. Warum nennt er ihn nicht beim richtigen Namen? Man kann daraus auf Kropffs Gesinnung schließen. Die Bezeichnung »der zeichnende Künstler« sieht an sich sehr harmlos aus. Wenn man aber aus den Artikeln des Schreibers seine Absichten kennen gelernt hat, dann weiß man, daß dieser »zeichnende Künstler« ein übler Kastrat von Reklamefachmann's Gnaden ist. Mit dem Beiwort »zeichnende« wird das Abhängigkeitsverhältnis des Künstlers zum Reklamefachmann zum Ausdruck gebracht. Der Ideengang Kropffs ist etwa folgender: Der Künstler hat die Einfälle des Reklamefachmanns zu zeichnen, ins Bildmäßige zu übertragen, er, der »zeichnende Künstler« hat zu dienen, er ist ein untergeordnetes Organ auf dem Gebiete der Reklame und weiter nichts. Diese Ansicht zieht sich wie ein roter Faden durch die Ausführungen Kropffs.