

für die Zigarettenfabrik Lyra sich dem Beschauer mitteilen. Dabei verbergen sich auch hier oft hinter der anscheinend einfachsten Leistung gerade die schwierigsten Probleme. Den Laien will nichts primitiver dünken, als ein simpler schwarzer Hintergrund, wie er für „Die Aromatische“ verwandt worden ist. In Wirklichkeit ist aber dieser Hintergrund nicht in einem Druckgang mit tiefem Schwarz ausgeführt worden, sondern das Blatt mußte mehrere Male durch die Maschine gehen, um erst allmählich unter Verwendung verschiedener Tonplatten sein endgültiges Aussehen zu erlangen. Und die Ursache dieses schwierigen Entstehungsprozesses? Das ist der Künftlereinfall, eine glimmende (und nicht die sonst übliche ungebrauchte) Zigarette zum Bildvorwurf zu wählen. Der feine aromatische Rauch, der bläulich vor dem schwarzen Hintergrund aufsteigt, hat dem Drucker mehr Arbeit verursacht, als das dicke Firmensiegel in der Mitte und als manche Prunkstelle auf anderen Blättern. Denn farbig auf schwarzem Grund zu drucken, und noch dazu in zarten Tönen und in so hauchdünnem Farbauftrag, das ist eine drucktechnische Leistung ersten Ranges.

Wenn Weltfirmen wie Osram oder Siemens-Schuckert, mit deren vorbildlicher Propaganda sich bereits das erste Heft der „Gebrauchsgraphik“ befaßte, sich in so ausgedehntem Maße des Werbeblattes bedienen, so wissen sie natürlich sehr genau, welche Werbewerte sie damit für die Bearbeitung ihrer in- und ausländischen Kundschaft gewinnen. Die Leiter dieser Betriebe haben ja längst auch erkannt, daß nur eine von der Hand eines Fachkünstlers entworfene Schutzmarke sich im Wettbewerb auf dem Weltmarkt durchsetzen kann und daß mit irgendwelchen Buchstaben und Ornamentspielereien, wenn sie selbst vom Reichspatentamt für stubenrein, d. h. als keine Nachahmung erklärt worden sind, nichts anzufangen ist. In der breiten Masse der Auftraggeber aus Handel und Industrie ist die Erkenntnis der Wichtigkeit solcher von Künstlern entworfener und einwandfrei vervielfältigter Werbemittel noch immer nicht Allgemeingut und Selbstverständlichkeit geworden. Trotz aller Aufklärung und Beratung, die von manchen Stellen in sehr anerkennenswerter Weise betrieben wird. Ich möchte da nur auf den Verein deutscher Ingenieure hinweisen, der sich die Geschmackserziehung seiner vielen Inferenten in den von ihm herausgegebenen Zeitschriften besonders angelegen sein läßt. Wenn man ein paar ältere und dann die neuesten Jahrgänge der „Zeitschrift des V. d. I.“ durchblättert, kann man einen ganz bedeutenden Fortschritt zum Guten feststellen. Allein es gehen namentlich in den zahlreichen, diesen Heften beigegebenen Werbeblättern doch noch immer eine ganze Anzahl recht