

Zeilen weiß aus eigener Erfahrung, daß Eingeborene im Orient, die nicht lesen konnten, jedes Messer, welches als Tauschobjekt angeboten wurde und nicht die Zwillingssmarke trug, mit lächelnder Handbewegung abwiesen.) In neuerer Zeit hat sich nun geradezu eine Schutzmarken-Epidemie entwickelt. Die Masse der Schutzmarken und dazu die Verallgemeinerung des Schutzmarkenstiles, der wiederum aus der letzten graphischen Form der



ZEICHNUNG VON FRITZ WOLFF

Illustrationsprobe aus der im Verlag Erasmudruck erscheinenden  
Schrift von Ernst Growald „Reklame-Fetische“

Zwillingssmarke hergeleitet wurde, haben aber den meisten dieser Marken die Einprägsamkeit genommen. Die Unterscheidungs- und Erinnerungsmerkmale zwischen den einzelnen Marken sind zu geringfügig, als daß sie vom Publikum ohne weiteres aufgenommen werden könnten. Außerdem hat die ewig gleiche starre Form etwas Behinderndes; etwas, was bisher als Vorzug angesehen wurde, muß jetzt als Nachteil angesprochen werden. Einen Ausweg aus diesen Schwierigkeiten sehe ich in dem „Reklamefetisch“. An Stelle der Marke muß eine Figur treten, die in ihrer