ABBILDUNG 8
PROFESSOR CESAR KLEIN

ABBILDUNG 9
ILSE SCHRÖDER

den Fehler, daß es zu feingeistig nur für einen besonderen Kreis von Beschauern eindrucksvoll ist und somit nicht für die breite Masse des Volkes als Tintenverbraucher geschaffen erscheint.

Die Entwicklung nun, die das Pelikan-Plakat in der jüngsten Zeit genommen hat, ist charakterisiert durch die Worte: aphoristische Kürze, werbewirksame Prägung. Als Beispiele hierfür mögen dienen das Tintenplakat von Zabel, das Schreibbandplakat von Bernhard und das Plakat für Pelikan-Spezial von Zabel. Es sind Innenplakate, die die Bewußtseinsgruppe Ware — Geschäft in einfacher, klarer und knapper Weise beim Beschauer beleben. Das Plakat von Bernhard für Pelikan-Schreibbänder wirkt vor allem durch seine Farbstellung und seine reife Formgebung. Die Zabelschen Plakate mit ihrer einfachen, auf die edle römische Antiqua zurückgehenden Schrift, enthalten nicht nur starke Aufmerksamkeit erregende Momente, sie sind auch von ausgezeichneter verknüpfender Wirkung und nachhaltigem Eindruck.

Stellen wir noch einmal das Material vor uns hin, so erkennen wir, daß die Entwicklung der Pelikan-Plakate gegangen ist vom Illustrativen zum Ornamentalen, zum Einfachen, Klaren und Sachlichen. Abgetan sind die mehr oder weniger bildmäßigen Mittel, die gekünstelte, unklare Schrift. An ihre Stelle ist getreten: Klarheit, Sachlichkeit und werbewirksame Form.

Aber nicht nur von unserem Standpunkte aus

ABBILDUNG 10
PROFESSOR O. H. W. HADANK

ABBILDUNG 11
FERDY HORRMEYER

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id39789218 7-19260040/117
gefördert von der
Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT