

strie unseres Gebietes ist, ihre Führerrolle für das Rhein-Ruhr-Gebiet innerhalb des wirtschaftlichen und kulturellen Lebens Deutschlands auffaßt.

Und entsprechend der Zusammensetzung der Bevölkerung eines solchen Industriegebietes ist auch die Reklame gestaltet, muß sie gestaltet sein. Auf der einen Seite sind breitesten Käuferschichten mit Massenbedürfnissen zu erfassen (Humor in der Reklame, Grotteskreklame), auf der anderen eine Oberschicht, für die kultivierteste Werbung nötig ist. Und neben diesen Aufgaben allgemeiner Werbung das große Gebiet der schon eingangs erwähnten Reklame der Schwerindustrie, die eine bestimmte Gruppe von Fachleuten interessieren soll.

Diesen Verbraucherkreisen gemäß möchte man, so oberflächlich es auf den ersten Blick erscheinen mag, die Gebrauchsgraphik im Rhein-Ruhr-Gebiete unterscheiden. Die alten bewährten Schulen in Düsseldorf, wo Ehmcke bahnbrechend gewirkt hatte, wo Aufseeser wirkt, in Barmen, wo F. H. Ernst Schneidler bis 1920 die Richtung angegeben hatte, und die lebendige Klasse Wilhelm Poetters an der Essener Kunstgewerbeschule haben dem Nachwuchs der Gebrauchsgraphiker im Rhein-Ruhr-Gebiete grundlegende Schulung geben können.

Aber der Aufgabenkreis der Schwerindustrie stellt ja auch noch andere Anforderungen. Dort wurde genaueste zeichnerische Wiedergabe gefordert, die dem Techniker ermöglichen soll, Einzelheiten der Konstruktion, die eben ein besonderes technisches Erzeugnis auszeichnen, aus der Zeichnung zu erkennen. (Ein anderer Vorteil dieser Blätter, die sich stets an Spezialisten wenden, ist, daß immer nur ein einzelner technischer Artikel dargestellt werden kann. So ergibt sich schon aus der Notwendigkeit mehrerer Blätter für die verschiedenen Fabrikate, daß die Blätter als Satz einheitlich hergestellt werden; das bedeutet zugleich Stetigkeit der Reklame und die Wirkung durch die Wiederholung.)

Aus solchem Werbezweck heraus wird auch die starke Verwendung der Photographie in den Werbedrucksachen der Schwerindustrie verständlich. Und „Photomontage“ ist neuerdings hier im Westen eine besonders gern propagierte Werbetechnik geworden. Nur wird bei der Propagierung der Photomontage übersehen, daß diese Werbetechnik wohl für technische Reklame, aber keineswegs für alle die anderen Kundenkreise gleich brauchbar sein dürfte. Es ist nicht ganz einzusehen, weshalb bei dieser konstruktiven Reklame, die auf Bauhausgedanken zurückgeht, alle ästhetischen Wirkungen und Wirkungsmöglichkeiten ausge-

greatest attention—and the present Hygienic Exposition—the so-called “Gesolei” in Düsseldorf with the magnificent buildings erected by Professor Kreis (even though Düsseldorf itself be an old and traditional art centre) are a token of the manner in which this city, which serves as the administrative seat of the great manufacturing interests, lives up to the leading rôle it plays in the Rhine-Ruhr district and as part of the economic and cultural life of Germany.

The advertising art of such an industrial district is necessarily, must necessarily be in accordance with the nature of its population. On the one hand there are the broad masses of consumers whose needs are to be considered en masse and who must be seized as a mass (by the humorous or grotesque note in advertisement), on the other hand there is an upper strata which must be appealed to by refined propaganda. And in addition to these general problems of advertising, there is the specialized advertising already alluded to—that of the iron industry which is intended to interest a special group of experts and technicians.

It is in accordance with these classes of consumers that one would like to differentiate the advertising art of the Rhine-Ruhr district, however superficial this might at first glance seem. The old, long-established schools in Düsseldorf where the famous Ehmcke did so much pioneer work and where Aufseeser is now at work; in Barmen where F. H. Ernst Schneidler directed the movement up to 1920, and then the vital classes of Wilhelm Poetter at the Arts and Crafts School at Essen, have been able to train the coming generation of gebrauchsgaphiker in the realm of the Rhine and the Ruhr in the most thorough fashion.

But the circle of patrons in the ranks of the “heavy industry” makes various demands upon the artist. Exact reproduction by draughtsmanship is expected, details which will enable the technician to recognize parts of the construction in the drawing of a mechanical device. Another advantage of these illustrations, which are always intended for the specialist, is that it is always only one mechanical commodity which can be represented. Thus the necessity of issuing a number of illustrations or posters for the various products decrees that these drawings be produced in a uniform series. This means both stability of propaganda and good results through repetition or the “follow up” principle. With such ends in view it is easy to understand that the photograph and half-tone must play an important part in the