

spiele sollen lediglich von dem Gesichtspunkte der Zweckmäßigkeit aus betrachtet werden, ob sie der obenerwähnten Definition

„planmäßige Einwirkung auf die menschliche Psyche, um eine möglichst hohe Willensbereitschaft zum käuflichen Erwerb des Angebotenen herbeizuführen“,

entsprechen.

Erst wenn die Bilder und Texte diese Bedingung soweit erfüllen, daß sie als Reize wirken, die unwillkürliche Aufmerksamkeit des Beschauers in eine willkürliche umwandeln und seine seelische Einstellung so beeinflussen, daß das in ihm erregte Vergnügungsempfinden zur Kauflust wird, — erst dann können die rein künstlerischen und ästhetischen Bestrebungen des Künstlers zu ihrem Rechte kommen. Denn ein *Reklamebild*, das ein Rembrandt oder ein Raphael gemalt hat, das aber seinen wirtschaftlichen Zweck verfehlt, ist wie eine wunderbare Uhr — die nicht geht.

cars. These examples are submitted to be considered from the point of view as to whether or not they conform to the principles of the quoted definition and fit into the scheme of

“a methodically directed and applied pressure upon the human mind to evoke the highest possible degree of willingness to buy the offered goods.”

The primary function of all advertising pictures and texts is their acting upon the individual as stimuli to change the diffused into a voluntary attention and to arouse in him that feeling of “pleasure-interest” which can quickly be fanned into a “desire-to-buy”. All purely artistic and aesthetic considerations of the artists must take rank below this basic condition. For an *advertising poster*, though it had been painted by a Rembrandt or a Raphael, which fails to fulfill its *economic* function, is like a wonderful, exquisitely wrought and jewelled watch—that doesn't go.



ENTWURF FR. WINKELMANN, BERLIN

Ausgeführt im Atelier der Schnellbahn-Reklame G. m. b. H.