



ENTWURF WILHELM METZIG

Art der Verwendung, Eigenheiten der Firma, Branche usw. Wenn ein fähiger Graphiker mit der Durchführung dieser Arbeit betraut wird und alle diese Forderungen berücksichtigt werden, dann wird auch das Ergebnis ein für alle Teile befriedigendes sein.

Um auf die Hannoversche Schau zurückzukommen: es waren nur wenige Wagen, die, wenn man kritisch sein will, einen Preis verdienten. Durchweg sah man Wagen, die das alltägliche Bild boten: in großen Schwüngen den Namen, möglichst in Gold, auf einer der üblichen Farben graublau, grün, braun.

Eine Erholung waren daher die Wagen derjenigen Firmen, die es sich hatten angelegen sein lassen, auch ihr Geschäfts-Auto in den Kreis ihrer Werbung zu ziehen und ihm ein Gewand zu geben, das als mustergültig angesehen werden kann.

Ich will hier aus den verschiedenen Gruppen der Kraftwagen-Arten je ein Beispiel anführen, das zeigen soll, mit welchen Mitteln man arbeiten kann.

1. *Kleiner Motorwagen Schäfer.* Der Entwurf stammt von Wilhelm Metzsig und ist mit starken Farben gebaut. Rote und weiße Streifen neben grauen und schwarzen Flächen sind in sehr geschickter Form den Konstruktionsflächen des

Wagens angepaßt und geben dem Ganzen in der abgestimmten Zusammenstellung ein lebhaftes, Aufmerksamkeit erregendes Bild.

2. *Kleiner Lieferwagen Fehling.* Reine Sachlichkeit bestimmt hier die Gestaltung der Form. Gut durchgearbeitete Plastik-Buchstaben in Gold, auf ein leuchtendes Grün gesetzt, erzielen die starke Wirkung.

3. *Großer Lieferwagen Appel.* Der Entwurf stammt von Hannover-Peffer. Ein solcher Wagen muß vorsichtig behandelt werden, da er leicht zu unförmig wirken kann. Die Gefahr ist hier gut umgangen, und der Wagen in seinem Ultramarin-Blau mit den goldenen Plastik-Buchstaben läuft als leuchtender Farbfleck durch die Straßen.

Die Geschäftswagen-Schau war für den Veranstalter, den V. D. R., ein voller Erfolg, denn er konnte der Einwohnerschaft Hannovers zeigen, worauf es den Reklameleuten ankommt. Den Geschäftsleuten konnte er klar machen, wieviel mehr Sorgfalt sie auf die Ausgestaltung eines ihrer besten und billigsten Werbemittel legen müssen. Hoffentlich haben die beteiligten Kreise gesehen, was für die Zukunft noch zu tun bleibt, um der nächsten Veranstaltung auch die qualitative Note geben zu können, die dieses Mal noch fehlte.



ENTWURF HANNOVER-PEFFER



CAROSSERIE JACOBI, HANNOVER