

es sich handelt: sie haben die Atmosphäre des Tabaks; die vorgetragenen Verkaufsargumente sind überzeugend, sie werden unterstützt durch eine ästhetisch vollkommen befriedigende äußere Form.

Oder nehmen wir einmal die in diesem Heft publizierten Inserate für Ullstein-Schnittmuster mit dem reizenden Schlagwort: »Sei sparsam, Brigitte, nimm Ullstein-Schnitte«. Mit diesem Schlagwort und den dazu gehörigen amüsanten Bildern ist absolut und sicher der Kreis von Käufern angesprochen, den der Verlag erreichen will, nämlich die Frau, die mit wenig Mitteln den Modeströmungen der Zeit gerecht werden will.

Ein weiteres Beispiel wäre noch die Reklame für die Elida-Seife: »Sei schön durch Elida«. Wir wissen alle, daß das erste Erscheinen dieser Plakate gerade in Künstlerkreisen allerstärkste Zweifel hervorgeufen hat, und doch war die Atmosphäre, die diese Reklame erzeugte, vollkommen den Geschmacks- und Gefühlswerten des Publikums, zu dem sie sprechen wollte, angepaßt, denn es sollte ein Massenkonsum erzeugt werden. Nicht der kleine Kreis der Höchstkultivierten, die ja doch in ihren Bedürfnissen stark auf Paris und London eingestellt sind, sondern das große Heer der lieben kleinen Mädchen wird gesucht. Und deshalb war die Reklame richtig und hatte den großen Erfolg.

Die nachfolgenden amerikanischen Inserate haben durchweg die Atmosphäre, die man von einem Inserat fordern muß. Ich bin überzeugt, daß sehr viele unserer deutschen Graphiker diese Form nicht anerkennen wollen, und ihre Arbeiten tragen ja auch eine Atmosphäre; aber leider ist es eben nicht die hier geforderte, sondern es ist eine kunstgewerbliche Atmosphäre. Die formale Gestaltung ist häufig recht gut, und ich kann mir denken, daß Gegenständliches manchmal bei uns besser dargestellt ist. Aber wie gesagt: es ist eben eine künstlerisch intellektuelle Angelegenheit, nicht die Atmosphäre, die den Besitzwunsch der angebotenen Ware schafft. Und doch ist es so einfach: es kommt ja nur auf die richtige geistige Einstellung an. Wenn ich einen Entwurf für einen Staubsauger mache und mir von vornherein sage: Das Bild, das ich hier zu Papier bringe, muß die Atmosphäre von Sauberkeit und Bequemlichkeit ausstrahlen, so bin ich auf dem richtigen Wege. Wenn ich mir aber sage: Das grüne Gefäß des Staubsaugers gibt einen amüsanten Fleck auf dem roten Unterton, wenn ich also eine rein formale Lösung suche, dann bin ich auf dem falschen Wege.

Steinigt mich, Künstler, aber es ist so!

the slogan: "Be thrifty, Bridget, use Ullstein patterns". The amusing pictures that accompany the advertisements make it absolutely certain that the type of purchaser desired by the publishers will be interested—the woman who, with little means at her disposal, strives to keep up with current fashions.

A further example might be the advertisement for Elida toilet articles: "Use Elida and be beautiful". We all know that these posters, on their first appearance, caused very great doubt in artistic circles. Yet the atmosphere created by this advertisement was just suited to the tastes and feelings of the public meant to be reached. It is not the small, highly cultivated circle that is being sought here, for their needs are to a great extent filled by Paris and London, but the great army of sweet little girls. And for this reason the character of the advertisement was well chosen and the result a great success.

The American advertisements that follow all possess the atmosphere to be expected of an advertisement. I am convinced that very many of our German commercial artists do not wish to recognize this form. Their work, to be sure, possesses atmosphere, though not the type required here. Instead, it is the atmosphere of a pure applied art. The formal composition is very often quite good, and I believe that we often present a concrete idea better here. But, as I have said, it is always an artistic and intellectual matter with us, rather than the production of an atmosphere that will create a desire to possess the proffered goods. And yet it is so simple: it simply means adopting the proper mental attitude. If I make a design for a vacuum cleaner and decide right at the start that the picture I am going to put on paper must breathe the atmosphere of cleanliness and convenience, then I am on the right track. If, on the other hand, I think: the green bag of the vacuum cleaner makes an amusing spot on the red ground tone, that is, if I attempt a purely formal solution, then I have chosen the wrong path.

You may stone me, you artists, but the fact remains!

*Translated by S. L. S.*