

wesentlichen vom Zweckgedanken beherrscht. Schlagworte wie »neue Sachlichkeit« tauchen auf. Schon in diesem Schlagwort zeigt sich deutlich eine Rückkehr von Abwegen, auf die man sich begeben hatte. Der Begriff »neue Sachlichkeit« ist gleichzeitig eine Kritik an vorangegangenen Formgebungen, die an Deutlichkeit nicht viel zu wünschen übrig läßt.

Indes nicht nur von dieser Seite aus darf das Problem der guten Warenpackung betrachtet werden. Die Warenpackung ist nicht ein Kunstwerk an sich, welches dazu geschaffen ist »interesseloses Wohlgefallen« zu erregen; ganz im Gegenteil soll durch die Vorzüglichkeit und vielleicht auch durch die Originalität unser Begehren, unser Besitzwunsch aktiv gemacht werden.

Die Warenpackung dient aber nicht nur dazu, die Ware, die sie birgt, zu schmücken, sondern eine ganz wesentliche Aufgabe ist es, sie von anderen, aber ähnlichen Fabrikaten zu unterscheiden. Die äußerlich sofort auf den ersten Blick erkennbaren Unterscheidungsmerkmale können durch verschiedene Formen, durch verschiedene Farben oder durch anderes Material erzielt werden. Zu diesen schon rein optisch erfaßbaren Unterscheidungsmerkmalen treten dann selbstverständlich die verschiedenen Werbetexte, Werbeabbildungen, Zeichnungen und Schutzmarken usw., die drucktechnisch oder sonstwie auf die Packung gebracht worden sind. Mit diesem Werbeinhalt erfolgt ja erst die eigentliche sachliche Inhaltsangabe. Diese Inhaltsangabe sollte aber nicht nur rein sachlich sein, sondern sich ausschmückender Form befleißigen. Ein allgemein gültiges Rezept wird sich schwer geben lassen. Immerhin sollten im allgemeinen folgende Angaben nicht fehlen: Markenname, Bezeichnung der Ware, Gewicht oder Menge des Inhalts, Name und Adresse des Herstellers, evtl. Gebrauchsanweisung, das Ganze wird zweckmäßig durch sinnvolle Abbildungen unterstützt. Als Motiv zur Abbildung eignet sich besonders die Illustration der Ware selbst in Ruhe oder im Gebrauch und andererseits die Illustration oder Warenbenennung, die ja vielfach eine Phantasiebezeichnung darstellt; auch Ornamente und reine Stilzeichnungen lassen sich für gewisse Artikel wirkungsvoll zur Anwendung bringen.

Die Anstrengungen zur Erlangung möglichst vollkommener Formen erfolgen nicht nur aus Stilgründen oder aus ästhetischen Rücksichten, sondern auch aus Selbsterhaltungstrieb im großen wirtschaftlichen Wettbewerbskampf. Ebenso wie es eine unumstößliche Tatsache ist, daß derjenige

recognized by ever greater masses of the people.— To-day form as such is essentially subordinate to the purpose. Catchwords like "new objectivity", have made their appearance. From this catchword alone it is clear that the devious paths which had previously been pursued are being abandoned now. Furthermore, the term "new objectivity", contains a criticism of past formulations whose meaning is by no means ambiguous.

The problem of a good package must not only be considered from this point of view. The package is not an independent work of art created to instil a "pure, objective pleasure"; on the contrary, it is meant to incite our desire to possess the article by its show of a quality, and perhaps also by its originality. To achieve this aim the artist has a great many expedients at his disposal, which we shall discuss in turn.

The wrapper, however, is not intended as an adornment of its contents, but should serve the essential purpose of distinguishing the article from others of a like nature. The shape, colours, and materials help to make the outward marks of difference recognizable at a glance. In addition to these differentiating characteristics, which may be perceived at once by the eye, there are others, of course, of a different type, as for instance, the texts, illustrations, drawings, trade marks, and so on, details which are introduced into the make-up of the package either as printed matter or otherwise. Together with this propaganda matter must go the actual description of the contents, which ought, however, to be something more than an account of the contents, and can very well be got up as a decorative feature. It would hardly be possible to prescribe the form this should take in every case. Nevertheless, in general we may mention the following particulars as absolutely necessary: there are the name of the brand, and any special signification for the article, the weight or quantity contained, the name and address of the manufacturer, and perhaps directions for use as well. As reinforcement to the whole it is very useful to add a few expressive illustrations. For these the finest motive is the article itself at rest or in use. Another appropriate subject is the illustration of the trade-name of the article, which, being very often a phantastic invention, lends itself to this purpose. Ornamental work and pure designs may also be used with good effect for some articles.

The efforts made to attain the most perfect forms possible are not merely the result of stylistic principles or aesthetic motives. The instinct for self-pre-