

Ahrlés Arbeiten ist das Bild nicht primär vorhanden und wird nachträglich einem Reklamezweck dienstbar gemacht, sondern er bedient sich der Kamera als Instrument. Sie ist für ihn ein Werkzeug, so gut wie Bleistift und Pinsel. Darin liegt der grundsätzliche Unterschied und die neuartige Wirkung, die von Ahrlés photographischen Reklamearbeiten ausgeht.

Für den Geschäftsmann hat die photographische Wiedergabe einen erhöhten Wert, wenn es sich um eine möglichst klare und naturgetreue Wiedergabe der Ware selbst oder ihrer Verpackung handelt. Durch die Zeichnung ist eine solche Wiedergabe entweder nur annähernd möglich, oder erfordert einen Aufwand von Arbeit und Zeit, der angesichts der einfachen Methode des Photographierens wirtschaftlich nicht zu rechtfertigen ist. Man hat darum auch früher bereits die Ware photographiert und in das gezeichnete Bild eingeklebt. Dadurch aber blieb die Photographie ein Fremdkörper, der die Harmonie der Gesamtwirkung nachteilig beeinflußte. Um die Härte, die immer bei dem Ausschneiden und Zusammenkleben von Photographien entsteht, zu vermeiden, hat Ahrlé ein Verfahren ausgearbeitet, das es ihm ermöglicht, einzelne Partien von verschiedenen Platten auf ein Blatt zusammenzukopieren. So erreicht er es, ein fertiges Bild zu erzielen, in das nur die Schrift noch hineingezeichnet zu werden braucht. Es ist selbstverständlich, daß vor der Anfertigung der Aufnahme sowohl die figürlichen Kompositionen als auch die Anordnung der Schrift bereits in der Idee festgelegt sein müssen. Natürlich kommt es dann ebenso wie bei einem gezeichneten Entwurf nicht selten vor, daß die Wirkung die Erwartungen nicht erfüllt. Ist der Mangel durch Abänderung der Schrift zu beheben, so liegt der Fall einfach. Hat dagegen das Bild selber nicht die überzeugende Reklamewirkung, so muß eine neue Aufnahme gemacht werden. Es ist keine Frage, daß das Arbeiten mit dem photographischen Apparat eine nicht geringere Konzentration und Beachtung der verschiedenen kleinen Begleitumstände und Fehlerquellen erfordert, als die Zeichnung, die während der Arbeit noch weitgehende Korrekturen ermöglicht. Die in Ausdruck und Komposition sorgfältig durchdachte und technisch einwandfrei gelungene Aufnahme aber wird meist eine viel lebendigere und auf das Auge des großen Publikums überzeugendere Wirkung haben als eine Zeichnung.

Bei figürlichen Bildern ist der Photograph von seinen Modellen stark abhängig. Das Publikum

stood isolated beside the script. In the matter of Ahrlé's work the picture is not the primary factor, it is only subsequently devoted to the purposes of *reclame*—Ahrlé uses the camera as an instrument. For him it is a mere tool, just like the brush and the pencil. Therein lie the basic difference and the original effects which emanate from his advertising work.

Photographic reproduction has an increased value to the businessman when he wishes to attain the clearest and most life-like picture of the goods themselves or of the packings. Drawings can attain this effect only to a limited degree, or else demand such an outlay of time and labor that these, in view of the simpler methods of photography, could scarcely be justified. One therefore long ago had recourse to photographing the commodity and pasting it upon the drawn picture. But this caused it to remain a foreign body which operated disastrously upon the harmony of the effect as a whole. In order to avoid the hardness which always results from the cutting-out and pasting-together of photographs, Ahrlé invented a method which enables him to copy parts of different plates upon one sheet. And thus he brings forth a finished picture upon which only the texts need be drawn. It is self-evident, of course, that before the exposures are made the composition of the figures as well as the arrangement of the script must already be clear in his mind. And it naturally sometimes happens, precisely as in the case of drawn designs, that the effect does not equal expectations. When the cause of the failure can be removed by altering the script, the case is an easy one. But if the picture itself be lacking in a convincing *reclame*-effect, then a new picture must be taken. There is no question that the photographic camera demands as much concentration and attention incidental to the small details and sources of errors, as the drawing itself—which permits of extensive alterations during the very process of completion. But the photographic composition which has been carefully thought out and which has been technically well taken, usually has a much more vivid and convincing effect upon the eye of the general public than a drawing.

In the matter of figure compositions the photographer is very dependent upon his models. The public demands a sympathetic face. On the other hand it must have expression—expression reflecting the action going on, or the operation of the goods upon the consumer and transmitting this in a live and convincing manner. It might be con-