

H. K. F R E N Z E L

## R E N É C L A R K E

DAS Gesicht der amerikanischen Reklame präsentiert sich bei flüchtiger Betrachtung nicht sehr differenziert. Fast könnte man meinen, daß die Typisierung der Herstellungsmethoden auch auf die künstlerischen Dinge übergegriffen habe. Um so aufsehenerregender und stärker wirkt dann eine Persönlichkeit wie René Clarke. René Clarke hat einen absolut individuellen Stil, und der große Erfolg, den seine Arbeiten haben, ist ein Beweis dafür, daß man in Amerika nicht gewillt ist, den künstlerischen Stil der Reklame im Schematischen erstarren zu lassen.

Clarke ist der künstlerische Leiter der anerkannten amerikanischen Reklameagentur Calkins & Holden, und die hier gezeigten Proben seiner Kunst sind im Rahmen der Aufgaben dieser Agentur entstanden. Ein Blick auf eines dieser Blätter genügt, um die außerordentlich starke künstlerische Potenz zu erkennen. Ihr Wert liegt nicht allein in der seltenen Feinheit der Linienführung und dem überaus großen Charme der Farben, sondern weit mehr noch in ihrer unbedingten Werbewirksamkeit. Sie sind Gebrauchsgraphik im allerbesten Sinne dieses Wortes. Sie bedürfen keines erläuternden Textes, um die dargestellten Waren anzupreisen. Die Verkaufsabsicht liegt klar zu Tage, und diese Absicht wird noch wesentlich gesteigert durch die künstlerische Form.

Somit sind die Arbeiten Clarkes tatsächlich Musterbeispiele dafür, daß eine wahre künstlerische Leistung der Wirkung der Reklame niemals abträglich sein kann, wenn die gedankliche Einstellung des Künstlers zum Objekt richtig ist, das heißt also, daß höchste künstlerische Form den größten Werbenutzen bringt. Die Bilder schaffen eine Atmosphäre der Freude und des Vertrauens, und das ist das höchste Lob, das man einer werbegraphischen Arbeit zollen kann.

THE outward features of American advertisement reveal very little differentiation at a first, superficial glance. One might almost think that the normalisation of the methods of reproduction had also invaded the realm of the design. For this reason a personality like René Clarke operates all the more strongly and strikingly. René Clarke has an absolutely individual style, and the great success attending his works, is one proof that America has absolutely no intention of letting the artistic style in advertisement petrify into the mere schematic.

Clarke is the Art Director of the well-known American advertising agency of Calkins and Holden, and the examples of his art shown here have originated as part of the duties of this agency. A glance at one of these plates suffices to show the extraordinary force of these artistic gifts. Their value lies not only in the rare fineness of the drawing and the surpassingly great charm of the color, but to a still greater degree in their unquestionable effectiveness as advertisements. They are advertising art in the best sense of this term. They require no explanatory text in order to extol the goods represented. The intention of selling is clear as day and this intention is essentially intensified by the artistic form.

In this way the creations of René Clarke are actually model examples of the fact that a true artistic achievement can never be prejudicial to the effectiveness of advertising, when the mental attitude of the artist towards his object is a correct one, that is to say, that the supreme artistic form produces the greatest advertising value. The pictures create an atmosphere of joy and confidence and that is the highest praise that one could bestow upon a work of graphic advertising art.

*Translated by H. G. Scheffauer*