



Schutzmarken

Trade Marks

KARL SCHULPIG



daß der Stil an sich unwesentlich ist, bestimmend bleibt immer der geistige Gehalt.

Es ist notwendig, daß man sich diese Dinge einmal vor Augen führt, denn gerade die Werbe-graphik ist zu Experimenten nicht geeignet. Wenn der freie Künstler nach neuen Wegen und neuen Ausdrucksformen sucht, so ist das sein gutes Recht und wohl auch seine Pflicht. Es ist aber auch seine persönliche Angelegenheit. Wenn der Werbegr-aphiker sein Aufgabengebiet aber zum Experimen-tierfeld für neue Kunstanschauungen macht, so begeht er meistens ein Unrecht. Denn in den seltensten Fällen wird ein Publikum angesprochen, daß in künstlerischen Dingen so stark interessiert und vorgebildet ist, daß es neuen Anschauungen ohne weiteres folgen kann. Dadurch wird ein dop-pelter Schaden verursacht. Der Auftraggeber hat einmal nicht den gewünschten und zu fordernden Erfolg, zweitens verliert er das Vertrauen zur Wirkung der künstlerischen Reklame.

Wenn ich dieses einer Betrachtung der Arbeiten des Graphikers Karl Schulpig vorausschicke, so geschieht das deshalb, weil Schulpig zu denen gehört, die das Gesicht der deutschen Werbe-graphik bestimmt haben, und die sich von dem einmal als richtig erkannten Wege durch keinerlei Kunstströmungen abbringen lassen. Schulpig ist

It is necessary to point out all these things, for precisely graphic advertising art is ill-suited for experiments. If the free artist looks for new ways and new forms of expression, he certainly has the right and also the duty to do so. But it is his own personal affair. If the graphic advertising artist, however, should utilize his field of work as an experimental trying-ground for new art ideas, then in most cases, he would be doing wrong. For it is only in the rarest cases that he appeals to a public so interested in things artistic and so educated that it is capable of taking up new ideas without further ado. Double damage is thus caused. The employer in the first place does not achieve the success which he desired and had a right to demand, and in the second place he loses faith in the effectiveness of artistic advertisement.

I was led to thus preface my consideration of the work of the graphic artist Karl Schulpig by the fact that Schulpig is one of those who have deter-mined the aspect of German propaganda art, and who do not allow themselves to be turned aside from the path they have once recognized as the right one by any other artistic movements. Schul-pig is a commercial artist in the best sense of the word. The tasks that he undertakes are really ful-filled when presented to the customer. The num-