



DR. EBERHARD HÖLSCHER

THOMAS THEODOR HEINE

DIE heute höchst aktuelle Frage, ob die grafische Gestaltung der Reklame Sache der Intuition oder eines auf Grund experimenteller Forschungen wohl organisierten und sicher fundierten Wissens sei, ist augenblicklich angesichts des heftigen Widerstreits der Meinungen nicht so rasch befriedigend zu lösen. Die neue, vorwiegend von den Reklamefachleuten vertretene Auffassung neigt mehr der wissenschaftlich-theoretischen Seite zu. Die Tatsachen beweisen indes das Gegenteil, denn zu keiner Zeit wurden sowohl in reklametechnischer wie künstlerischer Hinsicht bessere Werbemittel geschaffen, als überall da, wo ihre Schöpfer noch unbelastet von allem theoretischen Wissen und Erwägungen aus ihrer Intuition heraus frei wirken durften.

Jene intuitive Sicherheit des Schaffens ist auch in besonderem Maße Deutschlands hervorragendstem Zeitsatyriker Th. Th. Heine überall da zu eignen, wo er ausgesprochene Zweckaufgaben zu lösen hat. Mit einer instinktsicheren, bisweilen verblüffenden Selbstverständlichkeit hat er von jeher die Forderungen der Werbung in künstlerisch bedeutsamer eindringlicher Form zu erfüllen gewußt.

Für Heines starke plakative Begabung zeugten schon früh seine meist zwei-, höchstens dreifarbigem Simplicissimus-Blätter: flächig konzentriert und

IT is to-day a burning question whether the graphic presentation of advertisement be a matter of intuition or a well organised and securely founded science, based on the results of experimental research, and in the face of the stormy conflict of opinions, this question is not so easy to answer in a satisfactory manner. The new conception, principally held by advertising experts, inclines to the scientific-theoretic view. Facts, however, go to prove the contrary, for there have never been better advertisements, whether considered artistically or with regard to their technical advertising value, than those created everywhere where their creators were free to produce according to their own intuition, quite unburdened by any theoretic knowledge of considerations.

Such intuitive creative certainty also distinguishes Th. Th. Heine, the most prominent satirist of the German age, whenever he finds himself confronted with tasks embodying a definite purpose. He has always known how to fulfil all advertising demands in a penetrating and artistically significant form and has a surety of instinct which takes these things, sometimes amazingly, as a matter of course.

Heine's strong gift for the fashioning of posters displayed itself very early in his career in the