

wiegend wieder modisch orientiert und im übrigen gar nicht vorhanden, wie das gesteigerte Schmuckbedürfnis in den Bauten unserer neuesten Theater, Cafés, Warenhäuser und Schiffen beweist.

Wie unrecht der auf S. 71 von Tschichold zitierte Architekt Loos hatte als er behauptete: »Je tiefer ein Volk steht, desto verschwenderischer ist es mit seinem Ornament«, wird erkennbar, wenn man der hohen Kultur asiatischer Völker gedenkt. Jenen Standpunkt teilt außer Tschichold und seinen Gesinnungsgenossen auch keineswegs der heutige Mensch. Er sieht in seiner ornamentgeschmückten Krawatte noch keine plebejische Ausdrucksweise, denn Ornament an sich ist weder gut noch schlecht, und eine Form ist nicht deshalb gut, weil sie keine Verzierung trägt.

Daß auch die Illusionen des Lebens an sich ihre Zugkraft nicht verloren haben, beweist die heutige Kinoromantik; niemand ist auf die Dauer von illusionsloser Darbietung befriedigt. Unser Vorbild Amerika, das längst über die nur Deutschen und Russen noch eigene Maschinenanbetung hinaus ist, strebt zu einer neuen Romantik und sucht nach der Insel Bimini, die nicht im Zement- und Stahlbereich zu finden ist. So sehen wir ein groteskes Nebeneinander der Anschauungen, die in unserer Zeit einem schnellen Wechsel verfallen, der das einzig Beständige ist. Das wirklich Wertvolle unseres heutigen Formwillens braucht Zeit sich durchzusetzen und hat nur erst eine kleine Gemeinde, die weiß, daß es nicht notwendig ist, alte Bindungen zu zerreißen, um zweifelhaften neuen zu erliegen. Das gilt auch für die Grundsätze einer Typographie, die ihre Ziele auf lange Sicht einzustellen hat.

Das Buch Tschicholds hat als interessantes Zeitdokument seinen Wert; es ist sicher ein Merkstein in der ganz natürlichen Entwicklung des Verfassers, die ich nicht als abgeschlossen ansehe, ja, die vielleicht in Zukunft den Johannes wieder zu Ehren bringen kann.

*

Seidels Reklame. Seidels Reklame Verl. G.m.b.H., Berlin. An Hand dieser Zeitschrift machen wir wieder einmal einen Gang durch die Pressa. Wir wollen uns dabei nicht lange aufhalten, denn über diesen Gegenstand erwartet uns noch viel. Aus dem übrigen Inhalt heben wir hervor: »Distinguiert oder volkstümlich?« von W. Gudelius, ferner »Die Schutzmarke als Keimzelle und Faktor der Gesamtwerbung« von G. Sochaczewer. Zahlreiche Abbildungen, die ein wenig besser gedruckt sein dürften, führen von einem zum andern und schaffen viel Anregung.



Meine Mappe

Schöne Frauen, Männer von Geist,
beseelte Sport- und Modetypen:
D A S M A L E I C H

+

Werbekräftigste Gestaltung von
Packung, Plakat und Inserat
mit feinem Verständnis für den
richtigen Text

Sie müssen meine Mappe sehen!

Victor Arnaud

Maler und Graphiker

BERLIN-WILMERSDORF

Prinzregentenstr. 86

Pfalzburg 1376