



U L I H U B E R

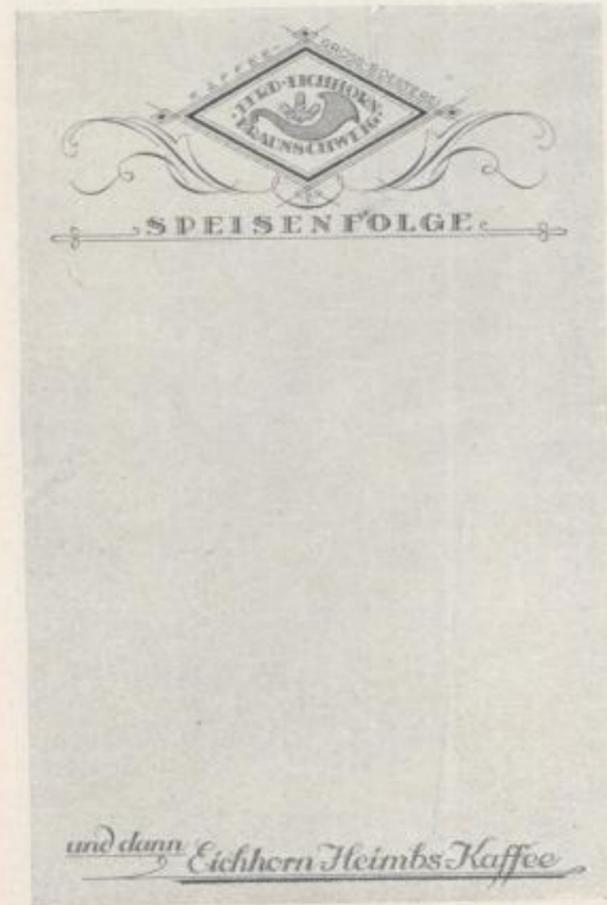


S E P P S E M A R

Entwürfe / Designs

hunderts, und um die Wende des 20. Jahrhunderts haben sich vor allem süddeutsche Künstler mit gutem Erfolge um die Neubelebung dieses Gebietes bemüht. Unterstützt wurden diese Bestrebungen durch die großen Sektkellereien und Brauereien, die zu eigenen Werbezwecken Wein- und Speisekarten drucken und an die Gaststätten verteilen ließen. Obwohl hierdurch der Werbecharakter der Karten in weitaus stärkerem Maße betont wurde als früher, erwies sich diese Entwicklung durch die gleichzeitige glückliche Hinzuziehung geeigneter künstlerischer Kräfte auch in formaler und ästhetischer Hinsicht als ein Fortschritt.

Die diesen Ausführungen beigegebenen Abbildungen zeigen eine Reihe guter Beispiele aus den letzten Jahren. Sie lassen erkennen, daß es sehr wohl möglich ist, charakteristische, der Individualität der verschiedensten Unternehmungen angepaßte Ausdrucksmöglichkeiten zu finden, ohne dabei das Werbemoment zu vernachlässigen. Die bürgerliche, behäbig-solide Atmosphäre einer



H E I N R I C H E R N S T