

für Bayern an, usw. Ein besonders charakteristischer Fall liegt mir vor, bei dem der Besitzer eines schwarz und rot gedruckten Briefkopfes des Antisemitismus von einem großen Warenhaus beschuldigt wurde. Auf dem gegnerischen Briefbogen entdeckte nun der Angeschuldigte aber gleichfalls roten Aufdruck neben dem Schwarz und drehte sofort den Spieß herum. Das Warenhaus, das sich seiner Sache wohl selbst nicht bewußt gewesen war, zog es vor, auf diese Gegenanklage zu schweigen, denn die Angelegenheit war wohl nun doch zu dumm.

Bei einer Anzahl meiner Entwürfe mußte aus politischer Angstmeierei statt weißes Papier, wie vorgesehen, graues, bläuliches und andersfarbiges genommen werden. Teils mußte das Rot auf orange, teils auf ganz andere Farben zuungunsten der Entwürfe umgestellt werden. Ich bin überzeugt, daß der größte Teil meiner Kollegen mit ihren Arbeiten ganz Ähnliches erleben. Sollen wir nun diesen groben Unfug weiter ins Kraut schießen lassen? Man spreche nur einfach alle »schwarzweißrot« gedruckten Reklamen für deutschnationale Gesinnungsäußerungen an und alle »schwarzrotgelben« für demokratische und erkläre sich gegenseitig den Boykott. Das wäre ja nicht auszudenken. Man stelle sich eine noch weitere Steigerung dieser Groteske vor. Würde man nicht vielleicht in Bayern dann bald verlangen, daß die Zeitungen nicht mehr schwarz auf weiß gedruckt werden dürften, da dies ja preußische Farben wären. Vielleicht schließt sich das Ausland dieser Auffassung freundlicherweise gleich mit an. Würde man nicht in Rußland kurzerhand den Gebrauch von weißem Papier überhaupt verbieten müssen, da dies totsicher ja nur ein verkapptes Kennzeichen von Anhängern der weißen Armee ist. Oder denkt das Ausland vernünftiger und großzügiger als wir? Schließlich dürfte der berühmteste Mann der sein, dem es gelingt, neue Farben zu erfinden, um den teils verängstigten deutschen Kaufmannsstand von unseren jetzigen Farben, die ja alle »politisch« angehaucht zu sein scheinen, zu befreien. Wo ist dieser große Mann?

Jahrhunderte hatten erkannt, daß unsere besten Druckwirkungen unter Verwendung von schwarz und rot auf weißem Papierton zu erzielen sind. Tatsächlich kann man sich beispielsweise für ein repräsentatives Geschäftspapier kaum eine schönere Wirkung denken, als in dieser klaren blitzenden Farbenstellung, die mit einem politischen Farbenbekenntnis gar nichts zu tun hat.

Wollte in der Vorkriegszeit bei uns ein Institut

oder ein Unternehmer das Nationale betonen, so wurden bekanntlich schwarze und rote Linien mit einem entsprechend breiten weißen Zwischenraum als Umrahmung oder Ähnliches in klarer schwarzweißroter Streifenwirkung auf den Drucksachen angeordnet und die Reichsfarben waren damit bestimmt gekennzeichnet. Niemanden aber fiel es ein, im allgemeinen bei Anwendung von Schwarz- und Rotdruck auf Weiß eine reichspolitische Farbens demonstration zu vermuten. Das hier gegebene Beispiel gilt auch für alle anderen Farbenszusammenstellungen.

Ich fordere nun alle Gebrauchsgraphiker, Reklamefachleute und Druckereien auf, den Kampf mit aufzunehmen — eventuell auch durch Verbreitung dieser Zeilen — gegen diese alberne Farbenangst. Wir wollen Freiheit der Farben auf der ganzen Linie und Neutralität der Farben in der Kunst und in der Druckindustrie. Auf die künstlerischen Farbenwirkungen soll es nach wie vor ankommen, die das Ausschlaggebende in der Reklame sind. Und weiter hinaus dürfen keinem anständig gesinnten Kaufmann, der seiner Kundschaft gegenüber ehrlich ist und Qualitätsware

AUSSTELLUNG



IM ALA-HAUS POTSDAMERSTR. 27A
5.-28.FEBRUAR