

DAS GESICHT
DER REKLAME VOR 1914 UND IN DER GEGENWART
EINE RUNDFRAGE

THE VISION OF ADVERTISING BEFORE 1914 AND TODAY
A SYMPOSIUM

I. VICTOR ARNAUD

Der Herausgeber: Sie gehörten schon vor 1914 zu den erfolgreichen Gebrauchsgraphikern Berlins. Es ist für die Leser der »Gebrauchsgraphik« interessant zu erfahren, welchen Einfluß die Entwicklung der Reklame auf Ihre künstlerische Form ausgeübt hat.

Wie charakterisieren Sie das Verhältnis zwischen Graphiker und Auftraggeber vor 1914?

Victor Arnaud: In der Zeit vor 1914 — da gäbe es noch in mir. Als Schüler von Lovis Corinth rang ich nach der rein künstlerischen Ausdrucksform. Da kam Hans Rudi Erdt und entdeckte mich als Reklametalent. Er war mein Auftraggeber, charmant, interessant, vornehm. Mit der Industrie hatte ich unmittelbar noch keine Beziehungen.

Der Herausgeber: Wie sehen Sie das Verhältnis zwischen Künstler und Auftraggeber heute? Glauben Sie, daß mit der fortschreitenden Erkenntnis der Reklamenotwendigkeit durch die Künstler die künstlerische Form an sich gelitten hat, und welches sind nach Ihrer Meinung hierfür die Gründe?

Victor Arnaud: Ich muß sagen: so weit in früheren Jahren Maler zu Werbeaufgaben herangezogen wurden, war ein ziemlich klarer Wille zu rein künstlerischer Gestaltung auch beim Auftraggeber erkennbar. Heute will es mir so erscheinen, als vergriffen sich viele Werbeleiter in der Wahl künstlerischer Mitarbeiter. Man merkt es vielen Entwürfen in Plakat und Inserat an, daß hier Künstler am Werk waren, deren Können viel stärker auf anderen Gebieten zur Geltung gekommen wäre. Hier läge es an den Reklamechefs, die Wahl der Mitarbeiter mit mehr Verständnis für die wirkliche Eigenart des Künstlers zu treffen.

Der Herausgeber: Welche Voraussetzungen muß also nach Ihren Erfahrungen ein guter Gebrauchsgraphiker in der Zukunft erfüllen?

The Editor: Before 1914 you already belonged to the most successful commercial artists of Berlin. It would be interesting for the readers of the "Gebrauchsgraphik" to hear what influence the development of advertisement has had upon its artistic form.

How would you characterise the relations between artist and customer previous to 1914?

Victor Arnaud: In the years before 1914 I was still in the period of fermenting. As a pupil of Lovis Corinth I strove for the purely artistic form of expression. Then came Hans Rudi Erdt and discovered me as an advertising talent. He was my employer, charming, interesting and elegant. I still had no immediate connections with industry.

The Editor: How do you regard the relations between artist and customer to-day? Do you believe that the artistic form in itself has suffered through the artists' waxing recognition of the necessity of advertisement? And what in your opinion are the reasons for this?

Victor Arnaud: I must say: When in former years artists were employed on advertising tasks, a pretty clear will to purely artistic representation might also be discerned on the part of the customer. To-day it seems to me as if many advertising chiefs tended to make a false choice of artistic collaborators. In many designs for posters and advertisements, it may be clearly discerned that artists were at work whose ability would have been much better employed in other fields. It should have been the task of the advertising heads to seek out their collaborators with more understanding for the real peculiarity of the artist.

The Editor: What preliminaries, according to your experience, must a good commercial artist fulfil in the future?