



FRED HENDRIOK

WER das Auf und Ab der künstlerischen Auffassungen einzelner Reklameperioden beobachtet, der erkennt sehr bald, daß einmal das Formale vorherrscht, das andere Mal wieder die Idee, der Inhalt. Es ist hier wie überall: Aktion und Reaktion folgen einander oder eine Mode löst die andere ab. Gerade in der Reklame läßt die Jagd nach Neuem sehr häufig das richtige Maß für das Werbewirksame verloren gehen. So haben die artistisch-künstlerischen Bestrebungen des letzten Jahrzehntes den gedanklichen Inhalt der Darstellung fast vollkommen verdrängt.

Fred Hendriok, dessen Arbeiten wir hier zeigen, hat sich nicht nur als erfahrener Graphiker, sondern gleichzeitig als Werbemann durch keine artistischen Stilbestrebungen beirren lassen, sondern der erzählende Inhalt der Bilder ist ihm ebenso wichtig wie die formale Gestaltung. Erst die neuere Zeit läßt wieder Verständnis für diese Form der

HE who takes pains to observe the ups and downs of artistic conception during various individual advertising periods will soon discover that sometimes it is the form which is the dominant aspect, and at other times the content, the idea. Here, as everywhere else it is the same story. Action and reaction follow upon one another, one fashion succeeds to another. Precisely in the art of advertising, the pursuit of the new often causes the correct sense of proportion for effective publicity to be lost. Thus the artistic efforts of the last decade have almost entirely set aside the intellectual content of the thing portrayed.

Fred Hendriok, whose work we show here, is simultaneously an experienced graphic artist and a publicity man, and he has never allowed himself to be led astray by artistic and stylistic pretensions. For him the content of the pictures, the telling of the story is just as important as the form

