

Abzeichen
Affichen
Atrappen
Bleistifte
Brieföffner
Buchstaben
Cellophan
Entwürfe
Etiketten
Federhalter
Feuerzeuge
Glasplakate
Glasschilder
Holzwaren
Kalender
Klischees
Laternen
Lederwaren
Lichtbilder
Löscher

REKLAME SCHAU IN BERLIN 1929

VERANSTALTER:

REICHSVERBAND
DEUTSCHE
REKLAME-MESSE

Lufballons
Packungen
Paketgriffe
Plakate
Plastiken
Postkarten
Projektions-
Apparate
Prospekte
Schilder
Schreib-
unterlagen
Skulpturen
Spiegel
Spielwaren
Zeitschriften
Zigarren-
Spitzen
Zündholz-
Behälter

Innenplakat aus der „Atrax“ der Bauerschen Gießerei
Poster in Bauer Foundry „Atrax“

HEINRICH JOST

zeichnet Blätter, die eine „Wirkung“ als Einzelobjekt haben sollen. Derartige im letzten Grunde bildhafte Wirkungen kann auch der Typograph mit den Mitteln des Setzkastens erreichen. Die Reklametypographie stellt ständig solche Aufgaben – Anzeige, Plakat-, und bis zu einem gewissen Grad gehört auch der Buchtitel zu den bildhaft wirkenden Einzelblättern. Die Aufgaben dieser Art gehören deshalb in ein graphisch-typographisches Grenzgebiet. Allein vorbehalten ist dem Typographen aber die Gestaltung fortlaufenden Textes. Hier handelt es sich nicht mehr um graphisch-bildhafte Wirkung eines Einzelblattes, sondern um den Gesamteindruck eine Reihe von Blättern, die, vom Ganzen losgelöst, keine eigentliche „Wirkung“ haben, und deren Reproduktion deshalb auch nicht viel besagen kann. Die Gestaltung des Buches stellt dem Typographen die Aufgabe, Schrift auszuwählen und so auf die Fläche zu setzen, daß das Wort zur besten, ungehemmten Wirkung gelangt. Je selbstverständlicher sich die Form eines Buches

„effective“ as individual objects. Such effects, in reality attained purely by pictorial means can also be achieved by the typographer with his box of types. Advertising typography is continually setting such tasks—advertisements, posters—and to some extent even the book-cover design must be reckoned among the single plates with pictorial effect. Tasks of this genre therefore should by rights be ranged in a graphic-typographic frontier region. It is the typographer alone, however, who can form a continuous text. Here it is no longer a case of the graphic-pictorial effect of an individual design, but of the impression-made by a number of sheets taken as a whole, any one of which alone would make but little effect, and the reproduction of which would therefore be of little purpose.

The fashioning of a book brings the typographer face to face with the task of choosing type and disposing it on the chosen area in such a manner as to achieve the best and most unhampered effectiveness of text. The more naturally