

Jetzt
wieder

Sanella
GARANTIE-MARGARINE

Glückstüten

R.M. 50.000
IN BAR
und 40.000
SACHPREISE

★GRATIS! Holen Sie
die Glückstüten bei
Ihrem Kaufmann!



PREISVERTEILUNG WEIHNACHTEN

Abbildung 7

● ANZEIGE

also die erwartete Publikumswirkung ausbleibt; dazu kommt ferner, daß der redaktionelle Teil der Zeitungen und Zeitschriften schon viel solche verdruckten Photos bringt und sie also im Inseratenteil bereits ermüdend wirken. Das Schwarz-Weiß einer Federzeichnung, eines Holzschnittes, eines dekorativen Entwurfs ist eine Erholung nach all diesen interesselosen photographierten Ansprachen zwischen Staatsmännern, nach diesen faden Aufnahmen von siegreichen und umgelegten Boxern, lächelnden Fliegern und Fliegerinnen, Versammlungen, Kundgebungen, unerkennbaren Unglücksstätten usw. Dies alles ist so gräßlich stumpf und nichtsagend, weil im Druck auch noch das einzige, was solche Aufnahmen geben könnten, das Intime des Augenblicks, durch den groben Raster zuschanden wird. Der Gebrauchsgraphiker stellt sich auf den Raster ein, ihm schwebt bei seinem Entwurf das Druckbild vor. Sehr instinktiv ist in dieser Hinsicht neben dem schon erwähnten Hudnut-Inserat die Anzeigen für Vera-Margarine von J. Kuch (Abb. 6). Mit welcher sparsamer und vorbedachter Oekonomie sind hier die Halbtöne verwendet. Nichts von der beabsichtigten Wirkung ist „unter den Tisch gefallen“. Mit den Werbemitteln der siebziger Jahre des vorigen Jahrhunderts arbeitet der Entwerfer der Sanella-Anzeige (Abb. 7). Diese Art der Zeichnung ist allerdings unmodern. Das Vorkriegsinserat für Manoli von Deutsch ist dagegen von geradezu