

Abbildung 6
ANZEIGE •
von
JOBST
KUCH



sensationeller Modernität. An der Sanella-Anzeige scheinen die letzten 45 Jahre spurlos vorüber gegangen zu sein. Was einen eventuell daran noch an eine jüngere Vergangenheit erinnert, nämlich an die Inflation, das ist die Riesentüte voller Papiergeld.

Es ist eine Ironie des Schicksals, daß jetzt in der Werbung aus sogenannten Spar-samkeitsgründen vielfach gerade der Sparkommissar, nämlich der Gebrauchs-graphiker, abgebaut wird. Denn eben heutzutage, bei der Einschränkung der Formate (bei Anzeigen), bei der notwendigen Reduzierung der Kosten überhaupt (Farbenbeschränkung, Vereinfachung der Techniken usw.), ist sein Rat und sein Können unentbehrlich. Er allein kann noch mit den einfachsten Mitteln große Wirkungen erzielen. Weder Neue Typographie noch Photographie machen ihn ent-behrlich. Er aber zieht beide in seinen Dienst und verwendet sie da, wo es an-gebracht ist. Er weist dem Text seinen Platz an, wo er am besten zur Wirkung und Lesbarkeit kommt und schafft das Bild, das das lesemüde Auge zwingt, nach den redaktionellen Sensationen auch noch den Reklametext zu lesen. Das Reklamewort

