



In den letzten 25 Jahren hat unter den angewandten Künsten die Fotografie die überraschendste Wandlung durchgemacht. Wollte jemand im Jahre 1905 einen Reklameauftrag erteilen, ging er zu einem „Künstler“, – denn die Bezeichnung Gebrauchsgrafiker gab es damals noch nicht. Die Ware, die angeboten werden sollte, wurde so realistisch wie irgend möglich gezeichnet oder gemalt. Es war die Blütezeit der realistischen „Schönmalerei“. Zu dieser Zeit waren die Fotografen gewissermaßen Menschen einer tiefer stehenden Kaste. Sie befaßten sich mit Gruppen- und Familienaufnahmen auf dekorativem Hintergrund und erledigten ihre Aufträge nach den Regeln eines ehrbaren Handwerks. Wir haben manche Schönheit in diesen alten Fotos neu entdeckt, aber damals machte man sich keine großen Sorgen, ob eine Aufnahme „künstlerisch-wertvoll“ war oder nicht. Unter dem Einfluß der freien Kunst entfernte sich die Reklamekunst immer mehr vom Realismus. Überall versuchte man an Stelle des Abbildes das Sinnbild zu setzen. Impressionismus, Expressionismus und die abstrakte Malerei sind die großen Abschnitte dieser Entwicklung. Es erwies sich aber sehr bald, daß man in der Reklame nicht auf das Abbild, auf die naturgetreue Darstellung der Ware verzichten konnte. Das war der Augenblick, in dem der Entwicklung der Fotografie ein neuer Weg gewiesen wurde. Der Anstoß dazu kam also nicht vom Fachmann, sondern vom Outsider, – vom Grafiker, der die ungeheuren Möglichkeiten der Fotografie als Werbe-