



mittel entdeckte. Die Fotografie hatte sich inzwischen zu einer technisch hochentwickelten Bildniskunst und zu dem unentbehrlichen Mittel der Bildreportage entwickelt. Der nächste Schritt war die Befreiung von jeder Konvention und das Experimentieren mit ganz neuen Möglichkeiten: das Fotografieren von oben und von unten, das Vergrößern in einem Ausschnitt, die Fotomontage, das Fotogramm. Entscheidende Einflüsse kamen aus Rußland (Lissitzky), Frankreich (Man Ray) und aus Amerika. Die neuen Resultate wurden aufgegriffen und verwertet. Das Foto wurde in verschiedenen Variationen als Werbemittel in den Kampf um den Kunden gestellt — und es hat sich bewährt! Die Wogen der ersten Begeisterung für alle Extreme haben sich jetzt geglättet, übrig geblieben ist das gute, sachliche, materialgerechte Foto — als unentbehrlicher Werbehelfer.

Der rasch steigende Bedarf hat bald Spezialisten auf diesem neuen Gebiet hervorgebracht, und zu diesen Spezialisten gehört auch die Berliner Fotografin Yva. Sie hat, neben ihrem Hauptgebiet, der Modefotografie, eine große Reihe künstlerisch hochwertiger Werbefotos geschaffen. Sie versteht es, das Starre des fotografischen Moments durch eine sehr kontrastreiche Hell-dunkel-Skala zu brechen. Die Lebendigkeit ihrer Bilder, ganz gleich ob es sich um figürliche oder Materialfotos handelt, hat etwas Ansprechendes und Anziehendes. Verbunden mit einer guten fotografischen Technik werden die Yva-Fotos zu ausgezeichneten Werbeträgern.