



zug gibt, so verzichtet sie in den meisten Fällen auf ein sehr wichtiges Werbemoment, nämlich das der Ueberraschung. Dieser Zustand kann aber nicht sehr lange dauern. Die Einsicht wird sehr bald kommen, und dann werden Künstler wie Hermann Keimel um ihrer Originalität willen gesucht werden.

geboren zu sein. Es ist ja eine eigentümliche Erscheinung in dieser Krisenzeit, daß die Unternehmerschaft sehr gern geneigt ist, einen großen Anteil am wirtschaftlichen Versagen der Reklame und insbesondere der bisherigen Reklamekunst zuzuschreiben. Man erwartet etwas unerhört Neues, man erwartet ein Wunder und übersieht ganz und gar, daß sich die Empfindungen und Gewohnheiten der Menschen nicht gewandelt haben, sondern nur die äußeren Umstände. Was in jahrelanger Zusammenarbeit zwischen Industrie und Kunst erarbeitet worden ist, kann niemals etwas Zufälliges und Gewolltes sein, sondern da die Resultate dieser Zusammenarbeit die Massen des Volkes in weitesten Umfange beeinflußt haben, ist Form und Sprache Allgemeingut geworden. Wenn die Unternehmerschaft heute der realistischen Bildform in so starkem Maße den Vor-

4

