



Eine Schwierigkeit entsteht dort, wo der kultivierte anspruchsvolle Geschmack des Werbekünstlers etwas – und manchmal sogar beträchtlich – der besseren Erkenntnis des skeptischen Psychologen weichen muß.

Die Erkenntnis des Psychologen ist: daß ein Kompromiß hier schon deswegen unvermeidlich wird, weil sich die Propaganda an sehr große und sehr verschiedene empfindende Schichten richtet. Entgegenkommend muß man einem schwer zu ermittelnden Durchschnittsniveau Rechnung tragen.

Es ist ungerecht, wenn in Verkenntung der Sachlage das Konto der verantwortlichen Propagandisten allzu sehr mit dem künstlerisch noch Unbefriedigenden eines Kompromisses belastet wird. Mit Bedauern wurde festgestellt, daß farbige Bilder der Schweizer Landschaft im Ausland immer wieder die größte Zugkraft erweisen und daß sich abstraktere und originellere Lösungen ihnen gegenüber nur schwer behaupten.

Im also beschränkten Rahmen haben St. Moritz und Davos sehr Beachtliches geleistet: verschiedene Veröffentlichungen wirken besonders durch die Art der Komposition erfreulich; auch dort, wo im einzelnen viel geboten wird, besticht das Ganze auf den ersten Blick durch Einfachheit.

