



Kistenbrand „Ostpreußen“



L O U I S



Ponchotto-Deckenfabrik
Ponchotto Blankets Factory



Warenzeichen sind bei ihm in ungewöhnlichem Maße gegeben. Ihre Darstellung wirkt so, daß ein Warenzeichen Oppenheims fast stets das wahre Zeichen der betreffenden Ware ist. Lo bleibt im Rahmen des Gegebenen, auch wenn einmal aus dem Gegebenen zeichnerisch-künstlerisch nur wenig zu nehmen ist und die Materie ungewöhnlich trocken scheint. Sein Humor ist mehr als die sattsam bekannte Lustigkeit, seine Mittel sparsamer als die der verbrämenden Präziösen. Oppenheim geht mit echtem Werbe-Instinkt auf seine Objekte los und nicht auf Umwegen um sie herum. Vergessen wir nicht jene hervorragenden, ausgezeichneten, in Wettbewerben mit Recht preisgekrönten Entwürfe für die Milch- und Roggenbrot-Werbung, deren Ausführungen jeder schon auf deutschen Bahnhöfen gesehen und bewundert hat. Angesichts eines jungen, hier von anderer Seite getadelten, oft irregangenen Nachwuchses läßt sich mit Bezug auf die Gesamtproduktion Oppenheims sagen, daß sie seit zahllosen Jahren immer das voll erfüllt hat, was man mit Anspruch von einem Gebrauchsgraphiker erwarten kann. Um genau zu wissen, was und wieviel das ist, muß man sich den Begriff „Gebrauchsgraphiker“ noch einmal klarmachen. Lo ist Gebrauchsgraphiker!

Werner Suhr