

FRITZ
LÖWEN



ausgestattet worden. Daneben gab es Bucheinbände zu entwerfen, Plakate, Sondernummern, Illustrationen — und obwohl die Aufgaben, um die es sich hier handelt, auf ein ganz bestimmtes, verlegerisches Programm zugeschnitten sind, so stellt doch fast jedes dieser Blätter eine völlig neuartige und überraschende Lösung dar.

Worin liegt nun das Charakteristische, das Besondere dieser Löwenschen Entwürfe? Daß sie, ohne sich an Einzelheiten zu verlieren, gleichsam den Extrakt dessen wiedergeben, was der Leser in seiner Zeitschrift vorzufinden wünscht. Man nehme eines jener Titelblätter zur Hand, die im Laufe seiner jahrelangen Werbetätigkeit entstanden sind, und man wird überrascht sein, wie in jedem einzelnen Fall die besondere Note, der besondere künstlerische Charakter des Heftes auf eine bunte, plakatartig stilisierte Formel gebracht wird. Starke, leuchtende Farben, geschmackvoll arrangierte Kompositionen, die in großen und zusammengefaßten Umrissen die Atmosphäre eines Buches oder einer Zeitschrift dem Publikum nahe bringen. Für eine Verlagsproduktion, die vorwiegend im Straßenhandel abgesetzt wird, ist diese ebenso originelle wie witzige, ebenso aparte wie in die Augen springende Form der Kundenwerbung geradezu vorbildlich.

Löwen hat viele Anregungen aufgenommen. Nicht selten wird man fremde Einflüsse in seinem Werk nachweisen können. Aber das ist unwichtig. Wichtiger ist, daß er einen durchaus eigenen, großzügigen, schlagwortartigen Stil der Reklame gefunden hat. Und daß er bis in die Fingerspitzen von den Möglichkeiten seines Berufs besessen ist. Und darauf allein kommt es an.

Dr. Hans Sahl