

über klar wird, daß die Wirtschaftspolitik nicht bei einer Lenkung der Produktion stehen bleiben kann, daß ihre wesentlichste Aufgabe vielmehr die Lenkung des Bedarfs sein muß. Man denke dabei nur an die Probleme, die sich bei der Einführung neuer Roh- und Werkstoffe und der aus ihnen hergestellten Waren ergeben. Dabei wird die Werbung als Erzieherin des Konsumenten völlig unentbehrlich sein.

Allerdings wird man sich darüber klar sein müssen, daß Sinn und Aufgaben der Werbung sich noch stärker wandeln werden, als es bisher schon der Fall war. Unbestreitbar muß die privatwirtschaftliche Reklame auch in Zukunft das Fundament des Werbewesens bleiben, wie ja an dem grundsätzlich privatwirtschaftlichen Charakter der Wirtschaft überhaupt nicht gerüttelt werden soll. Genau so, wie sich aber die privatwirtschaftliche Unternehmung immer enger in den von der Volkswirtschaftspolitik vorgezeichneten Rahmen zu fügen haben wird, so wird sich auch die privatwirtschaftliche Werbung immer mehr in die Gesamtwirtschaft einzugliedern haben. Der Einzelhändler, der Markenartikelfabrikant wird sie wie bisher zum Aufsuchen seiner Kundschaft heranziehen. Der Idealzustand wäre es, wenn der Handel in seiner Werbung auch die volkswirtschaftliche Aufklärungs- und Erziehungsarbeit mit übernehmen könnte. Dazu gehört große volkswirtschaftliche Einsicht, die wohl noch immer nicht überall vorhanden ist. Daher muß vorläufig diese Aufklärungsarbeit, wenn nicht direkt auf behördlichem oder ständischem Wege, so doch durch die behördlich kontrollierte Gemeinschaftswerbung geleistet werden.

Faßt man die Aussichten der Werbung also zusammen, so kann man nach der nicht zu verkennenden, bereits

eingetretenen Belebung zunächst einen nicht überstürzten aber gesicherten Aufstieg mit der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung voraussagen. Dieser Aufstieg wird sie instandsetzen, die neuen Aufgaben zu erfüllen, die die kommende deutsche Volkswirtschaft ihr stellen wird: Die Bevölkerung zum wirtschaftlich richtigen Konsum zu erziehen, eine vernunftgemäße Wirtschaftsführung auch im Verbraucherhaushalt durch Schaffung eines Gemeinshaftswillens und einer einheitlichen Verbraucherdisziplin herbeizuführen. In der Front der Werbung wird auch die Werbegraphik die ihr gemäße Aufgabe finden. Zahlenmäßig läßt sich ihr Anteil an den Werbeumsätzen und in der Werbewirtschaft nicht genau berechnen. Wenn nach einer Veröffentlichung des Werberats 1934 der Anteil an den Umsätzen der kontrollierten Werbung für die Werbung in Zeitungen 55%, für die in Zeitschriften 28% und für die durch Plakatanschlag 3,7% betrug, so läßt sich daraus nur der Anteil der Verlage und der Plakatanschlagsunternehmen ersehen; eine Schätzung der Anteile der künstlerischen Arbeit am Umsatz ist völlig ausgeschlossen. Immerhin läßt sich aus dem Vorwiegen der graphisch beeinflussten Reklame doch der Schluß ziehen, daß innerhalb der Werbung die Werbegraphik immer noch eine ausschlaggebende Rolle spielt. Und die Inanspruchnahme des Graphikers wird in dem Maße intensiver werden, wie der Unternehmer zu guter und wirklich eigenschöpferischer Werbung gezwungen wird. Da dies bei fortschreitender Wiedereinschaltung der Unternehmerinitiative in den Wirtschaftsprozeß und bei der fortschreitenden Entwicklungskurve der Wirtschaft von Monat zu Monat stärker der Fall sein wird, werden auch den Werbegraphikern in steigendem Maße neue und dankbare Aufgaben gestellt werden.

BERICHTIGUNGEN

In der Februar Ausgabe unserer Zeitschrift brachten wir auf Seite 54—57 einen Aufsatz „Ein Lob der Leistung im Alltag“. Die Firma Großdruckerei Carl Werner, Reichenbach, über die in diesem Artikel berichtet wird, teilt uns mit, daß ihr Betrieb bereits 1889 begründet wurde; dagegen entstand im Jahre 1919 die Offsetdruckerei Carl Werner.

Zu dem Artikel über A. Ashley, London (Februarheft XIII, Seite 44—49) teilt uns derselbe mit, daß Baron Mario Bucovich die Fotos für die Daks-Arbeiten gemacht hat, und Miss Martha Harris die Dekorationsentwürfe.

Im Februarheft XIII brachten wir auf Seite 10—13 eine Veröffentlichung über Henry G. Dowling, London. Herr Dowling bittet uns, zu berichtigen, daß er inzwischen jegliche Beziehungen zu der Association of Artists in Commerce abgebrochen hat.

ERRATA

In the February number of our magazine we published on pages 54—57 an article entitled "In Praise of Achievement in Everyday Work". The printing-firm Carl Werner, Reichenbach, with which this article deals, informs us that their business was founded in 1889. The offset printing works Carl Werner were established in 1919.

To the article about A. Ashley, London (February number XIII, pages 44—49), Mr. Ashley informs us that Baron Mario Bucovich took the photos for the Daks advertisements and Miss Martha Harris made the designs.

In the February number XIII we published on pages 10—13 an article about Henry G. Dowling, London. Mr. Dowling asks us to state that since we accepted the John Line Text he has severed all connection with the Association of Artists in Commerce.

Transl. by W. L. Campbell.

B E S P R E C H U N G E N

Die Papierfabrik Zerkall gibt gemeinsam mit der Bauerschen Gießerei eine Reihe von Drucken heraus, Diplome, Adressen, Meister- und Gesellenbriefe, Blätter ernsten und festlichen Inhalts. Papier und Schrift dieser Drucke zeigen, wie solche Aufgaben, die mit zu den reizvollsten des Buchdruckers gehören, gelöst werden können. Eine festliche Urkunde soll nicht in der nüchternen Sachlichkeit eines technischen Formulars erscheinen, aber sie soll auch nicht den verstaubten Prunk einer vergangenen Zeit mit sich schleppen. Gerade auf diesem Gebiet haben sich die altmodischsten Dinge mit Zähigkeit erhalten. An ihre Stelle soll ein Stil würdiger Sachlichkeit treten, in zuchtvoll knapper Gestalt soll auch eine Urkunde das Gesicht unserer Zeit tragen. Es ist die Aufgabe,

edle Papiere und edle Schriften, die eigentlichen Elemente der Buchdruckerkunst, auszuwählen und aufeinander abzustimmen zu einem reinen, vollen Klang. Jedes Blatt dieser Sammlung soll das zeigen. In reicher Abwechslung findet man die bekannten Schriften der Bauerschen Gießerei: Fraktur, Gotisch und Antiqua auf dem schönen Zerkall-Bütten, anregend für den Drucker und alle, die sich mit der Gestaltung solcher Drucksachen zu befassen haben. Eine Mappe zum Sammeln der Blätter, die einzeln als Beilagen erscheinen, wird auf Wunsch von den beteiligten Firmen, der Bauerschen Gießerei in Frankfurt a. M. oder der Papierfabrik Zerkall Renker und Söhne in Zerkall bei Düren i. Rhld. kostenlos abgegeben.