

Reklamekunst ist zweckgebundene Kunst. Vielleicht der größte Gegensatz zum l'art pour l'art. Auf's engste dem „Geschäft“ verhaftet, läßt Reklamekunst ganz konkret, ja oft zahlenmäßig feststellen, ob die gezeigte Leistung gut oder schlecht war. Gilt es doch nicht zwischen ästhetischen und Nützlichkeitsforderungen den Ausgleich, sondern die Kunstform zu finden, welche den geschäftlichen Zweck erfüllt. Reklamekunst wendet sich an ein zufälliges Passantenpublikum, nicht an Ausschau haltende Museumsbesucher. Darum bleibt die Hauptaufgabe: aktiv und dynamisch zu sein, festzuhalten ohne Verstimmung zu erregen, zu faszinieren und, nachdem dies geschehen ist: zu überzeugen. Denn da sich die künstlerische und die Reklamewirkung identifizieren, verbürgt die erstere den kommerziellen Erfolg.

Einer, der die generelle Aufgabe: in der Zerstreuung des Straßenbildes den Blick zu konzentrieren, individuell löste, stets neue und starke Wirkungen schuf, dem sich wandelnden Zeitgeist Rechnung trug und dabei niemals seinen eigenen Stil darangab, ist der Wiener Graphiker Joseph Binder. Schon im März 1928 durfte an dieser Stelle gesagt werden: „Joseph Binder ist also nicht nur eine Hoffnung der österreichischen Gebrauchsgraphiker, sondern schon in seinen heutigen Leistungen eine starke Erfüllung.“ Die acht Jahre, die diesem Satz folgten, brachten immer neue Beweise seiner Richtigkeit. Joseph Binder, heute neben Wagula der Gebrauchsgraphiker Oesterreichs, dehnte seinen Wirkungsbereich weit über dieses Land aus.

Fortsetzung Seite 54

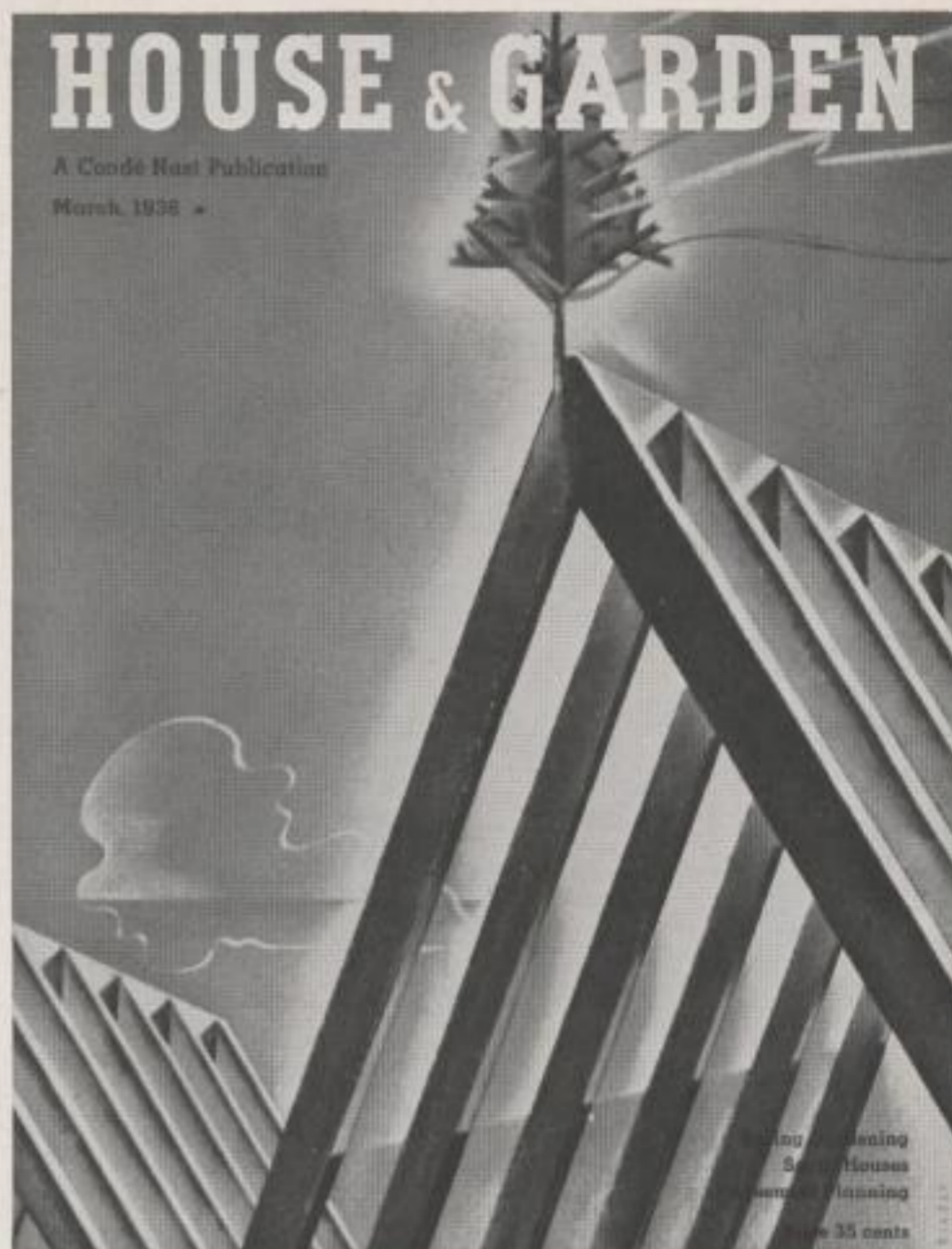
JOSEPH BINDER

Advertising art is restricted by the purpose to which it is put, and is perhaps the greatest contrast to art for art's sake. Owing to its close connection with "business", advertising art permits of ascertaining perfectly definitely, and indeed frequently in figures, whether the work exhibited was good or bad, for it is a question of finding not the adjustment between aesthetic and practical requirements but the artistic form which fulfils the business purpose. Advertising art is addressed to the passing crowd, and not to visitors to museums who are looking for what they wish to see. Hence its principal function is to be active and dynamic, to arrest the attention without causing annoyance, and to fascinate, and, after this has been done, to convince, for as the artistic and advertising effect are identical the former is a guarantee of commercial success.

The Viennese graphic artist Joseph Binder was one of those who found an individual solution of the general task of concentrating the attention in the distracting picture presented by the streets, always creating new and powerful effects and always taking the changing spirit of the times into account without ever sacrificing his own style. In our issue for March, 1928, it was already possible to say that Joseph Binder was not merely one of the hopes of the Austrian commercial artists, but that his then achievements were already a great fulfilment. The eight years which have elapsed since that was written brought constant fresh proof of its correctness. Joseph Binder, who now ranks with Wagula as one of the two leading commercial artists in Austria, extended his sphere of action far beyond the frontiers of his own country. He worked partly in Vienna and partly in America where his lecture on "Art and the Poster" which he delivered in the autumn

Continuation page 55

51



Zeitschriftenumschlag

Cover of a periodical

WIEN - NEW YORK

Plakat für eine
Krankenhausversicherung

Poster for a hospital
insurance company

