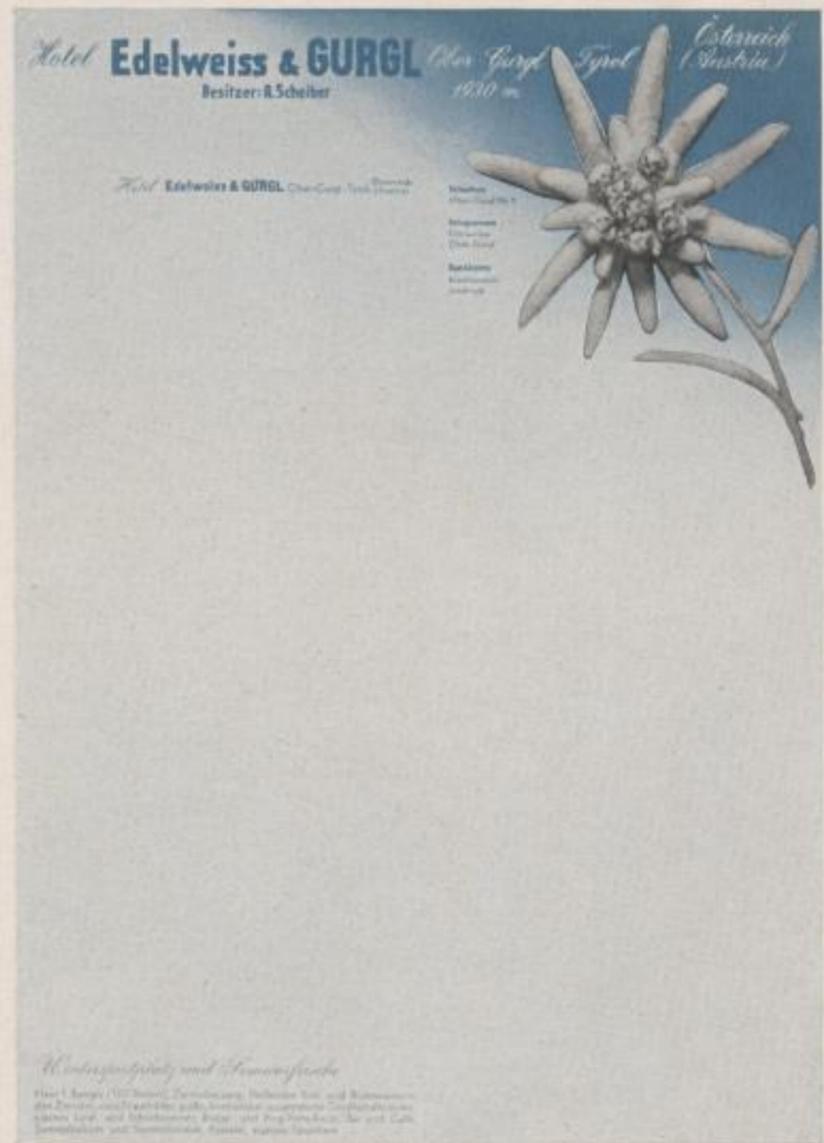


haben. Wenn man sich mit Herbert Bayer, von dem hier eine Folge von neuen Arbeiten gezeigt wird, über solche Fragen unterhält, wird man sehr bald darüber belehrt werden, daß er selber ein kompromißloser Künstler ist, der vor allem von jener unleidlichen und lebensfremden Scheidung zwischen einer sogenannten angewandten und einer freien Kunst nichts wissen will und der sich darum auch durch die Zweckgebundenheit seines gebrauchsgraphischen Betätigungsgebietes in seiner künstlerischen Schaffensfreiheit nicht beeinträchtigt fühlt. Was Bayer aber mit allem Nachdruck ablehnt, ist jene leider so häufig vertretene Auffassung, daß auch ein nicht einwandfrei durchgestaltetes Werbemittel zulässig, ja gewissermaßen sogar berechtigt sei, sofern es nur seiner werblich-wirtschaftlichen Aufgabe genüge. Er bekämpft diese Auffassung mit dem sehr berechtigten Hinweis auf die



Briefbogen

Letter head

Prospekt der Firma C. H. Boehringer & Sohn (Ärztewerbung)  
Pamphlet of C. H. Boehringer & Sohn (medical advertising)

shown here, one quickly receives the impression that he is every inch an artist, and one, moreover, who quite definitely refuses to listen to any talk about the intolerable and unnatural distinction made between so-called applied art and liberal art, and who does not feel his freedom as a creative artist to be in the least restricted by the utility of advertising art. What Bayer emphatically rejects is the standpoint, unfortunately all too common, that any, even questionable methods of advertisement are permissible if they adequately fulfil their functions as advertisements for commercial purposes. Herbert Bayer contests this view by justly drawing attention to the extraordinarily educative influence of advertising art on wide circles within the nation in matters of taste. No branch of art is better

