

erklärt. Das Plakat wird auch in 50 Jahren wirken!« So wurde das Weinplakat der Anlaß, daß ich nach Darmstadt reiste, um Pfeil kennen zu lernen und als Mitarbeiter zu gewinnen. Die Bekanntschaft war keine Enttäuschung, denn seitdem arbeiten wir zusammen. Es gibt nichts von Bedeutung, was wir nicht zusammen besprechen, formen und gestalten, und so eng ist die Arbeitsgemeinschaft, daß es oft unmöglich ist, die ideellen Anteile an den fertigen Dingen nachträglich anzugeben. Ich sage dies mit großem Stolz für uns beide. Aber auch für eine Firma bedeutet eine solche langjährige und enge Zusammenarbeit zwischen Werbeleiter und Graphiker ein glückliches und gewinnreiches Verhältnis. Die Werbung, die auf solchen Grundlagen beruht, ist charakteristisch durch die Stetigkeit ihrer äußeren und durch die Ausgeglichenheit ihrer inneren Gestaltung. Eine solche Werbung gibt einer Firma Stil und Atmosphäre und damit in der Öffentlichkeit das besondere Ansehen, den Respekt: eine Wirkung, die nicht nur Angelegenheit einer Repräsentation ist, sondern auch am eindringlichsten den Verkauf fördert. Denn nach der Güte, man möchte sagen: nach der Kultur der Werbegestaltung wird die dargebotene Sache empfunden und eingeschätzt. Für eine schlechte Sache kann nicht mit gepflegtem Geschmack geworben werden. Diesen Geschmack sollte auch die Werbung einer volkstümlichen Ware besitzen. Ich weiß: viele meiner Berufsgenossen sind der Meinung, daß die kaufmännische Organisation in der Werbung das Ent-

Our meeting was not disappointing. We have worked together ever since. There is nothing of importance we do not discuss together, plan and perform. Indeed so close is our collaboration that it is often impossible to state whose ideas inspired the completed composition. I speak for us both with due pride. But to the firm such happy and lasting cooperation between the advertising manager and the advertising artist can only be advantageous and profitable. A method of advertising based on such foundations is marked by a consistency with regard to exterior form and a complete harmony within. Such advertisements lend style and an air of distinction to a firm besides awakening public respect and creating a reputation of a special character. This is of importance, not only for reasons of representation, but as a means for promoting sales more effectively than in any other way. For according to the quality, one might almost say, according to the cultural character of the form of an advertisement, is the article offered for sale to be appraised. An advertisement embodying good taste and culture cannot possibly extol a poor article. The same good taste in advertising, however, ought to be equally applicable to articles possessing national or "folkhood" interest. I know many of my colleagues are convinced that the commercial aspect in advertising is the decisive factor and not the form it takes which, as often as not, is a veritable arena for the display of artists' ambitions, generally hopelessly



Pfeil
Hundertmit Toppandart 35

Bleistiftskizze · Pencil sketch