

geben, mit denen die Träger der Namen später wenig einverstanden sind. Manche Lina nennt sich Liane, mancher Heinrich Heinz, damit uns nicht vor ihm graut.

Wenn nun von dem Gebrauchsgraphiker, von dem Illustrator, der seine Kunst der Werbung gewidmet hat — wenn von ihnen verlangt wird, daß sie zu ihrer Zeichnung auch gleich eine Schlagzeile und womöglich auch den ganzen Text „liefern“ sollen? Dann sollten sie den Mut aufbringen, den Auftraggeber darüber aufzuklären, daß Illustration und Textierung zwei grundverschiedene Aufgaben sind!

Gewiß: Bild und Text müssen zu einer Einheit zusammenschmelzen. Aber das bedeutet durchaus nicht, daß nun der Text unbedingt noch einmal in Worten illustrieren, in Worten ausdrücken muß, was das Bild schon deutlich genug zeigt. Oft läßt sich sogar eine weit größere Wirkung auslösen, wenn Schlagzeile und Bild in einem scheinbaren Gegensatz zueinander stehen.

Nehmen wir an, es soll für ein Nervenpräparat geworben werden, und zwar durch Anzeigen. Da könnte wohl als Blickfang eine Zeichnung vortrefflich sein, in der eine aufregende Straßenszene im Großstadtverkehr gezeigt wird. Dazu würde ich aber nicht etwa als Schlagzeile schreiben: Im Verkehrsgewühl der Großstadt, sondern eher, um die Neugierde zu wecken, um zum Lesen des nachfolgenden Textes anzureizen: *Nur nicht die Ruhe verlieren! Oder: Kein Grund zur Aufregung!* Oder (falls ein Verkehrspolizeibeamter ruhig wie ein Felsen inmitten der Verkehrsbrandung steht): *Wohl dem, der solche Nerven hat...*

Kommt der Maler und kommt mit ihm der Auftraggeber erst dahinter, daß es vielfach nur zum Vorteil der Werbewirkung ist, wenn Bild- und Wortspezialist in gemeinsamer Fühlung mit dem Werbungtreibenden oder dessen Werbeleiter ans Werk gehen, dann wird jeder bestrebt sein, auf seinem Spezialgebiet das Beste herzugeben. Die Bühne der Werbung ist kein Varieté, in dem sich Universalkünstler austoben, die alles können. Werbeleiter, dirigiere! Texter, bleib beim Textschreiben! Maler, bleib bei deinem Pinsel! Es ist besser so.



Painter stick to your brush!

BY STRIX

ADVERTISING WRITER, BERLIN-FRIEDENAU

A Wilhelm Busch is not born every day! How modestly Busch states in his autobiography, he had never really dared to earn a living by painting! And yet with what ease did this gifted painter and draughtsman use his pen as a poet and thinker, as a humorist and satirist!

Generally speaking, writing and drawing are two separate things, and no one ought to be ambitious enough to try his fortune in both these spheres when he is just able to attain some little significance in writing or in drawing only.

In my young days I once asked my form master why a picture, which was obviously intended to depict a lady whose dog was gazing up at her with affectionate eyes — should be entitled:

Lady with Dog