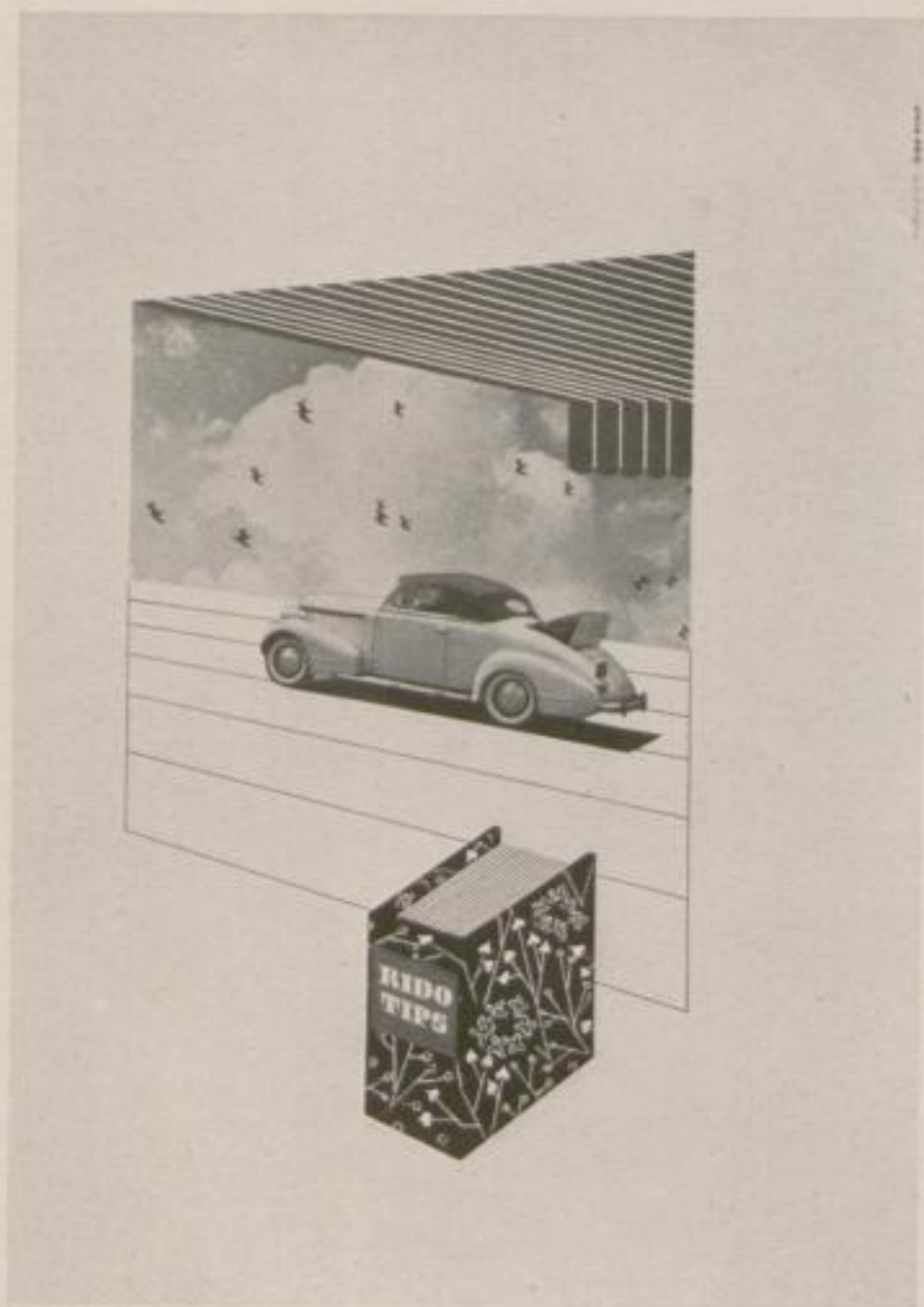




Prospekttitel

Catalogue title



Kitsch“ heißt die Jahresgabe einer Tapetenfabrik; es ist die Offenbarung einer verbindlich vorge-tragenen Geschmackskultur.

Ob Jupp Ernst nun Entwürfe für Schaufenster-gestaltung oder für Prospekte, für Warenzeichen oder für Bucheinbände zeigt: immer sind sie von der „Phantasie der Sachlichkeit“ belebt, immer sind sie durch die glückliche Vereinigung ver-schiedener Fähigkeiten reizvoll gemacht. Es liegt wohl an der grundsätzlichen Einstellung, daß Jupp Ernst bisher hauptsächlich für die Industrie gearbeitet hat; die hier zur Veröffentlichung ge-langenden Proben seines Schaffens zeigen jedoch, daß die Möglichkeiten eines so zeitge-mäßen und selbstsicheren Gebrauchsgraphikers ziemlich unbegrenzt sind. Es gibt wohl kaum ein Gebiet, auf dem seine ausgeprägte und ge-schmackvolle Note nicht die besten Wirkungen haben würde.

Werner Suhr.

## J U P P E R N S T

trash are, as it were, affirmations of real creative work. “Wall-paper, How to eliminate Trash!” is this year’s gift of a wall-paper factory; it is a revelation of cultured taste. Whether Jupp Ernst designs for shop-window decorations or for pamphlets, for trade-marks or book-marks, all his productions have been animated by “a vision of essentials”, and their charm is always enhanced by the happy combination of various qualities. Jupp Ernst has hitherto worked chiefly for indu-strial concerns a fact probably due to the views he holds. The specimens of his work shown in these pages prove, however, that the scope of such an up-to-date advertising artist possessed of Jupp Ernst’s confidence is almost unlimited. There is hardly any field of work in which his unique and distinctive style would fail to achieve brilliant effects.

Translated by Flora Salmond-Volkman

