



Das Werbebild des Hauses

Julius Meinl

Wien

In der Wirtschaftswerbung berühren sich zuweilen Kunst und Zweck in einer Form, die das hohe Prädikat verdient, stilbildend zu sein. Diesen Rang harmonisch abgestimmten Ausdruckswillens verdient mit vollem Recht seit jeher das Werbebild des Hauses Meinl in Wien. Aus einem kleinen Kolonialwarengeschäft in der Inneren Stadt von Wien, das dort 1862 vom Vater des heutigen Seniorchefs des Hauses, Julius Meinl, begründet wurde, wuchs durch Fleiß und Unternehmungsgeist, immer wieder durch einen zielbewußten Werbewillen unterstützt, ein Konzern der deutschen Nahrungs- und Genußmittelindustrie von mitteleuropäischer Bedeutung heran. Qualität und Leistung des Unternehmens verbanden sich dabei immer wieder glücklich mit der Werbung zu gediegenem Erfolg. Lebendig wird das, was hier nur in wenigen Worten über

die Bedeutung der Meinl-Werbung gesagt werden kann, bei einem Besuch im Atelier des Gestalters der Meinl-Werbung innerhalb der letzten beiden Jahrzehnte: Otto Exinger. Eine umfassende Plakatsammlung des Hauses, aus mehreren Jahrzehnten erfaßt, spiegelt das praktische Wirken am Meinl-Werbebild in eindrucksvoller Form wider. Arbeiten aus der Hand bedeutender deutscher Gebrauchsgraphiker in großer Zahl sind dort ebenso würdig vertreten wie die Arbeiten der in der Praxis der Meinl-Ateliers herangewachsenen jungen Künstler. Eine Sammlung alter Stiche aus der Gründungszeit und früher, die mit dem Wesen des Unternehmens zusammenhängen, sowie alte Porzellantassen berühmter Manufakturen, Kaffeemühlen aus der Zeit des Barock, Empire und Biedermeier verbinden sich mit Aquarien, die Fische aus der Hei-

