



# Die Anzeige als Kunstwerk

Von Dr. Max Osborn

Der Anzeigenteil der Zeitungen und Zeitschriften ist schon lange nicht mehr lediglich eine geschäftlich-öffentliche Bühne, eine gedruckte Börse, die Angebot und Nachfrage regelt, sondern mindestens ebenso sehr ein Stück Lesestoff, nicht „angehängter“, sondern integrierender Bestandteil jeder Nummer — womit er dann auch wieder seinen kaufmännischen Zwecken am besten dient. Aber noch mehr: nicht nur Lesestoff, sondern auch „Sehstoff“ ist er geworden, Anreiz und Unterhaltung für das Auge.

Zuerst ging, von der allgemeinen Bewegung der angewandten Künste um 1900 mit fortgerissen, die Anzeige dazu über, ihre Druckanordnung sorgsam zu reformieren; dann machte sie einen kühnen Sprung und zog auch die Künstler in ihre Dienste. Sie hat damit ihre Wirkungsmöglichkeiten außerordentlich erweitert.

Dem Inserat ein Bildchen beizugeben, ist zwar ein alter Gedanke. Schon in den Bänden der „Vossischen Zeitung“ aus dem 18. Jahrhundert finden wir gelegentlich kleine Holzschnitte eingestreut, die eine angepriesene Ware, etwa neu-angekommene Modeartikel oder appetitregende Würste, in ihrer ganzen Schönheit vorführen. Man hatte damals bereits erkannt: wenn mehr oder weniger gute Bildchen sie begleiten, dann fließt die Arbeit des Annoncierens munter fort. Bis vor nicht langer Zeit blieb es bei derselben Methode. Man begnügte sich

damit, eine Abbildung zu geben, die sachlich und brav darstellte, was bei der Firma A. oder im Geschäft von B. zu kaufen sei. Nur die Technik änderte sich, da man vom Holzschnitt zum Klischee griff. Es bedeutete einen wichtigen Schritt, von dieser Art zur freien Zeichnung überzugehen, die mit ganz anderen, erheblich reicheren und stärkeren Mitteln auf den Leser, den „Durchblätterer“ Eindruck zu machen versteht.

Die Künstler griffen mit Feuereifer und offensichtlichen Vergnügen zu den neuen Aufgaben. Sie verstanden schnell, worauf es ankommt. Daß die Zeichnung eben darum die Aufmerksamkeit doppelt fesselt, weil sie nicht ihren Inhalt einfach wiederholt, sondern phantasiereich umschreibt. Es ist immer der Sinn der Kunst, daß sie sich im Gleichnis ausdrückt. Diese

aesthetische Wahrheit wird hier sehr klug für die Praxis des Tages eingespannt. Der Beschauer, der bei einem hübschen, wohlgefälligen und lebendig hingewetzten Bildchen nicht sofort, auf den ersten flüchtigen Kernblick hin, schon genau weiß, was es mitteilen will, wird mit erhöhter Aufmerksamkeit hinsehen, den

Begleittext studieren und so auf heimtückische Weise mit der Sache vertraut gemacht, für die man ihn interessieren möchte. Ein „gefundenes Fressen“ für Künstler, ihre Einfälle, ihren Witz bei solcher Gelegenheit zu üben.



Hartwig Kanforowicz