Zeitschrift: Die Berner Woche in Wort und Bild : ein Blatt für heimatliche Art und

Kunst

Band: 27 (1937)

Heft: 24

Artikel: Ueber Gebrauchs- oder Werbegraphik

Autor: Brügger, E.

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-638682

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Ueber Gebrauchs- oder Werbegraphik

Von E. Brügger, Bern

Der Gebrauchsgraphiter, heute für viele noch ein undesinierbarer Begriff, Anderen ein unentbehrlicher Hesser, ist zu einem Beruse geworden, hervorgegangen aus wirtschaftlicher Notwendigseit, d. h. durch die bedingten Umstände im Handel, Gewerbe und Industrie. Ueberproduktion und Absakstockung drängten den Fabrikanten und Geschäftsmann schon vor Jahren zu intensiverer Werbung, wobei das Plakat, der Prospekt und das Inserat, um nur die Haupssparten der Werbegraphit herauszunehmen, jedes gesondert eine Ausgabe zu erfüllen haben, aber gemeinsam angewandt, unter den Sammelbegriff Werbung gehören.

Den Gebrauchsgraphifer fannte und brauchte man schon vor 20 und mehr Jahren; aber als Beruf hat er sich in den letzten Jahren herausgeschält. Die ersten Künstler, die sich der Werbegraphif verschrieben, waren Kunstmaler und pslegten die Aufträge gewissermaßen nebenamtlich zu erledigen. Bon dieser Art Gebrauchsgraphifer sind heute nicht mehr viel am Wert. Wenn ihnen auch viel Kenntnisse über Schrift und Ausbau im Entwurf mangelte, so brachten sie mit sicherem Farb- und Formengesühl Arbeiten zustande, wie sie heute selten mehr zu sinden sind.

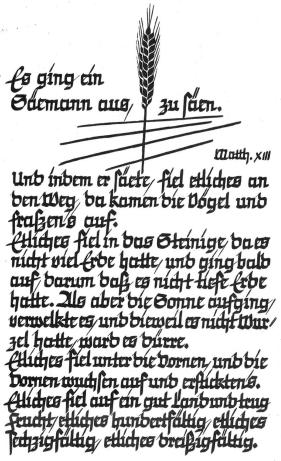
Heute hat ein Jüngling Gelegenheit, eine Graphikerlehre zu absolvieren, welche durch entsprechende Kurse und Stunden



Federzeichnung

Edgar Brügger, Bern

an der Kunstgewerbeschuse ergänzt wird. So unglaublich es flingt, aber auch beim Graphifer hat die Mechanisierung eingesett. Ein großer Teil Reklamematerial wird heute ausschließlich mit Photo und Schriftlat zusammengestellt. Zum Glück ist das gesamte Gebiet der Werbegraphik so groß, daß für den guten Schrift- und Figurenzeichner Entwürse anzusertigen sind, wo Photo und der reine Schriftlatz sich nicht eignen, und somit nicht in Frage kommen. Ueber den Wert einer Photo oder Zeichnung im Plakat, Prospekt oder Inserat soll hier nicht gesprochen werden; sicher ist, daß jede Technik zum Ersolg führen kann, wenn reklamepsychologisch richtig vorgegangen wird. Reklamepsychologisch richtig vorgegangen wird. Reklamepsychologisch richtig beißt, die Reklame so zu gestalten, daß sie von der Bevölkerungsschicht, an die sie sich wendet, verstanden wird und



Konfirmationsschein

Eugen Jordi, Kehrsatz

zum Kaufen animiert. Es fann sich eine Reklame entweder nur an die Hausfrauen richten oder eventuell nur an die Junggesellen, oder nur an Bergsteiger usw. Man sieht daraus, daß vom Entwurf viel abhängt und in der zeichnerischen Gestaltung allerhand Momente zu berücksichtigen sind.



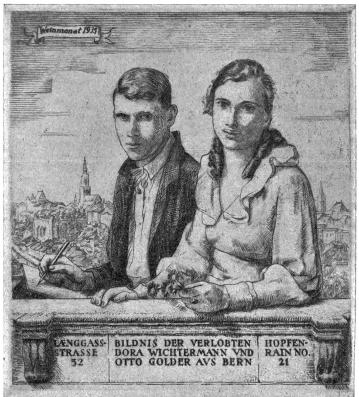


Glückwunschkarte

Hans Thöni, Bern

Betrachten wir einmal das große Gebiet der Werbegraphik, dann wird der Laie begreifen, daß es Graphiker gibt, die sich spezialissieren und mit Borliebe denjenigen Zweig bearbeiten, der ihrem Können am besten entspricht und ihnen Ersolg sichert. Wir haben sowit Graphiker, die sass die sliche Signets, Schriftzüge und Brieftöpse entwersen oder andere, die mehr Geschick im Großformat besitzen und auf eine Reihe von entworsenen Plakaten stolz sein dürsen. Wieder andere machen in Humor oder sind gerissen Wodezeichner usw. Und nun eine Reihensolge des ganzen Gebiets, die sich bei genauer Untersluchung bestimmt noch erweitern ließe:

- 1. Das Signet. Geschäfte oder Fabriken führen vielfach ein Signet mit dem sie ihr Fabrikat vor Nachahmungen schüken.
 - 2. Brieftöpfe und Geschäftstarten.
- 3. Das Imferat. Dasselbe ist wohl die bekannteste Art der Berbung und wird vielsach auch zur Unterstützung der Plakatreklame lanciert.



Radierung

Otto Golder, Bern

- 4. Prospekte, Kataloge, Umschläge, Programme und Kaslender.
- 5. Buchgraphit. Diese umfaßt Bucheinbände, Schukumsschläge, Borsappapiere, Illustrationen und Sahanordnungen.
- 6. Gelegenheitsgraphik. (Familiengraphik) Ex-libris, Geburtsanzeigen, Verlobungskarten, Neujahrs- und Glückwunschstarten, Urkunden und Diplome, Tischkarten usw.
 - 7. Innen sund Außenplakate.

Damit ift das Arbeitsgebiet, wie schon oben erwähnt, teineswegs erschöpft. Jedem Entwurf, und sei er noch so start stillssiert, geht eine mehr oder weniger naturalistische Studie voraus. Es ist daher begreislich, wenn viele Graphiter sich auch mit dem Holzschnitt, der Lithographie und der Radierung beschäftigen und dazu auch das gewöhnliche Handzeichnen pslegen.

Bloss ein Becher kalten Wassers

(Sonntagsgedanken)

Gine Aleinigkeit bloß, so ein Becher kalten Wassers, den auf einem sommerlichen Spaziergang der Junge seiner Mutter vom nahen Quell herbeiholt — aus eigenem Antrieb herbeibolt! Sie kostet nichts, kein Geld, nur ein klein wenig Selbstäberwindung. Und doch hat sie ihren Wert, ihren großen Wert sogar; denn sie verrät Liebe, verrät seinssühliges Witempfinden. Und darum tut sie wohl.

Jesus hat mit Vorliebe auf solche kleinen, aber vielsagenden Zeichen der Nächstenliebe hingewiesen. "Wer dieser Geringsten einen nur mit einem Becher kalten Wassers tränkt — es wird ihm nicht unbesohnt bleiben." "Wer euch aufnimmt, der nimmt mich auf." Er, der mittellose Wandersmann wußte solche kleinen Freundlichkeiten zu schäßen. Wohl sind es keine Heldentaten, von denen die Nachwelt spricht, man kann damit nicht groß tun, aber es sind eben die wie wohl kleinen Anzeichen dafür, daß Menschen Empsinden und Verständnis für einander haben. Es ist gewiß etwas schönes, wenn sich Herzen und Stände bewegen

lassen, sobald sie Menschen in großer Not wissen. Aber Augen haben für die kleinen Nöte des Mitmenschen, ist vielleicht ebenso wichtig. Denn kleine Nöte können auch weh tun.

Sobald wir aber dieses seine, hellsichtige Verstehen auch in geringen Dingen heraussühlen, ertragen wir die Härten des Lebens viel besser. Fast kann man sagen: Durch solche "Meinigsteiten", wie der Becher Wasser, von dem Jesus sagt, wird jedes Leben, auch ein sogenannt sorgensreies, überhaupt erst schön.

Es gibt ja Menschen, denen durch ihr Geld eigentlich alles erreichbar ist. Aber die wirkliche Liebe der Mitmenschen, die auch solche Krösusse brauchen, die können sie doch nirgends kaufen, die muß ihnen geschenkt werden — oder sie müssen sie entbehren, seidvoll entbehren.

Ihr lieben Ehemänner! Denkt doch daran, daß ihr eure Frauen, vorausgesetzt, daß sie euch wirklich lieb haben, nicht glücklich macht durch teure Anschaffungen, Staubsauger, Rühlschränke und dergleichen, sondern durch eure kleinen Beweise der innern Berbundenheit, ein liebes Wort, ein ritterliches Einstehen für sie gerade dann, wenn sie sich versehlt haben, und die Leute das merken .