

PUBLIZITÄT D

Durch das Fenster des kleinen Ateliers unsers Freundes Raymon Mehlen strahlt die klare Oktobersonne herein. In bunten Klexen leuchten im Garten die Astarten, noch viel farbenfreudiger aber blinken von den Wänden des Ateliers jene kühn und originell entworfenen Affischen, die in kurzer Zeit den Namen ihres Autors im ganzen Lande bekannt machten. Neugierig blicken die Wellensittiche durch das silbern leuchtende Käfiggitter: was mag dieser vorwitzige Fremde nur alles zu fragen haben?

Wir wollten in der Tat erfahren, wie Herr Mehlen zu seinem speziellen Beruf bewogen wurde und welches die persönliche Auffassung ist, die er von diesem Berufe hegt.

«Ich hielt darauf, erklärt uns Herr Mehlen, Typograph zu werden. Es ist dasselbe Handwerk, das mein Vater ausübt, und ich wollte diesen Beruf ergreifen, weil er mir tatsächlich zusagt. Ich bin froh, daß ich meine Lehrjahre in der Druckerei Viet. Bück verbringen durfte, wo ich tatsächlich alles zur Verfügung hatte, was ich zur gründlichen und gediegenen Bemeisterung der Branche nötig hatte. Typographie betrachte ich übrigens für eine größere Evolutionsbasis der Reklame als die Werbegraphik durch Zeichnung. Das — wegen des neuen technischen Materials, das von hervorragenden Künstlern geschaffen wird. In der Typographie findet auch ein größerer internationaler Austausch statt als in der Graphik.»

— Wie haben Sie sich in der Kunst des Zeichnens ausgebildet?

«Während meiner Lehrzeit als Typograph besuchte ich die Zeichenkurse des Herrn Prof. Blanc. Dort lernte ich Schwarz:weiß-zeichnen, die Technik, die in Strichelichés zur Verwertung kommt. Uebrigens war das eine gute Vorbereitung auf die Flächenbehandlung, von der, wie ich glaube, alle Affischenwirkung in erster Linie abhängt. Ich zeichnete auch nach der Natur, Tiere, Pflanzen, usw., um alle vorkommenden Sujets direkt bearbeiten zu können. Damals verfolgte ich eigentlich nur den Zweck, meine Typographie mit eigenen Schnitten zu illustrieren, noch dachte ich nicht an Affischen.»

— Welcher Umstand brachte Sie dazu, im Plakat sich zu versuchen?

Als der derzeitige Präsident der Assoss mich 1934 beauftragte, ein Plakat für den Assosball zu entwerfen, versuchte ich mich zuerst auf diesem Gebiet, auf dem ich dann meinen Weg durchaus selbständig suchte.»

— Welche Bedingungen hat Ihrer Meinung nach ein gutes Plakat zu erfüllen?

«Eine gute Affische muß à distance als Blickfang wirken, einzig und allein als

INTERVIEW MIT RAYMON MEHLEN



Blickfang. Deshalb sind krasse Gegensätze in den Plakatarben zu wählen, jedoch muß immerhin eine einheitliche Form herausgebracht werden. Die Details in der Zeichnung müssen jedoch als nebensächlich betrachtet werden, weil diese Details dem ersten Zweck, als Blickfang zu dienen, nur schaden könnten. Uebrigens bestehen bei ein und demselben Objekt verschiedene Möglichkeiten. Die Affische kann dekorativ gestaltet sein oder durch eine originelle Idee die Blicke auffangen; ein Emblem kann das Publikum anregen, räsonierend den Sinn der Affische zu ergründen, wobei es

sich immer geschmeichelt fühlt, wenn das Rätsel nicht zu kompliziert ist. Von der Reklame für ein Seifenprodukt bis zur Werbung für das Beethovenkonzert gibt es eine fast unerschöpfliche Skala der Möglichkeiten. Die Idee einer Affische muß aber immer neu sein, denn auf der Neuheit beruht ihre Wirkung. Für das Schongesehene ist das Auge abgestumpft. Deshalb ist es auch unangebracht, für periodisch wiederkehrende Werbung immer dieselbe Affische auszuhängen. Sie verfehlt ihren Zweck, denn dem Blick fällt nur das Nochnichtdagewesene wirklich auf.»

