

beschloß Friedrich Hofmeister am 30. September 1864 sein arbeitsreiches, mit verdientem Erfolge gesegnetes Leben.

Nur wenige Jahre später, am 26. Mai 1870, starb sein Sohn Adolph, der keine Kinder hinterließ, und am 12. Januar 1877 folgte ihm, kaum dreiundfünfzig Jahre alt, auch der andre Sohn, Professor Wilhelm Hofmeister, in die Ewigkeit nach, dieser, nachdem er im Jahre 1875 seine beiden Söhne im jugendlichen Alter von fünfundzwanzig und dreiundzwanzig Jahren hatte dahinscheiden sehen müssen.

Von Professor Hofmeisters hinterlassenen drei Töchtern sind nur zwei noch am Leben. Die älteste, Elisabeth, ist an den Verlagsbuchhändler Herrn Carl Günther in Fa. Schmidt & Günther, Leipzig, verheiratet, die zweite, Constanze, ist die Gattin des Professors Ganzenmüller in Eßlingen.

Am 12. Januar 1877 ging das Geschäft Friedrich Hofmeister in den Besitz von Professor Hofmeisters Erben: Frau verw. Professor Hofmeister, Carl Günther und Frau Constanze Ganzenmüller geb. Hofmeister, über, nachdem zuvor noch im Jahre 1875 Professor Hofmeister seinen langjährigen Mitarbeiter und Procuristen Albert Röhling als Teilhaber aufgenommen hatte. Albert Röhling, dessen Vater Carl Röhling bis zu seinem 1866 erfolgten Tode schon viele Jahre dem Geschäft als Procurist und Mitarbeiter am »Handbuch« vorstand, trat 1859 als Lehrling in das Haus Friedrich Hofmeister ein. Nach der Lehrzeit nahm er auswärts eine Stelle an; aber schon im Jahre 1866 wurde er an die Stätte seiner ersten Geschäftstätigkeit zurückberufen. Von da ab hat er der Firma Friedrich Hofmeister ununterbrochen bis zu seinem im Januar 1905 wegen Gesundheitsrückichten erfolgten Austritt angehört, zuerst als Geschäftsführer, dann vom Jahre 1870 als Procurist und seit 15. September 1875 als Teilhaber. Fast 40 Jahre hat er in außerordentlich verdienstvoller Weise die Firma geleitet und zu weiterer Blüte gebracht. Während seines Mitbesitzes erhielt der Verlag wertvolle Bereicherungen durch die Werke Theodor Kirchners, durch die zahlreichen Kompositionen des berühmten Cellisten David Popper u. a. m. Die Kommissions- und Sortimentsabteilung vergrößerte er bedeutend.

Gegenwärtig, nach dem Ausscheiden der Mitinhaber Albert Röhling und Carl Günther, befindet sich die Firma im Besitz der verw. Frau Professor Hofmeister, des Professors Ganzenmüller und des Urenkels des Begründers Friedrich Hofmeister, Carl W. Günther, der seit zwei Jahren die Leitung übernommen hat. Somit ist das Geschäft Friedrich Hofmeister nun während hundert Jahre im Besitz der Familie Hofmeister verblieben.

Der Verlag von Friedrich Hofmeister umfaßt jetzt nahezu 9000 Verlagswerte, die Kommissionsabteilung weist gegen 100 Kommittenten auf, darunter eine Anzahl der größten Musikalien-, Verlags- und Sortimentsfirmen des In- und Auslandes, von denen viele schon kurz nach Eröffnung der Firma Friedrich Hofmeister dieser ihre Vertretung anvertraut haben.

Unter den Angestellten der Firma Hofmeister befinden sich drei Jubilare, die 44, 31 und 26 Jahre ununterbrochen darin tätig sind, ein vierter genießt nach 30 Arbeitsjahren seit kurzem das Ruhegehalt, andre Angestellte sind 10, 14, 18 und 21 Jahre lang im Hause beschäftigt.

Zu vorstehenden Mitteilungen über das Werden und Wachsen der morgen auf ein Jahrhundert ehrenvoller Arbeit zurückblickenden, in der Musikwelt wie in geschäftskollegialen Kreisen gleich hochgeachteten Handlung tragen wir nach, daß die Firma Friedrich Hofmeister seit mehreren Jahren als schätzbare Mitarbeiterin auch dem Börsenblatt nähergetreten ist, dessen allwöchentliche Verzeichnung der

erschienenen Neuigkeiten des deutschen Musikalienhandels sie seit 1. Januar 1901 getreulich besorgt.

Des entschlafenen Gründers der Jubelfirma und seiner verdienten, gleich ihm zur Ewigkeit entschlummerten Söhne und ihrer Mitarbeiter gedenken wir in Ehren. Den Lebenden aber, die an Erhaltung und Förderung dieses ehrwürdigen Geschäftshauses beteiligt sind und waren, sprechen wir zum schönen Gedenktag unsre herzlichsten guten Wünsche aus für weiteres freudiges und gesegnetes Wirken zum Nutzen der Kunst, zu Ehren des Handels. (Red.)

Gegenstands- und Ideenplakate.

Über dieses Thema hielt Herr Gustav Ascher in der letzten Sitzung des »Vereins der Plakatsfreunde« in Berlin einen Vortrag, in dem er u. a. folgendes ausführte: Kaum waren die ersten Künstlerplakate erschienen, als sich sofort die Kritiker daran machten, ihr Wesen zu analysieren und die Theoretiker mit ihrem »Die Kunst muß« — »Die Kunst darf nicht« — der jungen, noch kaum flüggen Plakatkunst die Wege und Ziele vorschreiben. »Große Flächen, wenige klare Farben, das Figürliche (soweit man davor nicht überhaupt warnen muß, da es bei kleinen Formaten meist feinlich wirkt) in die Fläche übersezt, das Zeichnerische mit wenigen charakteristischen Strichen gegeben«, so ungefähr lauteten die ersten Forderungen der Theorie; aber es wurde noch eine weitere Forderung gestellt, die sich ursprünglich recht verlockend anhörte und die doch der jungen Kunst recht gefährlich werden mußte.

Die Bewohner der Großstadt haben es eilig, es bleibt ihnen nicht viel Zeit zum Studium der Plakatsäulen, und aus dem Lärm der Straße heraus sollen die Plakate zu den nervösen Großstadtmenschen sprechen. Sag es da nicht nahe, zu sagen, das Plakat brauche sich nur aus einigen großen Farbenflecken zusammenzusetzen, die das Auge auf sich ziehen und die Passanten veranlassen, einen Moment stille zu stehen?

Sag es da nicht nahe, das Sujet für gleichgültig zu erklären und die Idee für gefährlich? Mit der Idee muß man sich beschäftigen, und zum Rätsellösen hat auf der Straße niemand Zeit. Allerdings soll der Künstler keine Rätsel zu lösen aufgeben; aber sollte ein kurzer, klarer, prägnant ausgedrückter Gedanke nicht ganz anders in uns haften als das schönste Farbenplakat, dem der Künstler keine Idee zugrunde gelegt hat? Sollte das, was eine Saite unsers Empfindungslebens angeschlagen hat, nicht länger und reiner in uns nachtönen?

Will der Plakatkünstler seinen Blättern eine größere Wirkung geben und suggestiv auf den Beschauer einwirken, so muß er herabsteigen aus seiner Klausur, muß in sein Atelier alle Theorien fest verschließen und seine Anregungen aus dem Gewühl der Großstadt oder aus der Natur schöpfen. Begnügt der Künstler sich nicht allein damit, eine möglichst künstlerische Darstellung des anzubietenden Gegenstands zu geben, plakatkünstlerisch durch Weglassung alles Unwesentlichen in gewollter Großzügigkeit für die Fernwirkung, sondern versucht er außerdem noch durch eine Idee zu reizen und zu fesseln, so wird er eine größere Befriedigung in seiner Arbeit finden. Gedient ist damit ihm, dem Geschäftsmann und dem Publikum.

Doch es gibt auch eine Art Ideen, vor denen wir uns hüten müssen, sie stehen abseits vom Leben und sind unfruchtbar — die Allegorien. Der anzubietende Gegenstand muß in engem Zusammenhang mit der zeichnerischen Idee stehen; diese muß packend und originell sein und durch ihren Gedankeninhalt in dem Beschauer Stimmungen aller Art auslösen, ihn zum Lächeln und zum Ernst zwingen.

Ein treffliches Beispiel hierfür liefert ein Plakat von E. Edel für die Berliner Morgenpost. Ein lautes Lachen schallt aus diesem Blatt. In den Armen liegen sich beide; Droschkentutscher und Lebemann hat der Silbesterrausch zusammengebracht. Selig legt sich der Lebemann dem biedern Droschkentutscher in den Arm und ruft »Prosit Neujahr!« Nicht viel weniger selig sind vielleicht wir selbst nach Hause gekommen. Treten wir dann am Neujahrsmorgen auf die Straße, dann trifft uns dieses Bild wie eine