

Reminiszenz aus der Nacht, und durch ein helles Lachen danken wir der Morgenpost für den Neujahrswunsch.

Daß der Plakatkünstler uns aber auch zu Stimmungen anderer Richtung fortreißen kann, beweist folgendes Blatt:

U. Weißgerber zeigt uns einen Blick in das Märchenland. Die schöne Geschichte vom Rattensänger von Hameln wird wieder lebendig; lange hatten wir nicht mehr an sie gedacht, tief lag sie unter der Bewußtseinschwelle. Da tönt mit einemmal der silberhelle Klang der Pfeife, und vergessen ist der Straßenlärm. Wir sitzen wieder in der Dämmerstunde im warmen Zimmer, und Großmutter erzählt: »Es war einmal . . .« Betrachten wir uns das Plakat, so erfreuen wir uns an dem teuflischen Spitzbubengesicht, amüfieren uns über die andächtige Zuhörerschaft der weißen Mäuschen, die so beseligt auf den Klang der Pfeife lauschen wie verückte Kunstjünger, und denken: ein Verlag, dessen Affiche eine so vornehme Wirkung ausübt, muß auch seine Werke gut ausstatten, und bei passender Gelegenheit verlangen wir Gerlach's Jugendbücherei.

Ein hübsches Blatt hat Beck-Gran für die Wochenschrift »Münchner Hausfrau« geschaffen; er gibt uns darin ein Stück deutschen Lebens. Ein junges Weib kehrt mit seinem Jungen vom Markt zurück, beide in alter Tracht; den Hintergrund bildet der Markt mit seinen großen Schirmen, seinen Käufern und Verkäufern; über der Szene liegt heller Sonnenschein, dieser hebt eine Gruppe mehr hervor und läßt die andre in bläulichem Schatten verschwinden. Trotz der vielen Einzelheiten wirkt dieses Blatt nicht kleinlich, die wuchtige und markige Schrift ist zu dem Ganzen gestimmt und schließt das Rahmenwerk ab.

Da wir in Berlin ein Blatt mit gleicher Tendenz »Die praktische Berlinerin« haben, so besprach der Vorsitzende auch von dieser Zeitschrift ein Plakat. In diesem ist auf jede Idee verzichtet, ein wenig ornamentales Blumengetöse und eine kräftige Farbenkontrastierung sollen den gleichen Effekt hervorbringen wie das Münchner Plakat. Der Farbaufwand ist bei beiden Blättern gleich, beide Künstler haben mit nur drei Farben gearbeitet, und doch, welch gewaltiger Unterschied in der Wirkung! Um nicht mißverstanden zu werden bemerkt der Vortragende, daß er dem reinen Schriftplakat sein volles Recht einräume und zwar dort, wo es sich darum handelt, eine bereits bekannte Sache dem Publikum in Erinnerung zu bringen. Es genügt, wenn der kurze Titel, gut in der Fläche stehend, mit fein empfundener Farbenverteilung zum Ausdruck gebracht wird.

Herr Usher polemisierte in scharfen Worten gegen die reinen Sachplakate, auf denen nur der anzupreisende Gegenstand dargestellt ist, nannte diese Blätter ideenarm, phantastisch und geistlos und sprach ihnen keinen großen Agitationswert zu. Er besprach ferner noch eine Anzahl reine Schrift- und Ideenplakate von Berliner Tageszeitungen und Zeitschriften, stellte Vergleiche betreffs der Wirkung beider Gattungen an und trat lebhaft für die Ideenplakate ein.

B. Senf.

Kleine Mitteilungen.

Vom Reichsgericht. (Nachdruck verboten.) — Wegen Feilhaltens unzüchtiger Abbildungen ist am 19. Juli v. J. vom Landgericht Köln der Buchhändler Engelbert Mehling zu 50 \mathcal{M} Geldstrafe verurteilt worden. — Auf seine Revision hob das Reichsgericht das Urteil auf und verwies die Sache an das Landgericht zurück. In dem Urteil des Landgerichts sei nur gesagt, daß die fraglichen Abbildungen bestimmt seien, unzüchtigen Zwecken zu dienen; was sie enthalten, sei aber nicht im Urteil angegeben. Zwar erwähne das Urteil, daß es sich um Entkleidungsszenen handle; aber es sei durchaus nicht mit Notwendigkeit anzunehmen, daß solche Entkleidungsszenen stets unzüchtig wirken. (Venge.)

M. Munk's Heine-Kalender. — Eine Kalenderbesprechung im März? Das sieht wie ein starker Anachronismus aus, ist aber keiner, denn bei dem in Rede stehenden Heine-Kalender sind die Monatsblätter eigentlich nur die Träger zwölf Heinescher Gedichte und ihrer graphischen Ausstattung; die Schönheit beider ist an keine Jahreszeit gebunden, und da sie beide geeignet sind, hohen ästhetischen Genuß zu gewähren, so ist eine kurze Würdigung

der letztern — die Gedichte sind ja schon längst im Allgemeinbesitz aller Kulturnationen — auch jetzt noch vollkommen zeitgemäß.

Der Heine-Kalender ist im Verlag von M. Munk in Wien, Rothenthurmstraße 4, erschienen; sein Format ist Hochquart und seine ganze Anordnung und Ausstattung ist das Werk des Verlegers M. Munk selbst; die Illustrationen schuf der Maler Heinrich Comploi, und der Druck auf hochfeines Kunstdruckpapier erfolgte in Friedrich Jaspers graphischer Kunstanstalt in vier Farben und Gold von Zink- und Kupferlichtschees aus Ungerer & Bösch's photochemigraphischer Hof-Kunstanstalt, beide in Wien.

Den Umschlag dieses ungewöhnlichen und prächtigen Kalenders bildet ein feiner silbergrauer, innen weiß lackierter Karton; auf der Titelseite erblicken wir in Photographiebraun das Bild Heinrich Heines, umrahmt von stilisierten, ein zartes spizenartiges Netzwerk in Goldprägung bildenden Blüten, unter diesem aber steht das Titelwort in kräftiger, flotter Schreibschrift in Golddruck. Der eigentliche Titel ist in Schrift desselben Stils gehalten; zu seinem Druck diente ein zartes Grau, das auch für den Druck der Gedichte und der Monatstage verwendet worden ist. Für die Monats-Kalendarien wurden vier Serien naturalistischen Schmucks gezeichnet, die, in gebrochenem Gelb gedruckt, sich dreimal wiederholen; der Schmuck bezw. die Umrahmungen der Gedichte sind auf jeder Seite verschieden, und zu ihrem Druck diente ein weiches, leicht nach Gelb ziehendes Grün. Der Schmuck der Kalendarien wie der Gedichte wurde speziell gezeichnet und geätzt, und dies geschah auch für die zwölf die Gedichte begleitenden Gold- und Vierfarbendrucke, die uns Bilder halber Mädchen, wohl auch begleitet von Herren der Schöpfung, in der Wiedermeiertracht der Heinezeit vorführen. Den Hintergrund bilden entweder der Jahreszeit entsprechende, duftige Landschaften oder auch stilgerechte Interieurs, sämtlich umschlossen von fein ornieren Seitenflächen, ebenfalls in Gold und Farben wundervoll entworfen und gedruckt. Diese feenhaften Frauengestalten mit ihrer poetischen Umgebung beschreiben zu wollen, so daß man, auch ohne sie zu sehen, ihren ganzen Reiz mitempfinden könnte, hieße selbst unter Aufbietung aller Superlative Vergebliches versuchen; man kann nur sagen, daß Munk's Heine-Kalender in allererster Linie unter den schönsten steht, die je mit Hilfe von Gutenberg's Kunst geschaffen worden sind. Es ist ein Werk von entzückender, durch nichts getrübtter Schönheit und Einheitlichkeit, dem gegenüber man sich aufrichtig freuen kann, daß es volles Verständnis im Publikum gefunden hat, denn der ersten, rasch vergriffenen Auflage mußte sofort eine zweite folgen, eine Tatsache, die bei dem durch die außerordentlich hohen Herstellungskosten bedingten Preis von 7 Kr. 50 Heller wohl als die beste Anerkennung bezeichnet werden darf, die Verleger, Künstler, Äger und Drucker sich wünschen konnten.

Wer aber wollte einer solchen künstlerischen graphischen Schöpfung gegenüber, auch wenn sie den Namen eines Kalenders trägt, jemals von Anachronismus sprechen?! Hier gilt die englische Sentenz: A thing of beauty is a joy for ever!

Theod. Goebel.

Errichtung von Zeitungskiosken in Charlottenburg.

Der Stadtverordneten-Versammlung ist folgende Vorlage zugegangen: Der Magistrat wird ermächtigt, mit der Deutschen Kiosk-Gesellschaft m. b. H. in Berlin einen Vertrag wegen Aufstellung von Zeitungskiosken abzuschließen. Die Deutsche Kiosk-Gesellschaft in Berlin, in der der in Charlottenburg wohnende Verlagsbuchhändler Georg Stille den größten Teil der Geschäftsanteile besitzt, ist — so heißt es in der Vorlage — an uns mit dem Antrag herantreten, ihr die Aufstellung von sogenannten Zeitungskiosken aus Glas und Eisen an geeigneten Straßen und Plätzen zu gestatten. Wir haben bisher den Grundsatz verfolgt, unser Straßen- und Platzland von jeglichen fremden Baumerken für den Verkehr freizuhalten und deshalb auch die bisher an uns gestellten Anträge um Genehmigung zur Aufstellung von Trinkhallen, Obstverkaufshallen, Zigarren- und Zeitungskiosken usw. abgelehnt. Es hat sich nunmehr aber doch das Bedürfnis herausgestellt, das auf den Straßen verkehrende Publikum dort mit Zeitungen, Wochenschriften, Führern, Plänen usw. zu versehen. Bisher ist diesem Bedürfnis durch die sogenannten fliegenden Buchhändler zu entsprechen versucht worden, die hinsichtlich ihrer Gewerbeausübung auf den Straßen ausschließlich der polizeilichen