

der Titelzeichnung die rein malerische Bildwirkung, die feine und präzise Ausarbeitung, einer energischen Zeichnung und einer kräftigen Kolorierung geopfert wird, wenn sie eine breite Flächenwirkung erstrebt. Als treffendes Beispiel hierfür zeigte der Vortragende einen Entwurf von Simpson für die in Edinburgh erscheinende Zeitschrift »The Book of Book-Plates« und als Beispiele von guten Satzumschlägen denjenigen des »Archivs für Buchgewerbe« in Leipzig sowie den der »Mitteilungen des Württembergischen Kunstgewerbevereins«. Hier sind alle Ansprüche, die an einen guten Umschlag gestellt werden können, voll erfüllt.

In eingehender Weise besprach Herr Westheim die verschiedenen Erscheinungsformen dieser Titelblätter. Da ist zunächst der dauernde, unveränderte Umschlag. Jedes Heft trägt denselben Entwurf, der die Periodizität dieser Erscheinungen und dieses Kulturstrebens scharf betont. Diese Art Umschläge werden zumeist von Zeitschriften benutzt, die eine gewisse Würde zur Schau tragen. Ihnen ist gleichsam die Vornehmheit des Grandseigneur eigen, der sein Dasein an den Rhythmus des streng geregelten und streng regelmäßigen Zeremoniells bindet.

Diese Hefte kokettieren nicht mit der freundlichen Huld des Lesers; sie werden mit Ungeduld erwartet, und Verleger und Schriftleiter wissen, daß bei der geringsten Verzögerung Tausende nach dem grauen, grünen oder gelben Heft verlangen. Die gewohnte Hülle hat für den Empfänger etwas Vertrauliches und Vertrauenerweckendes; sie ist ihm die Erinnerung an manche Stunde freundlichen Genusses und der Erfrischung. Ein solcher ständiger Entwurf, den der Verlag vor der erstmaligen Herausgabe anfertigen ließ und der nun regelmäßig wiederkehrt, kann zum Symbol einer Zeitschrift werden. Ist das Charakterbild der Zeitschrift selbst ein anderes? Sie hat ihre Richtung, ihren Ton, vielleicht auch ihren Stil. Man empfindet hinter der Fülle der wechselnden Äußerungen einen Geist, obschon viele verschiedene Köpfe, viele verschiedene Intelligenzen unabhängig nebeneinander das Gewebe wirken.

Mit einer gewissen Berechtigung trägt manche Zeitschrift, wie sie ihren inhaltlichen Charakter treu bewahrt, auch Jahrzehnte hindurch ihr Titelblatt. Es bleibt das gleiche für eine ganze Generation, bis eine neue Generation eine neue Gestaltung verlangt.

Für die Beibehaltung des ständigen Umschlages sprechen auch wirtschaftliche Interessen des Verlegers mit, der die Kosten für das Einzelheft auf das äußerste beschränken will oder muß. Der Deckel ist für die Interessen der Zeitschrift nur eine Nebensache, er ist Fassade, die allerdings nicht schmucklos sein soll.

Für Freunde der angewandten Graphik und der künstlerischen Kultur ist es wertvoller, wenn der Verleger für den Umschlag seiner Zeitschrift einmal von einem tüchtigen Künstler einen wirklich wertvollen Entwurf erwirbt, als wenn er kleinen Talenten eine schlechte Zeichnung nach der andern abnimmt. Bei dem heutigen Stande der graphischen Künste ist es wichtig, seine volle Aufmerksamkeit der Qualität, weniger der Quantität zu widmen.

Für den ständigen Titel ist auch die Gewohnheit entscheidend; es ist nun einmal so üblich, daß das Heft sein Gesicht nicht ändert. —

Wie ganz anders bietet sich das Gepräge einer solchen Zeitschrift, die von Nummer zu Nummer ihr Aussehen wechselt! Bei der vorhin besprochenen Kategorie hatte der Verleger das Bewußtsein, daß seine Hefte von vielen erwartet werden; aber es gibt auch Zeitschriften, bei denen der Herausgeber auf die Leser wartet, Blätter, an denen die Menge kein zwingendes Interesse hat, wo diese vielmehr erst aufgerüttelt werden muß.

Die Zeitschrift muß Reklame machen; der Umschlag selbst wird zum Reklamewerkzeug und daher nicht selten plakmäßig ausgeführt. Die amerikanischen Magazines lassen das vergrößerte Titelbild gleichzeitig als Plakat anschlagen. Der stetige Abonnementsbezug wird dort durch den ungewissen Einzelkauf ersetzt; das Heft muß sich fortgesetzt anbieten.

Herr Westheim schilderte auch die Wandlungen, die die Titelblätter unserer führenden Kunstzeitschriften durchgemacht haben. Sie mußten für sich und ihr ideales Ziel werben, und so zeigte sich bei einigen in den ersten Jahren ihres Bestehens jedes Heft in einem andern, verlockenderen Gewande; mit jeder Nummer wurde das Publikum aufs neue überrascht. Künstler, deren Namen wir heute nur mit Hochachtung und Verehrung aussprechen, zeichneten die Titelblätter. Nach einigen Jahren, als diese Zeitschriften sich durchgesetzt und ein Stammpublikum erworben hatten, wurden sie reservierter und behielten jahrelang einen Titelentwurf bei.

Den größten Aufwand machen englische und amerikanische Zeitungen, die bei uns in der »Arena« ein Seitenstück gefunden haben. Auf dem Deckel steht hier nicht mehr ein Ornament, sondern ein selbständiges Bild. Diesem Prinzip der Titelausstattung entspricht in Deutschland mehr die Neigung, ein Bild aus dem Inhalt auf den Deckel zu setzen. Das Titelblatt selbst wird zu einem Teil des Inhalts, und zwar zu einem besonders hervorragenden.

Der Vortragende gedachte auch jener Zeitschriften, die auf einen Umschlag im eigentlichen Sinne überhaupt verzichten, die ihre intimen Reize ohne weitere Hülle präsentieren, z. B. »Jugend«, »Lustige Blätter«, »Simplissimus« usw., und lenkte dann die Aufmerksamkeit auf eine andre Art Zeitschriften, die schroff und selbstbewußt eine Tendenz verkörpern und auch den Titelentwurf in den Dienst dieser Bestrebungen stellen, die also gewissermaßen ein illustriertes Programm zur Schau tragen.

Als auf ein allerneuestes Produkt des findigen Journalismus machte Herr Westheim auf die Hefchen von »Unsere Zeit« aufmerksam, die statt eines Titelbildes eine mehrfarbige Ansichtskarte bieten.

Die Frage, ob überhaupt eine zeichnerische Ausgestaltung des Zeitschriftenumschlages notwendig sei, wurde vom Vortragenden verneint. Obwohl wir uns über jede Erweiterung des Arbeitsgebietes unserer Künstler freuen könnten, sei hierfür doch keine zwingende Notwendigkeit vorhanden, es gebe keinen vernünftigen Grund — so wenig es einen gebe für die Bänder Blumen und Federn, die außer dem Stroh noch einen Damenkopf zierten, so wenig es einen gebe für das Ornament, das an der Fassade prange, oder für das Bild im Zimmer. Der nüchterne Verstandesmensch finde wirklich keine Daseinsberechtigung für den Schmutz; es gebe dafür nur eine Erklärung: seine Schönheit.

Ein Umschlag ohne zeichnerische Verzierungen sei deshalb nicht weniger gut und zweckmäßig. Eine einfache, klare, schöne typographische Anordnung sei mehr wert als ein schlechtes Bild.

Die graphischen Künstler fänden auch hier ein Arbeitsfeld. Wir sehen es in tausend Erscheinungen des gewöhnlichen Alltags, wie auch im unscheinbaren wertvolle künstlerische Kräfte erfolgreich wirken können.

Bruno Senf.

Wichtigere Neuerscheinungen des polnischen Büchermarkts.

Mitgeteilt von E. Wende & Co. in Warschau.

(P. f. — Preis fehlt.)

Anonim, Myśli polaka starej daty. Warszawa 1907. E. Wende i Sp. kop. 90.