

München, Oktober 1912.

Ludwigstraße 7.

An den Vorstand  
des Kreis- oder Ortsvereins.

Sehr geehrter Herr Kollege!

In der Herbstversammlung der Kreis- und Ortsvereine in Bayreuth wurde von dem unterzeichneten Verein ein Plakat zur Vorlage gebracht, welches zur Weihnachtszeit in München plakatiert werden soll, um auf diese Weise auch weitere Kreise zum Ankauf von Weihnachtsbüchern anzuregen und das Interesse für das Buch überhaupt zu erwecken.

Der Entwurf wurde von allen anwesenden Vorständen als sehr gelungen bezeichnet, und es wurde der Wunsch ausgesprochen, wir möchten auch den übrigen Vereinen Gelegenheit geben, dieses Plakat für einen angemessenen Preis zu erwerben.

Wir haben uns daher entschlossen, dasselbe in eigenen Verlag zu übernehmen, und zwar in der Voraussetzung, daß auch tatsächlich der größte Teil der in Bayreuth vertretenen Vereine uns behilflich ist, das große Risiko durch tatkräftige Beteiligung mit tragen zu helfen.

Das Plakat selbst hat die Größe 48:72 cm und ist mehrfarbig gedruckt. Die Preise stellen sich wie folgt: bei Abnahme von 1—50 pro Exemplar 40  $\text{₰}$ , 60—100 à 35  $\text{₰}$ , über 100 à 30  $\text{₰}$ . Der Schrifteindruck für die verschiedenen Städte einschließlich Lithographie eines einfachen aus wenigen Worten bestehenden Textes, z. B. »Die Münchner Buchhandlungen«, würden für die ersten 50 Exemplare 16  $\text{₰}$ , je weitere 50 Exemplare 1  $\text{₰}$  20  $\text{₰}$  kosten. Längerer Text, von dem wir abraten, kostet entsprechend mehr.

Falls 1 Zinko zur Insertion für die Zeitungen gewünscht wird, wird dasselbe in der Größe von 11:8 cm ca. 6—7  $\text{₰}$  betragen.

Von verschiedenen Seiten wurde ferner in Bayreuth angeregt, auch Kellamemarken nach diesem Platate herzustellen; diese enthalten nur Bild und Unterschrift. Hierzu können wir uns aber erst dann entschließen, wenn eine große Anzahl von Bestellungen vorliegt. Der Preis dürfte sich bei Abnahme von 1000 Stück auf 5  $\text{₰}$ , für 2000 und mehr auf 4  $\text{₰}$  50  $\text{₰}$  pro 1000 stellen.

Unsere Bitte geht dahin, uns umgehend mitteilen zu wollen, ob Sie geneigt sind, sich an unserem Unternehmen zu beteiligen. In erster Linie liegt uns daran, zu wissen, ob Sie prinzipiell einverstanden sind, dann wie viel Plakate Sie ungefähr benötigen würden, um die Höhe der Auflage annähernd bestimmen zu können. Eine gefällige Mitteilung, wie Sie über das Mißgeschick und die Kellamemarken denken, wäre uns auch sehr erwünscht.

Da die Zeit für die Herstellung sehr drängt, bitten wir bis zum 20. Oktober spätestens uns antworten zu wollen.

Lassen Sie, hochgeehrter Herr Kollege, die Zeit nicht unbenutzt verstreichen, es handelt sich um eine großzügige Kellame, welche sich sicher bezahlt machen wird.

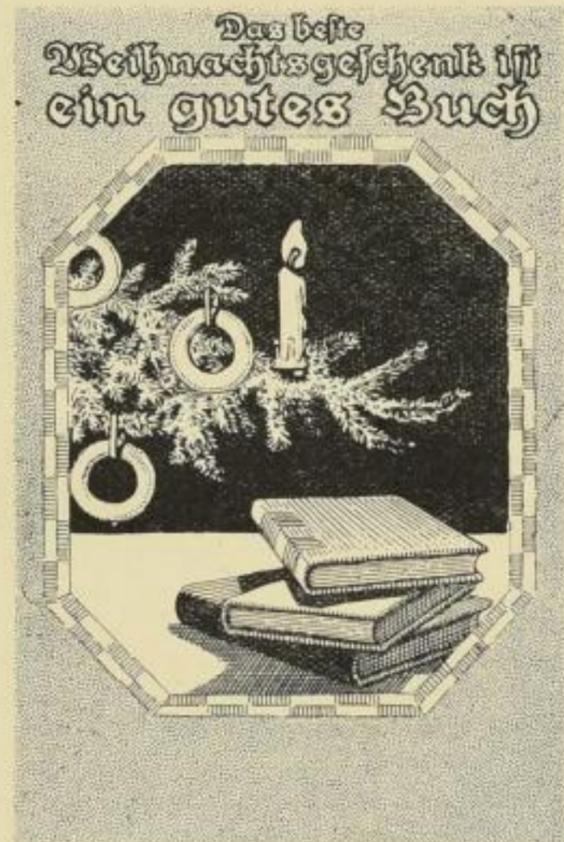
Hochachtungsvoll

Der Vorstand des Münchner Buchhändler-Vereins.

G. Ruffer, I. Vorsitzender.

Wir möchten diese Bitte aufs wärmste unterstützen und vor allem betonen, daß gerade in der Kellame die einheitliche, gleichmäßige Form, das Immerwiederkehrende, jenen »unendlichen Rapport« herstellt, auf dem ihre stärkste Wirkung beruht. Denn darüber müssen sich alle Beteiligten klar sein, daß ein Erfolg, wie er hier angestrebt wird, sich nicht von heute auf morgen einstellt und die Formel »Das beste Weihnachtsgeschenk ist ein gutes Buch« nicht sofort das Sesam erschließt, sondern seine Wunderkraft erst nach und nach erweisen wird. Das Plakat ist wohl Zweckkunst, aber nicht Selbstzweck, und das Beste muß erst getan werden, wenn seine Aufgabe erfüllt ist. Darüber, daß es die ihm obliegende Aufgabe zweckmäßiger löst als irgendein anderes Kellamemittel, kann kein Zweifel bestehen. Ist doch das Plakat kaum noch aus unserer Zeit wegzudenken, die es getreulich wider spiegelt als irgendein anderes Zeitdokument.

Erste Künstler widmen sich heute der Plakatkunst, und zahlreiche Sammler fahnden auf ihre Erzeugnisse, ordnen und klassifizieren sie und reden ihre eigene Sprache mit diesen stummen und doch so beredten Zeugen einer rasch dahinlebenden Gegenwart. Was an Hoffnungen und Wünschen in unserer Zeit liegt, spricht sich in diesen bunten Affichen, die ihren eigenen Stil und eigenen Charakter haben, aus, und spätere Zeiten werden vielleicht aus ihnen noch mehr herauslesen als die Gegenwart.



Das hier abgebildete Plakat soll der Sehnsucht und dem Wunsche eines ganzen Berufsstandes Ausdruck geben, indem es den Gedanken an das Buch weckt, sich den Menschen selbst gegen ihren Willen aufdrängt und nach und nach Besitz von ihnen ergreift. Was von einem Plakat verlangt werden muß: Eindringlichkeit ohne lästige Aufdringlichkeit, guter Geschmack, Einfachheit und gute Fernwirkung, ist dem Plakat des Münchener Buchhändler-Vereins eigen, und wir glauben im Interesse des gesamten Buchhandels zu handeln, wenn wir den Appell weiter hinaus klingen lassen und namentlich auch den Sortimentern der kleineren Orte empfehlen, sich mit dem genannten Verein in Verbindung zu setzen und sich an dieser Kellame zu beteiligen. Das Hemd liegt natürlich näher als der Rock, Weihnachten näher als die anderen Feste. Aber es ist zu erwarten, daß die Plakatreklame sich nicht auf Weihnachten beschränken, sondern in gleicher Weise sich auf Ostern und die Konfirmationszeit erstrecken wird. Freilich ist mit der Anschaffung der Plakate, die sowohl als Innen- wie als Außenplakate Verwendung finden können, noch nichts getan, auch damit nicht, daß man sie etwa im Laden aufhängt oder außen am Hause befestigt. Sie gehören überall hin, wo Menschen zusammenkommen, gleichviel aus welchem Anlaß und zu welchem Tun. Wenn mitten hinein in das Alltagsleben das Plakat grüßt, die Gedanken, sei es auch nur einen Moment, darauf hingelenkt werden, und zu anderer Zeit und an anderem Orte derselbe Mahner dem Beschauer entgegentritt, so wird sich das Spiel über kurz oder lang in Ernst verwandeln, und die Frage: Was soll ich schenken? oder der Wunsch, sich für eigene Rechnung Belehrung oder Unterhaltung zu verschaffen, sich mit dem Eindruck des Gesehenen verbinden und Früchte im Sinne unserer Bestrebungen reifen lassen.