

wesen zu studieren. Was er dort gesehen habe, sei grundlegend für den künstlerischen Aufbau der Ausstellung in Wembley geworden. Was er noch auf der Pariser Ausstellung gesehen habe, berechtige zu dem Satze, daß die deutsche Plakatkunst die beste der Welt sei. Hier muß ich eine Einschränkung machen, die auch von Mr. C r a w o r d in seiner Rede erwähnt wurde. Er sagte unter anderem, daß er eine lange Zeit der Ansicht gewesen sei, daß die amerikanische Kellame an der Spitze stehe. Er könne jedoch jetzt behaupten, daß die deutsche Werbekunst, mindestens in ihrer künstlerischen Gestaltung, führend in der Welt sei. Allerdings stehe die textliche Unterstützung nicht immer auf der werbewirksamen Höhe wie die bildliche Darstellung. Hier sei von den Amerikanern viel zu lernen. Mr. C r a w o r d hat zweifellos recht. Wer amerikanische und englische Texte mit deutschen vergleicht, wird sich der Berechtigung dieser Kritik nicht verschließen können. Die amerikanischen Texte sind außerordentlich geschickt gewählt, verraten eine tiefe Kenntnis der Psyche des Abnehmers und bedienen sich der Worte und Vorgänge des alleralltäglichen Alltags der Menschen, sehr häufig mit einer unauffälligen humoristischen und auch satirischen Note. Es ist natürlich grundfalsch, sich nun einfach derselben Texte zu bedienen wie die Engländer und Amerikaner. Leider habe ich schon in verschiedenen deutschen Inseraten eine minderwertige Nachahmung festgestellt. Minderwertig, weil sie eine glatte wortgetreue Imitation ist und der Psyche und Mentalität des Durchschnittsdeutschen nicht gerecht wird, die sich nicht unwesentlich von der des Engländers und Amerikaners unterscheidet. Hüten wir uns vor der Nachahmung. Schafft gute und knappe Texte, die einprägsam und jedem Kind verständlich sind. Der Alltag bietet genug Vorwürfe. Das gilt auch für Prospekte und Werbeschreiben des Buchhandels, soweit sie sich an das breite Publikum wenden.

Für die Propaganda in England ist es notwendig, eine irrige Anschauung zu zerstören und auf eine scheinbar nebensächliche Kleinigkeit hinzuweisen. Es ist gerade im graphischen Gewerbe eine stehende Formel geworden, daß man im englischen Sprachgebiet Beschriftungen von Reklamen (Plakaten, Inseraten, Prospekten, Werbeschreiben) nur in Antiqua ausführen darf. Dieser Irrtum entstand wahrscheinlich aus der Tatsache, daß der Engländer die deutsche handgeschriebene Schreibschrift nicht lesen kann. Das ist an sich richtig, und es ist immer wieder darauf hinzuweisen, daß Briefe nur in lateinischer Schrift abzufassen sind. Jedoch ist der Rückschluß falsch, daß Fraktur, insbesondere Gotik bei Reklamen nicht angewandt werden dürfe. Wer dieser Ansicht ist, mag sich die Köpfe der Times, World, Morning Post, Daily Mail usw. ansehen. Sie alle sind gotisch. Und in diesen Blättern sind die großen Inserate in Antiqua gesetzt, die mit gotischen Zeilen abwechseln. Die guten Reklamesachleute drüben wünschen das ausdrücklich, und die, mit denen ich persönlich über diese Seltsamkeit sprechen konnte, sprachen ihre Vermunderung über die merkwürdige deutsche Auffassung aus. Es ist an der Zeit, daß mit dieser fossilen Formel ausgeräumt wird, da wir uns eines wirkungsvollen Ausdrucksmittels begeben.

Über das deutsche Buch hörte ich großes Lob. Der schon erwähnte H. S. Beach hat kürzlich Deutschland besucht, und es wird den deutschen Buchhandel interessieren, daß er sein Lob über das geschmackvoll gebundene und ausgestattete deutsche Buch offen aussprach. Er habe sich sogar einige Hundert Bücher gekauft, um sie seinen Schülern als vorbildliches und mustergültiges Anschauungsmaterial zu zeigen. Das schließt allerdings nicht aus, daß auch gerade England Bücher in wirklichen Qualitätseinbänden und mit hochkünstlerischem Buchschmuck herstellt. Ich sage den Fachleuten hiermit nichts Neues. Ich habe in der Buchhandlung Monroe-London wundervolle Bücher gesehen, vor allen Dingen kleine handliche Gedichtbändchen in höchster Vollendung. Es wurde mir allerdings ausdrücklich erwähnt, daß gerade diese Buchhandlung in sehr enger Verbindung mit den besten englischen Graphikern stehe.

Zum Schluß möchte ich noch einmal Mr. C r a w o r d zu Worte kommen lassen, der ebenso wie Sir Lawrence Weaver eine enge Zusammenarbeit der deutschen und englischen Gebrauchsgraphiker wünscht. Auch äußerlich solle sich diese enge Verbindung auswirken. Gegenseitige Ausstellungen würden die Qualität der Ge-

brauchsgraphik steigern, würden die beiden Völker wieder näher bringen, und es sei hier eine Richtung gegeben, in der man wieder gutmachen könne, was die Politik schlecht gemacht habe. Für die englischen Kollegen wünsche er nichts Besseres, als daß sie sich auch in einer festgefügtten Organisation zusammenschänden, dann würde ihnen endlich ein Mittel gegeben, ihre Ständesrechte zu wahren, um die es jetzt sehr schlecht bestellt sei. Er richte die Bitte an die deutschen Gebrauchsgraphiker, Abzüge ihrer Arbeiten einzusenden, damit man zur Erziehung des Geschmacks die Fachblätter mit mustergültiger und künstlerischer deutscher Gebrauchsgraphik durchsetzen könne.

Zusammenfassend kann man sagen, daß die deutsche Gebrauchsgraphik stolz sein kann auf das Geleistete, daß sie ein Mittel ist, die Völker einander wieder näherzubringen. Vieles ist noch der Besserung bedürftig, und wir haben keinen Anlaß, auf den in England gepflückten Lorbeeren zu ruhen. Nur eins muß vermieden werden: die Einengung des Künstlers, wie es bisher in England der Fall war. Nur im freien Schaffen kann der Künstler den deutschen Qualitätsgedanken weitertragen. Und deutsche Qualität hat sich noch immer auf der Erde durchgesetzt, wohin sie auch kam.

Alte und neue Bücher für Buchfreunde und Büchersammler.

Von G. A. E. B o g e n g.

IV.

(III siehe Bbl. Nr. 236.)

»Ach, daß der Mensch so häufig irrt, und nie recht weiß, was kommen wird!« Dieses von Wilhelm Busch gedichtete Motto für eine deutsche Wirtschaftsgeschichte der letztverfloffenen fünf Jahre (es steht in der 1904 veröffentlichten Gedichtsammlung »Zu guter Letzt«) gilt auch für unseren Alt- und Neu-Büchermarkt. Allerdings darf man bei dessen Betrachtung nicht lediglich an die wirtschaftlichen Auswirkungen denken; die Unruhe und die Widersprüche geistiger Zeitströmungen müssen gerade auf ihm sehr viel mehr in ihren Gegensätzen hervortreten als anderswo. Die Buchware ist eben ein eigenes Ding, das anders erfasst und erkannt sein will als sonstige »Gegenstände des täglichen Gebrauchs«. Ganz gewiß, Buchmode und Buchreklame üben einen nicht geringen Einfluß aus, und dieser Einfluß erstreckt sich auch auf die Betriebsformen der Buchware, wie die jetzt beliebt gewordenen Buchvereine zeigen. Aber diese Vereine sind eine keineswegs neue Erscheinung, im Betriebe der Wissenschaften ebenso wie in der Bibliophilie gehören die »publishing societies« sogar zu den eigentlichen Trägern der Bewegung auf den Sondergebieten, die sie vertreten. Erwägt man nun, wie schwierig es ist, hier durch hohe Beiträge die für größere Buchunternehmungen erforderlichen Mittel aufzubringen, wie schwierig es aber auch ist, Einheitlichkeit in einem auch nur einigermaßen großen Mitgliederkreise über die Aufgaben und Ziele der Veröffentlichungen aufrechtzuerhalten, so wird man leicht verstehen, weshalb gerade diese Gelehrten- und Liebhabervereine gern eine Unterstützung ihrer Arbeit durch den Verlag suchen. Ein Buch ist ein sehr individualisiertes Wesen, und die »Anfertigung« eines guten und schönen Buches ist weder ohne weiteres zu stellen noch zu leisten. Und wenn sie gelingt, gefällt sie deshalb noch nicht jedem Leser. Man spricht nun auch gern von dem Übermaß der Buchmacherei in unseren Tagen. An und für sich ist auch das nicht gerade neu; »viel Büchermachens ist kein Ende«, heißt es schon im Pred. Salomonis. Wenn die Empfindung, daß allzuvielen Bücher gedruckt werden, in der verschiedenartigsten Weise sich gerade in unseren Tagen wieder sehr lebhaft äußert, so ist sie, obschon gewiß nicht wenige Bücher erscheinen, deren Daseinsrecht zweifelhaft sein mag, vor allem darauf zurückzuführen, daß sich in dieser nervösen Produktion auch die geistige Dezentralisation äußert, die ein Kennzeichen gerade unserer Zeit ist. Die verhältnismäßig noch sehr viel umfangreichere Verlagstätigkeit früherer Jahrhunderte, so etwa in der Inkunabelperiode, in der Reformationsepoche war sehr viel mehr vereinheitlicht, sehr viel zielstrebig. Vielsach stehen heute Bildung und Wissenschaft an Scheidewegen, es gibt so rasch wechselnde Neuorientierungen, daß