



Emil Preetorius

Inseratkopf einer Abonnementseinladung

Aus der Wochenschrift „Licht und Schatten“

Bild“ verfasst, haben mit ihrer klaren und einfachen Schwarz-Weiss-Verteilung, die hie und da durch vornehme Farbentöne unterstützt ist, eine brillante Wirkung. Bei aller Vornehmheit in der Farbengebung fallen sie, abgesehen von ihrer grosszügigen Ruhe, meist durch den grotesk-geistreichen Inhalt ihrer Idee ins Auge. Der rasch ermüdete Beschauer langer Plakat-Reihen, die in den verschiedensten Farben schillern, verweilt mit einem wahren Gefühl der Erlösung auf einem mitten in der Reihe befindlichen Blatt von Preetorius. Wie schlagend in Wirkung und Aufbau ist nicht das Plakat der „schattenwerfenden Männer“, wie amüsant und reizvoll die zwingende Abonnementseinladung für die gleiche Zeitschrift „Licht und Schatten“. Dem „Wegweiser“ kann ebensowenig jemand widerstehn, wie sich einer dem einladenden Schutz des grossen vertrauenerweckenden „Schirmes“ entziehen möchte. Das Motiv des Schattens wiederholt er in dem Plakat des altväterlichen „Dandy“ mit Hund und Stöckchen. Nicht minder lustig ist eine weitere „Licht und Schatten“-Abonnementseinladung, auf der man nur die leicht konturiert dargestellte eifrige und vertiefte Leserschaft mit ihren interessiert beteiligten Hunden über das Blatt raffiniert perspektivisch verteilt sieht, die durch verschiedene am Rand verschwindende Beine noch erheblich vermehrt erscheint. Von farbigen Plakaten besticht besonders das erste für seine eigene Ausstellung entworfene durch die markante und doch nicht aufdringliche Farbengebung, abgesehen davon, dass es alle sonstigen zeichnerischen Qualitäten des Künstlers in der grotesken Figur des vom Winde förmlich in die Ausstellung hineingewehten Elegants aufweist. Sehr

wohltuend berührt die schöne, grosszügige Schrift, die sich zwanglos und dekorativ dem tektonischen Aufbau des Blattes anpasst. — Dass ihm vermöge seiner köstlich humorvollen Begabung Ankündigungen vergnügter Karnevals- und Festveranstaltungen besonders liegen müssen, beweisen die für sich selbst sprechende Einladung „Zum grossen Wurstel“ und das prächtige Trio der „Darmstädter Fastnachts-Zeitung“. Ein ganz neues Gebiet betrifft er mit dem prägnanten Schild des hessischen Automobilklubs — in seiner Art auch ein Plakat — das an jedem, einem Klubmitglied gehörigen Auto angebracht werden muss. — Hierher gehören auch die durch ihre Einfachheit überaus trefflichen Buchhändlermarken, die er unter anderen für die Hundertdrucke des Hyperionverlages, den Delphinverlag und andere anfertigte.

Seine bekanntesten Sachen, die in unzähligen Exemplaren in der Welt verbreitet wurden und wohl besonders viel zu seinem Ruf beigetragen haben, hat er als Katalog- und verwandte Titel für die Verleger Hans v. Weber, Georg Müller, S. Fischer, den Inselverlag, für den Buchhändler Jaffe in München und für andere Verlage und Firmen geschaffen. Die Liebe zum Buch, zu seinem Genuss und seinem Schmuck ist für meine Empfindung von der Liebe und dem Verständnis für Plakate untrennbar. Es ist selbstverständlich, dass



Emil Preetorius

Vignette

diese Gefühle von Preetorius, dessen Hauptarbeitsgebiet die Buchkunst bildet, besonders schlagend und überzeugend ausgedrückt werden konnten. Ein Katalogtitel, wie der des Weihnachtskataloges auf das Jahr 1910 der Buchhandlung Jaffe mit dem andachtsvoll scheuen Jüngling auf der Leiter und dem dicken Geniesser in der anderen Ecke muss zu Besuch und Kauf direkt zwingen. Nicht anders