

Wesentlichsten genügen, namentlich dessen, wodurch sich das betreffende Blatt von ähnlichen unterscheidet.

10. Auch der Text braucht bei solchen Blättern, die den Fehler haben, ganze Abhandlungen geben zu wollen, nur die herausstechenden Worte anzuführen; sonst wird es meist genügen, die Zeilenzahl festzuhalten.

11. Bei der Farbe kommt es nicht so sehr auf die Zahl der Steine an, als auf die Gesamtstimmung: einfarbig, zweifarbig, mehrfarbig -- mit Betonung der Hauptfarbe oder des in die Augen springenden Akkords -- wird genügen.

12. Obwohl weitaus die meisten Plakate Lithographien sind, wird es sich doch empfehlen, die Technik kurz zu skizzieren; Holzschnitte, Linoleumschnitte, Netzätzungen und dergleichen müssen als solche kenntlich sein. Bei Rahmen- oder Blankoplakaten ist die Hinzufügung des eingedruckten Teiles kenntlich zu machen.

13. Die Angabe der Druckerei und ihres Ortes wird meist keine Schwierigkeit bilden, da diese -- in manchen Ländern ist dies pressgesetzlich erforderlich -- gewöhnlich verzeichnet sind. Nicht selten sind das die einzigen Hinweise für die Provenienz, wenn uns die Angaben unter 5, 6 oder 8 im Stiche lassen.

14. Die genaue Grössenangabe (die Höhe steht stets vor der Breite) ist nur eine nähere Erläuterung des Formates A-D; sie wird in einzelnen Fällen die Herausgabe des Originalplakates überflüssig machen.

15. Die Notizen über den Geschenkgeber bzw. Verkäufer sind nicht nur vom museumstechnischen Standpunkte selbstverständlich, sie genügen auch vornehmlich der Ehrenpflicht, künftige Generationen auf die Dankeschuld aufmerksam zu machen, die hauptsächlich den Kunstdruckanstalten, aber auch einzelnen Künstlern und vielen Firmen zu zollen ist, die selbst dann öffentliche Plakatsammlungen gern mit ihren Widmungen bedenken, wenn ein geschäftlicher Vorteil für sie nur gering ist.

Die wesentlichste Neuerung der Stuttgarter Plakatinventarzetteln besteht aber in der nach Tunlichkeit durchgeführten Hinzufügung des Bildes, das der besten Beschreibung vorzuziehen ist und weitaus am raschesten orientiert, ja in vielen Fällen sogar die Plakatsammlung selbst bis zu einem gewissen Grade ersetzen kann. Es ist eine gute und kluge Gepflogenheit, ein charakteristisches Bild, wie es ein gelungenes Plakat gibt, im kleinen Masstabe auch bei andern Reklamesorten zu wiederholen, als Verschlussmarke, Briefkopf, Vignette, Zeitungsannonce, auf Prospekten, Packungen, Bilderpostkarten, Eintrittskarten und dergleichen. Dass durch diese Hinweise und Beziehungen die Plakatwirkung nicht unwesentlich verstärkt werden muss, liegt auf der Hand.

Aber bisher hat man diese Dinge in der Regel achtlos zur Seite geworfen, obwohl sie mitunter sogar die Originalfarbe der Plakate wiedergeben. Alle diese Kleinigkeiten können leicht gesammelt und auf die Inventarzetteln aufgeklebt werden. Ist dergleichen aber nicht vorhanden, so tritt eine kleine Photographie an ihre Stelle; die Negative sind zum Teil von Aufnahmen für Skioptikonbilder schon vorhanden oder können bei unseren Plakatausstellungen, wenn man ganze Wände (womöglich von gleichen Farbenwerten) auf eine einzige Platte bannt und die Kopie zerschneidet, ohne allzu grossen Zeit- und Geldaufwand leicht beschafft werden. Es handelt sich ja in diesem Falle nicht so sehr um grosse, einwandfreie photographische Reproduktionen, als vielmehr um Bildchen, die nur als Gedächtnishilfen zu dienen haben.

Wollte man nun alle Bildchen nur auf einer Seite aufkleben (grössere Bilder wird man nur auf der Rückseite anbringen und sich vorn mit einem Hinweis begnügen), so würde der Zettelkasteninhalt auf der einen Seite klaffen, auf der andern jedoch zu eng gepresst sein. Man wird demnach die Bilder -- ohne die Kopfleiste der Inventarzetteln zu beeinträchtigen -- bei der Hälfte der Zettel rechts, bei der andern links aufziehen. Dies geschieht aber nicht willkürlich; die rechte Bildseite findet sich -- in Stuttgart -- auf den vorwiegend der Industrie und dem Gewerbe dienenden Gruppen 6-11 des oben angeführten Systems, während die andern Gruppen das Bild links tragen. Dadurch wird der entsprechende Ausgleich erzielt, zugleich aber wieder ein weiterer Orientierungsbehelf beim Suchen eines Blattes, dessen anderweitige Momente vielleicht unserem Gedächtnis entfallen sind, erreicht.

Die Inventarisationsarbeit der Stuttgarter Plakatsammlung ist bereits nach diesem System abgeschlossen, sodass das württembergische Landes-Gewerbemuseum schon in der Lage ist, fast jede einschlägige Frage der Theorie oder Praxis im Handumdrehen zu beantworten. Die Fortführung, d. h. die Bearbeitung des jeweiligen Zuwachses bereitet -- zumal es ja Arbeiten sind, die nicht an eine bestimmte Stunde gebunden sind, sondern in beliebigen Pausen erledigt werden können -- keine allzu grossen Schwierigkeiten mehr, obwohl sie peinliche Gewissenhaftigkeit und Ordnungsliebe erfordern. Von manchen Seiten, die zu bequem sind, selbst wertvollere Museumsobjekte nach den Grundsätzen moderner Museumstechnik zu inventarisieren, wird mir vielleicht vorgehalten werden, dass diese Arbeiten viel zu kompliziert sind und nicht im richtigen Verhältnis zum Werte (richtiger zu den Barauslagen) stehen. Dagegen wäre doch zu erwidern, dass man auf keinem Gebiete Arbeiten