

Moderne Weinetiketten / Von Dr. Paul F. Schmidt

Aus den Werkstätten der Firma Rudolf Gerstung in Offenbach a. M.



Eine Etikette sollte sein wie ein schönes Kleid: den Träger zu zieren und eine gute Meinung von ihm zu verbreiten, ist sein Beruf. Wünscht man einen guten Tropfen zu trinken – und es gibt ja noch Gottlob Leute, die das zu schätzen wissen – so soll das Etikett nicht bloss die Kunde einer frohstimmenden Marke bringen, sondern es soll selber danach angetan sein, einen Grund zur guten Stimmung zu legen: durch feine und höfliche Kunst, die einladet, sich mit dem Inhalt des Glasbehältnisses bekannt zu machen.

Die Einsicht in solche Notwendigkeit ist sicher sehr alt. Aber eine deutliche Kunde des Verlaufes, wie man sich den Flaschenschmuck dachte, besitzen wir erst seit ein paar Jahrzehnten, und darin spiegelt sich die Entwicklung unseres ganzen Buchschmuckes. Denn wenn die Etikette von Natur ein mehr oder weniger vier-eckiges Stück Papier mit ein paar Zeilen Schrift und einer Umrahmung ist, so leuchtet schon von selber ein, dass man sie als einen Akzidenzdruck behandeln wird, der etwas dem Buchtitel oder der illustrierten Zeitschrift Verwandtes hat.

So durfte sich denn auch seit den sechziger Jahren des vorigen Jahrhunderts die Phantasie des Künstlers oder auch nur des Lithographen (der damals ein Handwerker war) in den schönsten Erfindungen ergehen, die einen Familienblatt-Leser entzücken konnten. Da lächelten uns süsse Mädchenaugen unter dem Weinglas an und Trink-szenen von unbeschreiblicher Mannigfaltigkeit machten sich breit und der hochmütig behandelten Schrift das Leben schwer. Mönche und Winzerinnen, Biedermeiers und Landsknechte, Zwerge, Putten, Faschingsmasken aller Art, Vater Rhein und Tochter Mosel, die ganze Butzenscheibenpoesie, die uns aus frühester Jugend noch so nachdrücklich im Gedächtnis lebt, tobte sich nach Herzenslust auf den kleinen Blättchen aus, gerahmt oder uferlos zerfliessend, symmetrisch oder mit jener unnachahmlichen Geste „malerischer“ Nonchalance, die in der ganzen Illustration bis in den Anfang des 20. Jahrhunderts wiederkehrt und in dem Wahne lebte, dass die Schrift ein nur gerade noch zu duldendes Übel, die Illustration aber als selbstherrliche „Kunst“ bei Drucksachen den Hauptspass bilde. Es kam schliesslich so weit, dass die Etikette ein richtiges Landschaftsbild wurde, das die Schrift wie einen Titel dazu an die Ränder drängte; oder dass eine verwaschene Landschaft mit Bowlen-Stilleben, Loreleyen, Winzerinnen u. dgl.

einen haarsträubenden Ehebund einging, so dass jedes wie ein Stück Hausrat über oder neben oder vor das andre gesetzt, dabei jedoch mit möglichster Naturtreue behandelt wurde. Der Aufdruck konnte in allen Fällen sehen, wo er blieb.

Selbstverständlich fehlte auch zu seiner Zeit die schlichtere Form des Ornamentrahmens. Bei ihr ergab sich notwendigerweise eine gesündere Art des Druckerzeugnisses: die Umrahmung, rechteckig oder oval, liess für den Aufdruck entsprechenden Raum und betonte ihn. Sie wahrte dabei aber in den seltensten Fällen das Flächenhafte, vielmehr blieb auch hier die Unsachlichkeit plastischer Empfindung, die sich in der Wahl der Rahmenmotive kundtat: meist Rokokoschnörkel, Rollwerk, Akanthus, auch Rebenguirlanden von realistischen Charakter. Da sass denn die arme Schrift ganz unglücklich, voller ungewollter Prätensionen, recht als ein Bild in einem pompösen Rahmen, dessen Herkunft vor dem geschnitzten „echt vergoldeten“ Bilderrahmen mitunter noch Goldaufdruck betonte.

Die Erneuerung unseres gesamten Schriftwesens um die Jahrhundertwende zog auch die Etikette sogleich in ihren Kreis. Und zwar war es hier fast ganz allein die Wilh. Gerstungsche Druckerei in Offenbach, die, wie sie bisher schon seit den 1860er Jahren die Führung auf diesem Gebiete gehabt hatte, sich seit 1899, seitdem Rudolf Gerstung ihre Leitung übernahm, mit Bewusstsein den modernen Bewegungen anschloss. Will man sich ein Bild der heutigen Etikette entwerfen, so braucht man sich nur an ihre Erzeugnisse zu halten. Fast alle bedeutenden Buchkünstler, von Christiansen bis zu Hubert Wilm und Rudolf Koch hat Gerstung zu dieser Spezialaufgabe herangezogen und dadurch eine solche Fülle und Mannigfaltigkeit qualitätvoller Lösungen erreicht, dass er hierin den Ruhm unseres Buchgewerbes vertritt.

Die ersten Jahre, da er sich nur an Wiener Künstler halten konnte, deren Namen heute schon verschollen sind, boten wenig mehr als Experimente. Der „Jugendstil“, jene böse Industrialisierung der van de Velde-Eckmannschen Linie, brachte zwar ein neues Element in die ornamentale Rahmung und dämpfte ihre plastische Ungebärdigkeit stark. Allein die künstlerische Entwicklung begann erst in dem Augenblick, da die ersten „Darmstädter“ die Sache in die Hand bekamen. Die Etiketten von Christiansen und Paul Bürck bestehen noch heute die Probe: sie legen ein rühmliches Zeugnis ab von dem jugendfrohen Eifer, der durch Stil