

gebändigten Phantasie und der Erkenntnis jener Zeit (um 1901), dass Buchdrucksachen nicht mit Naturalismus, sondern als Flächenkunst zu behandeln sind. Diese Erkenntnis des Flachornaments als einzig tauglicher Rahmung für Gedrucktes stammt aus den Darmstädter Tagen, und wir sehen seitdem immer dort, wo es sich um Rahmenmotive handelt, dass die Künstler ihr Rechnung getragen. Mit einer fast dogmatischen Strenge beweisen es die Etiketten von Peter Behrens, die bei einer kargen männlichen Enthaltensamkeit in der Farbe das geometrische Prinzip mit Konsequenz und einem ganz sicheren tectonischen Gefühl verfolgen. Auch im Kleinsten verleugnet sich nicht der Architekt in Behrens. Eine Reorganisation des Akzidenzdruckes hatten schon im Jahre 1900 die „Steglitzer Werkstätten“ begonnen, von denen Kleukens, nach Darmstadt berufen, alsbald auch die Etikette in Angriff nahm. Mit sicherem Takt wird seine Kunst der Flächenteilung hier vorbildlich verwertet und der wahre Etikettencharakter zum Ausdruck gebracht, der bei Behrens bisweilen etwas zurückgetreten war. Und in diesem Fahrwasser folgen Kleukens, oft mit den anmutigsten ornamentalen Einfällen, Künstler wie Niemeyer, Cissarz, Haustein, R. Engels und andere, vor allem Münchener, denen sich mit einem leichten Stich ins Bunt-Groteske Julius Diez anreihet. Eine besondere Stellung unter den „Ornamentstechern“, wenn der alte Ausdruck erlaubt ist, nehmen Koch und Hupp ein. Rudolf Koch vor allem deshalb, weil seine Umrahmungen, meist durch schwarzen Untergrund, meisterhaft auf die Kochschrift gestimmt sind, welcher sich der Aufdruck bedient, und solchergestalt ein untrennbares Ganze, ein Schriftkunstwerk darstellen, während für gewöhnlich die Schriftart nicht so streng vorbestimmt ist. Ähnliches gilt auch von den Entwürfen Otto Hupps: sie heben sich vor allen andern durch eine ganz persönliche Fülle der Phantasie und ein so

echt deutsches Element von Volkstümlichkeit heraus, dass man darüber gern hinweggehen kann, wie stark ihre Formensprache von Dürer beeinflusst ist. Hier findet sich ein Reichtum ornamentaler Gedanken und ein ganz buchkünstlerisch gebändigtes Mass von Plastizität, dass Hupp unstreitig der erste Preis unter allen gebührt. Als die Lieblingskünstler des Verlages erscheinen jedoch Hubert Wilm und Franz Francke. Sie haben die Form der modernen Etikette erweitert und das darstellende Gebiet wieder hinzugezogen, aber in einer neuen künstlerischen Form. Schon die Umrahmungen von Wilm legen meist den Nachdruck auf reich verflochtene Motive mit wappenartigem Charakter: dadurch eignen sie sich in erster Linie für Weine von vornehmer Herkunft wie Bordeaux. Dann hat er die alte Landschafts-Etikette zu neuem Leben erweckt, indem er in zarter Strichtechnik Rebenlandschaften radierte (wie er auch ornamentale Umrahmungen radiert hat). Für den Aufdruck wird genügend Platz gelassen. So wirken diese zarten Blättchen mit einem besonders intimen Reiz und entsprechen dem Duft erlesener deutscher Gewächse. Den Mangel an Flächeneinheit ersetzen sie durch graphisches Gleichgewicht zwischen Strichzeichnung und Schrift. Die Vervielfältigung geschieht durch einfachen Umdruck und wahrt alle Feinheiten des Originals.

Von derberem Stoff sind die Etiketten Franz Franckes gebildet, so dass man ihre Eignung zu Likören sogleich einsieht. Ornamentaler Reichtum, Landschaft und Figürliches wirken bei ihm getrennt oder gemeinsam zu einer stets farbigen Dekoration. Das Flächenprinzip ist dem Künstler so sehr in Fleisch und Blut übergegangen, dass auch das Landschaftliche sich ihm von selbst einordnet. Dadurch bekommen alle seine Etiketten etwas Einprägsames und Lustiges, das nie bunt wird bei aller Vielfältigkeit der Motive.

