

Berufenere als ich mögen sich wieder einmal in unserer Zeitschrift über die Berechtigung dieses Sammelsports und seinen erziehlischen Wert auslassen, ich fühle mich nicht objektiv genug hierbei, nachdem ich selbst, wie ich auf Seite 248 dieses Heftes schon erzählte, in die Gilde der Sammler von Propagandamarken eingetreten bin.

Nur über die Ausstellung, die das Kaufhaus des Westens im September veranstaltete, ein paar kritische Bemerkungen. Warum eine auch nur annähernd erreichte Vollständigkeit auf diesem Sammelgebiete völlig ausgeschlossen ist, brauche ich in der Zeitschrift der Plakatsammler nicht auszuführen, da dieselben Gründe wie beim Sammeln von Plakaten eine Vollständigkeit vereiteln. Dem widerspricht aber nicht die Möglichkeit einer systematisch angelegten Sammlung, die sich nur auf die Marken offizieller Ausstellungen, Wohlfahrtsbestrebungen usw. beschränken würde. Ins Uferlose geht es gleich, wenn man die von Industrie, Handel usw. verausgabten Marken zusammenstellen will. Dennoch wird man, wenn man hier nur die künstlerisch wirklich wertvollen vorführen will, scheinbar ganz von selbst zu einer gewissen Übersicht und Systematik gelangen.

An beiden Eigenschaften mangelte es dieser Ausstellung im K. d. W. Wahllos und durch den Zufall zusammengeführt waren unzulängliche Bestände in einem winzigen Raum zusammengetragen. In fünf Minuten konnte man getrost diese ganze Ausstellung durchwandern und bedauern, dass die günstige Gelegenheit, die Existenzberechtigung dieses Sammelsportes vor einem grossen und noch dazu kaufkräftigen Publikum zu erweisen, verpasst war. Und der sehr günstige Kassenabschluss für verkaufte Raritäten unter den Reklame- marken oder die Steigerung des Umsatzes am „Reklame- markenlager“ darf nicht über die Dürftigkeit der Ausstellung an sich hinwegtäuschen.

Klein war zunächst die historische Abteilung, die sich mit wenig Mühe, aber etwas grösserer Sachkenntnis leicht hätte um interessante Stücke vermehren lassen. Denn seit dem Anfang der 70er Jahre haben Ausstellungen schon oft Siegel- marken für ihre Propagandazwecke verwendet, beginnend mit der im Jahre 1870 abgehaltenen Landesausstellung in Graz. Dass für solche seltenen Stücke heute ganz ansehnliche Preise gezahlt werden, versteht sich von selbst, weniger einleuchtend erscheint es, dass für die in 16 verschiedenen Sprachen, aber mit dem gleichen Bilde erschienene Serie der olympischen Spiele 1910 mehrfach 40 Mark bezahlt wurden, ja man brachte auch unserem eigenen Wettbewerb für eine Siegelmarke reges Interesse entgegen. Denn für den Bogen mit unseren zehn besten Entwürfen, der unserem Januarheft beigelegt hatte, wurden nicht weniger als 7,50 Mark gezahlt — — — gemacht, gemacht, liebe Plakoffreunde, die Ausstellung ist bereits geschlossen, und für unsere Restbestände an diesen Bogen hatten wir schon einen Monopolvertrag mit dem K. d. W. in der Tasche, bevor ich Euch verriet, welch köstlichen Schatz Euer Januarheft birgt! Noch manche andere Kuriosität war da zu sehen. So berichtete das „Berliner Tageblatt“ am Tage nach der Eröffnung der Ausstellung, dass „fünfzig Reichs- mark“ demjenigen gezahlt werden, der sich im Besitze der Siegelmarke der im nächsten Jahre zu eröffnenden Buch- gewerbeausstellung in Leipzig befindet, auf der in dem Wort „Ausstellung“ das eine s fehlt“. Als dann am nächsten Morgen hunderte von Angeboten dieser seltenen Marke, die bereits in Hunderttausenden von Exemplaren verbreitet war, bei dem Kaufhause einliefen, da stellte sich der wirkliche

Druckfehler heraus: Fünfzig „Reichspfennige“ sollte es heissen, während das Fortlassen des s ein Fehler des Entwurfes, nicht des Druckes gewesen war.

Auch Fälschungen gibt es hier. Ein Fabrikant hatte sich vor Jahren eine riesige runde Siegelmarke anfertigen lassen, als deren Mittelstück er unverfroren die Sütterlinsche Hammerfaust der Berliner Gewerbeausstellung benutzt hatte. Noch unverfrorener verfuhr aber der, der dieses Mittelstück ausschneiden liess und als „Siegelmarke der Berliner Gewerbe- ausstellung 1896, von grösster Seltenheit, vergriffen“ unter die bringt, die nicht alle werden. Denn als Siegelmarke ist dieser Entwurf nie benutzt worden!

Dr. Hans Sachs



Ausstellung Poeschel und Trepte in der Bibliothek des Kunstgewerbemuseums zu Berlin



In Ausstellungssaal der Bibliothek des K. G. M. sah man im Oktober eine reichhaltige Ausstellung von Buchdruckkunst. Die Offizin Poeschel & Trepte, Leipzig, die schon soviel für die Hebung der Druckkunst getan hat, zeigt auch hier wieder, dass sie auf jedem Gebiete dieser Kunst Musterhaftes bringt.

Man sieht da Werk- und Akzidenzdrucke jeder Art. Besonders fallen die für den Verlag Kurt Wolff Leipzig gedruckten Bücher auf; jedes zeigt das schöne Verständnis für die Anordnung des Satzes und das sichere Verhältnis des Satzes zum Sinn. Angenehm wirkt das Betonen der Titel durch ein saftiges Rot. Auch für die Verlagsanstalten Fischer, Rowohlt, Drei Lilien, Hyperion, Bruckmann, für die Janus- und Panpresse drucken Poeschel & Trepte in jeder Beziehung musterhafte Bände. Der Buchdruck ist hier zu wirklicher, edler Kunst geworden. Dieselbe Stileinheit und Anpassung an den Zweck herrscht in den Akzidenzdrucken. In schöner Reichhaltigkeit zeigen alle Arten von Geschäftsdrucksachen, Diplomen, Prospekten, Buchhändleranzeigen, Speisekarten und vieles andere den edlen Geschmack der Drucker und Besteller. Ganz überrascht wird man durch die Buch- und Auktions-Kataloge von Börner in Leipzig. Gerade die Auktionskataloge erfreuten und erfreuen sich immer einer fürchterlich nüchternen „Zweckmässigkeit“. Diese Börner-Kataloge zeigen, dass auch Auktions-Kataloge schön sein können. Man liest einen solchen, einfach und klar gedruckten Katalog lieber, und das kommt ja auch dem Auktionsveranstalter zugute. Allen unseren Druckern und Bestellern täte not, sich diese schöne instruktive Kunst-Ausstellung genau anzusehen.

Vieles würde dann besser werden. Schade, dass die Firma zu dieser hübschen Ausstellung durch eine Karte einlud, die an Nüchternheit und Sachlichkeit nicht mehr überboten werden konnte. Hier wäre eine gute Gelegenheit gewesen, mit farbigen Ausdrucksmitteln künstlerische Propaganda auf dem eigenen Gebiete zu treiben. Bei solcher Einladungskarte, wie sie zu dieser Ausstellung aber versandt wurde, erwartet mancher — nichts und verkneift sich den Besuch einer wirklich sehenswerten Ausstellung.

Max Rosenthal

