

soll. Später wird es in einem grossen Gebäude, dessen Bau- platz nahe dem Buchgewerbehaus gelegen ist, untergebracht werden. Das Deutsche Schriftmuseum behandelt seinen Stoff in vier Abteilungen. Die historische Abteilung führt die Druck- und Schreibrift aller Völker von den primitivsten Anfängen der Schrift bis zur Neuzeit in Originalen, Abgüssen, Nachbildungen und Photographien vor. Die spezielle Abteilung zeigt die mannigfachen Abarten der Schrift als Kalligraphie, Geheimschrift, Kurzschrift, Notenschrift, Blindenschrift und moderne Kunstschrift. In der technischen Abteilung sind die Schreibwerkzeuge vom grauen Altertum bis zur Neuzeit zu sehen, sowie das Schreibmaterial, auf dem geschrieben wurde und geschrieben wird. Die Bibliothek der Schriftkunde sammelt die ungeheuer zerstreute Literatur all der genannten Gebiete. Unter den einzelnen Gruppen weist die vorderasiatische eine grosse Anzahl zum Teil gewaltiger Gipsabgüsse assyrischer und ägyptischer Denkmäler mit Inschriften auf. Glänzend versehen ist die indische, siamesische, chinesische und japanische Gruppe. Ein ausserordentlich abwechslungsreiches Bild bietet das Schriftwesen der deutschen Kolonien.

Auflageziffern. Unseres Wissens gibt es bis jetzt noch keine Statistik, die sich mit den Auflageziffern bekannter Plakate befasst. Die grösste Auflage, die ein Plakat je erreicht hat, dürfte wohl die des Stuckschen Hygieneausstellungsblattes gewesen sein, das während der Ausstellung in über eine Million Exemplaren überall im In- und Ausland angeschlagen wurde. Ihm steht vielleicht noch das Plakat für die Stockholmer Olympischen Spiele zur Seite. Wir sind nun in der Lage, dem künftigen Schreiber einer solchen Statistik noch folgenden Beitrag zur Verfügung zu stellen: Das Frauenstimmrechtsplakat von Ida Stroewer - Bremen ist, wie uns die Künstlerin mitteilt, in — sage und schreibe vier (!) Exemplaren gedruckt worden. Von dieser kostbaren Seltenheit besitzt das glückliche Bremer Gewerbemuseum 1 Exemplar, während die 3 übrigen — Sammlerherz blute! — als Vortrags- saalschilder gebraucht werden. — Die Gegner der Frauenstimmrechtsbewegung*) können beruhigt sein. Solange unsere Stimmrechtlerinnen mit ganzen 4 Plakaten Propaganda machen, sind sie noch weit entfernt von dem revolutionären Reklamegeist ihrer englischen Gesinnungsgenossinnen.

Schaufensterdekoration. Unter dem Vorsitz unsrer Mitglieder Julius Klinger und Ernst Friedmann ist ein „Verband künstlerischer Schaufenster-Dekorateure“ gegründet worden. Der Verband macht es sich zur Aufgabe, der künstlerischen Schaufenster-Dekoration Anhänger zu werben und die ideellen und wirtschaftlichen Interessen der künstlerischen Schaufenster-Dekorateure zu vertreten. Wir werden bei geeigneter Gelegenheit wieder über dieses interessante Unternehmen berichten.

*) von denen an anderer Stelle dieses Heftes (s. Seite 258) noch die Rede ist.

Berichtigung: In der Buchbesprechung auf Seite 182 des Juliheftes sollte es in der 18. Zeile von oben heissen: „Nicht minder anregend“. Das Wort „nicht“ ist versehentlich ausgelassen worden.

Plagiate. Unsre Drucksachen scheinen den Herren Plagiatoren gut zu gefallen. Dem Plagiat auf unser Signet, die V. d. P.-Dame von Bernhard, das wir im Januarheft des Jahrganges 1911 unsrer Zeitschrift veröffentlichten, reihen sich die auf



Seite 252 und 256 dieses Heftes abgebildeten Beispiele würdig an. Auch die Farben — im ersteren Falle schwarzgrau und rotbraun, im letzteren schwarz und gold — sind, wie besonders hervorgehoben zu werden verdient, getreulich wiederholt worden.

Geschäftswelt und Reklame. Einen bemerkenswerten Schritt hat der mehr als 7000 Mitglieder zählende Münchner Grund- und Hausbesitzerverein unternommen. Er richtete an den Magistrat von München eine Eingabe, in der er es zunächst begrüsst, wenn das gesamte Reklamewesen in München auf eine höhere Stufe gebracht werden kann, wie dies erfreulicherweise hinsichtlich der Plakat-Reklame — von Ausnahmen natürlich abgesehen — schon seit längerer Zeit zu konstatieren ist. Er weist aber als eine am Ausbau des Reklamewesens erheblich interessierte Korporation darauf hin, dass die festgelegten „Richtpunkte“ für den Vollzug der ortspolizeilichen Vorschriften vom 18. Januar 1908 und 17. Juli 1909 in den Kreisen der davon betroffenen Bürgerschaft schwere Bedenken auslösten und Anlass zu berechtigten Beschwerden geben. Die Tendenz der ganzen Vorschrift gehe dahin, die Strassenreklame möglichst einzuschränken und zum Teil unmöglich zu machen. Aus den allgemeinen Vorschriften folge, dass ein Geschäftsinhaber bei Lokalwechsel in der Wiederverwendung seines Firmenschildes auf Schwierigkeiten stossen könne, weil es in bezug auf „Grösse, Form und Art der Anbringung“ vielleicht nicht mit den anderen an dem betreffenden Hause angebrachten Firmenschildern übereinstimmt, oder eine andere Schriftart als diese aufweist. Die Eingabe wendet sich u. a. dagegen, das z. B. „schräg ansteigende Schrift zu vermeiden ist“ und erwähnt das Firmenschild der Pschorrbrauerei, das auf farbigem Grunde in Goldbuchstaben in „schräg aufsteigender Schrift“ das Wort „Pschorrbräu“ trägt. Bisher hat wohl noch niemand