

# DAS PLAKAT

5. JAHRG. / 1914

HEFT 2

MITTEILUNGEN DES VEREINS DER PLAKATFREUNDE

DIE BEZUGSBEDINGUNGEN SIND AUF DER LETZTEN TEXTSEITE ANGEGEBEN

*Julius* **G I P K E N S**

von Dr. Hans Sachs

„Julius Gipkens' Werdegang ist ein klassisches Schulbeispiel für die Art, wie in den letzten Jahren in Berlin einige wenige Talente sich durchgesetzt haben. Der ungeheure Rhythmus dieser Stadt liess ihn Künstler werden, wie von ungefähr, ohne eigentliches Studium, ohne dass er jemals Schüler war. Allerdings „Künstler“, wie ihn sich das Publikum noch heute manchmal vorstellt, ist er nicht. Ein grosser breitschultriger Mann, mit offenen ernsten Zügen, ein internationaler Typ, der ebenso gut nach England oder Amerika weisen könnte. Die Art, wie er wohnt und sich kleidet, zeigt deutlich seine Geistesrichtung. Ein Mann mit Geschmack und Haltung, doch kein Geschmäcker. Ein Charakter, doch kein doktrinärer, einer, der Beeinflussungen zugänglich ist, sie aber restlos verarbeitet. Ein Bescheidener mit starkem Selbstgefühl. Geschmeidig und lebenswürdig verbindlich ist er gerade nicht, und doch hat seine Art etwas Beruhigendes, und man hat den Eindruck, dass das, was er macht, nichts Halbes sein kann.

Die Karriere Gipkens war nur in Berlin möglich, in dieser Stadt, wo das Abstrakte nicht gilt, wo nur nach der Realität gefragt wird. Es war der Berliner Geschäftswelt, auf die Gipkens grossen Einfluss gewann, ganz gleichgültig, ob und wie lange er sich auf Akademien oder Kunstgewerbeschulen herumtrieb, ob seine Art rauh oder geradezu war. Er brachte das Richtige, und man nahm es von ihm. Ist es kein Symptom, dass in Berlin auf unserem Gebiete fast nur die Autodidakten Einfluss haben und Ansehen geniessen?“

Selten habe ich treffendere Worte gelesen als diese, Worte, die so eindringlich eines Künstlers Wesen treffen und packen, dass ich sie gewissermassen als Motto meinem Aufsätze über Julius Gipkens voransetze. Sie bilden den Anfang eines kleinen Essays, das Julius Klinger dem in der Sammlung von Monographien deutscher Reklamekünstler erschienenen Gipkensheft voranschickt. Fürwahr – ein Symptom, und eines, dessen Bedeutung für unser kunstgewerbliches Wirtschaftsleben vielleicht noch lange nicht voll gewürdigt wird, ist dieser fast bestimmende Einfluss von Autodidakten auf unser Berliner