Katalog Hans Rudi Erdt

Idee und Ausführung sind gleich glücklich gelungen und gefällig: der Künstler stellt eine reiche Schar seiner Reklameentwürfe — Plakate, Inserate und Katalogumschläge — zusammen und lässt die Reproduktionen auf einem matten Tonpapier abziehen, einfarbig in stumpfrotem Streifenrahmen. Nur eine Blattseite wird bedruckt, das Ganze breitet sich in einem starken Querquart ruhig und übersichtlich vor dem Auge aus.

Es ist gewiss: der Katalog gehört — äusserlich und ästhetisch zu dem geschmackvollsten, was an Reklamekatalogen in Deutschland erschienen ist. Nun, und innerlich sagt er ohne ein Wort mehr, als hundert Textseiten zu sagen vermöchten. Das ist die Stosskraft seiner Idee, sind seiner stummen Sprache beredte Worte: nur Erdt, hier Erdt, immer Erdt, dieser liebenswürdig, flott, mondän zeichnende Hans Rudi Erdt.

Dr. W. F. Schubert.

Die Drucksachen des Grosskapitals

Ein Geschäftsmann, der seine Drucksachen in vornehmer, künstlerischer Weise in die Welt schickt, weiss, dass er dadurch seinem Unternehmen die beste Empfehlung verschafft. Und es muss in der Tat als die höchste Aufgabe des Kaufmanns betrachtet werden, dass die Güte der Waren mit dem Aussehen ihrer Ankündigungen in Einklang gebracht werde. Finanzielle Opfer, soweit sie den Rahmen des Geschäftes nicht überschreiten, sollten hier nicht gescheut werden. Das sind alles Dinge, deren Erkenntnis erfreulicher Weise immer mehr Platz greift, so dass man darüber keine Worte zu verlieren braucht. Wenn nun das Grosskapital, das nicht gewohnt ist, mit Markstücken zu rechnen, auf das künstlerische Aussehen seiner Drucksachen einigen Wert legen würde, so wäre das eine Selbstverständlichkeit in einer von künstlerischem und kunstgewerblichem Geiste durchdrungenen Zeit wie der unsrigen. Aber leider liegt hier vieles, man möchte sagen fast alles, so im Argen, dass es sich der Mühe lohnt, hierüber zu reden.

Unsere Grossbanken und grossen industriellen Unternehmen, die meistens zu Aktiengesellschaften geworden sind, geben alljährlich einen Geschäftsbericht heraus, der eine Übersicht über das vergangene Geschäftsjahr und die Entwicklung des Instituts gibt. Es wäre nicht zuviel verlangt, wollte man fordern, dass diese Geschäftsberichte, in denen die Umsätze oft viele Millionen betragen, wenn auch nicht luxuriös, so doch vornehm, geschmackvoll ausgestattet seien. Aber sie sind fast alle von einer erschreckenden Hässlichkeit, die schon meist aus dem geschmacklosen, aus billigem Papier bestehenden Umschlag entgegenschreit. Für den Druck im Innern, der stets in Antiqua gesetzt ist, sind niemals irgendwelche unserer neueren Künstlertypen verwandt. Es ist, von wenigen Ausnahmen abgesehen, ein gedankenloses Weitergehen auf den alten, seit Jahrzehnten beschrittenen Wegen. Man soll nun nicht sagen, dass die Schuld am Drucker liegt. Ich habe den Eindruck, als ob entweder die Preisdrückerei hier jeden besseren Geschmack ausschliesst oder als ob man in jedem Jahre das Aussehen der Drucksache so verlangt, wie im vergangenen. Die Berichte der „Deutschen Bank" und der „Disconto-Gesellschaft" z. B. sind bei Otto v. Holten gedruckt, einer Druckerei, von der man weiss, dass sie aus eigener Initiative etwas Gutes leisten kann. Wie gut hätte Holten es verstanden die Worte: „23. Geschäfts-Bericht des Vorstandes der Deutschen Bank für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 1913" zu setzen. So ein Umschlag hätte ein wuchtiges, stolzes Dokument dieses gewaltigen Unternehmens sein können. Aber nichts, garnichts von einem künstlerischen Wollen ist zu spüren, es hat alles den Stempel der Billigkeit. Ich habe mir noch eine ganze Reihe anderer Jahresberichte von Grossbanken und Aktien-Gesellschaften angesehen und habe, zu meiner grossen Betrübnis, feststellen müssen, dass einer immer hässlicher ist, als der andere. Die wenigen Berichte, bei denen man wenigstens dem Umschlage einige Sorgfalt gewidmet hat, zählen nicht. Selbst die AEG, zu der ein Künstler wie Peter Behrens gehört, macht hierin keine Ausnahme. Wohl sind Umschlag und Titelblatt in der Peter-Behrens-Type gedruckt, aber das ist auch alles.

Freilich sind alle diese Unternehmungen nicht so sehr auf die Gunst des Publikums angewiesen, wie der kleine Geschäftsmann. Ausserdem ist es den Aktionären einer Bank recht gleichgültig (leider!), wie der Geschäftsbericht aussieht. Die Hauptsache bleibt, dass er die Nachricht von einer möglichst grossen Dividende enthält. Aber muss man es sagen, dass unsere Grossbanken auch Pflichten der Allgemeinheit gegenüber haben, bei denen Geld keine Rolle spielen darf? Aber wie kann man hier von Geld reden? Der Geschmack kostet nichts. Und wenn die künstlerische Drucksache wirklich etwas teurer ist, so wäre es bei den Riesenumsätzen des Grosskapitals lächerlich, dies zu erwähnen.

Ernst Collin.

http://digital.slub-dresden.de/id448234842-19140030/48