

und auf Proben von Nahrungsmittelfälschungen im „Kaufmann“ aufmerksam machen! –

Die Plakate und die kaufmännischen Reklamedrucksachen, um nach dieser Randbemerkung auf das Thema und zum Schluss zu kommen, mit denen die Frauen sich am Konkurrenzkampf der Männer und gegen sie beteiligen, lassen fürs erste eine ernsthafte Konkurrenz nicht befürchten. Im Plakat wenigstens sind überragende künstlerische Begabungen nicht zu entdecken, höchstens lassen die sehr geschmackvollen Warenpackungen, die Fia Wille und Äne Koken ausstellen, so etwas wie eine spezifische Veranlagung erkennen. Von den Plakaten ist im Nottfalle das Tierasylplakat von E. Hainard-Bécharde hinzuzunehmen; ein sehr nettes geschmackvolles Blatt für eine Silhouetten-Ausstellung hat auch Käte Wolf beige-steuert. Was aber L. v. Schauroth zeigt, ist nichts weiter als ein verdünnter Aufguss von Hohlwein (Polospieler, Zoologischer Garten in Frankfurt a. M.). Die Schweizer Plakate sind stark traditionell, und die englischen, die fast ausschliesslich Schriftplakate sind, bevorzugen eine

primitive, an den Holzschnitt erinnernde Technik. Sie erinnern durchaus an den künstlerisch meist noch ahnungslosen Geschmack ihrer männlichen Kollegen jenseits des Kanals. –

Der Pavillon der Reklamemarke, über den ich gern berichtet hätte, ist bis Pfingsten kaum halb-fertig gewesen und jetzt schon wieder wegen Umbau geschlossen. Der offizielle Katalog, der zum Preise von 1,50 M bereits am Eröffnungstage verkauft wurde, stellt ein Muster von Unübersichtlichkeit, Verwirrung und schlechter Anordnung dar und zeigt, wie man es anstellen muss, um den Besuch der zahllosen Hallen zu erschweren. Hiervon und von den traurigen „offiziellen“ Drucksachen der Ausstellung das nächste mal!

Mancherlei Lichtblicke hat diese kurze Schau eröffnet und mancherlei schmerzliche Enttäuschungen hat sie gebracht. Das Eine ist für uns Deutsche trotz alledem ermutigend: Wir sind auf gutem Wege.*)

*) Ein zweiter Aufsatz folgt.



Edmund Edel

Plakat



Schwedischer Künstler

Plagiat