

## II. Berlin und das übrige Deutschland / Von Walter Bloch.

**Z**war schwillt das Material zum Thema „Kriegsgraphik“ lawinengleich an, aber wir haben trotzdem diesmal der Abwechslung halber den Kreis etwas weiter als sonst gezogen.

Die Buchillustration und der Umschlag der unzählbaren Kriegsliteratur sind, soweit sie graphisch bemerkenswert erschienen, in den Rahmen unserer Betrachtung getreten. Willi Geigers Illustrationen (Abb. 12 und 13) aus einem Junckerschen Orplidbüchlein haben wir aus der Fülle der Neuerscheinungen herausgegriffen. Einfach und würdig wirkt der Umschlag zu einem Gedichtband (Abb. 15) des Verlages Diedrichs in Jena.

Von der Kriegspostkarte ist zu sagen, dass sie zum Teil im Absterben begriffen ist. Wenigstens verschwinden die Geschmacklosigkeiten allmählich. Mit der Zeit hat nur die äusserlich, wie inhaltlich würdige Karte ihren Platz behauptet. Sehr apart in Form und Farbe sind die Karten von Heinz-Keune, (siehe farbige Beilage) die bei J. C.

König & Ebbard in Hannover erschienen sind. Lustig anheimelnd wirken die Karten, die Aenne Koken (Abb. 16) für die Bahlsensche Keksfabrik entworfen hat.

Was im vorigen Hefte vom Kriegsplakat gesagt wurde, bleibt bestehen: Die grossen Zeitungen stellen das

Hauptkontingent. Namentlich der Verlag Ullstein & Co. (Abb. 14, 19 u. 21) zeichnet sich vor allen andern durch frische, zeitgemässe Arbeiten aus. Dass der sozialdemokratische „Vorwärts“ (Abb. 20) gerade in diesen Zeiten Reklame machen zu müssen glaubt, entbehrt nicht eines gewissen pikanten Beigeschmacks. Von andern Blättern seien besonders das Klingersche Zinnsoldatenplakat (Abb. 17), das äusserst treffsicher wirkt, sowie das mehr seines Inhalts wegen bemerkenswerte Verdeutschungsplakat für Manoli (Abb. 22) erwähnt.

Beim Inserat möchte man lieber schweigen. Zwar gibt es rühmliche Ausnahmen, aber die grosse Masse ist schlimm. Die Sucht, alle Waren vom Insektenpulver bis zum Kaviar mit Hülfe eines Soldatenbildes anzubieten, führt nicht nur, da Unberufene diese Inserate zeichnen, zu unschönen Erzeugnissen, sondern auch oft zu ganz unsinnigen Kombinationen. So brachte kürzlich ein bedeuten-

des Schuhgeschäft ein Inserat, auf dem ein verwundeter Offizier mit dem Arm in der Binde (der bandagierte Stumpf schaute hervor) zu sehen war. Neben ihm aber stand ein liebreizendes junges Mädchen und sagte :



Auf Grund authentischer Berichte und amtlicher Dokumente, unterstützt durch reiches Bilder- und Beilagenmaterial, gibt „Die große Zeit“ eine vollständige, aus dem Miterleben heraus entstandene Geschichte dieses grössten aller Kriege. Das Werk wird in 8-14 tägig erscheinenden Heften ausgegeben; jedes Heft kostet

**30 Pfennig**

**Verlag Ullstein & Co \* Berlin und Wien**

Schmalhausen

Abb. 14  
Verlag Ullstein & Co.

Plakat u. Inserat