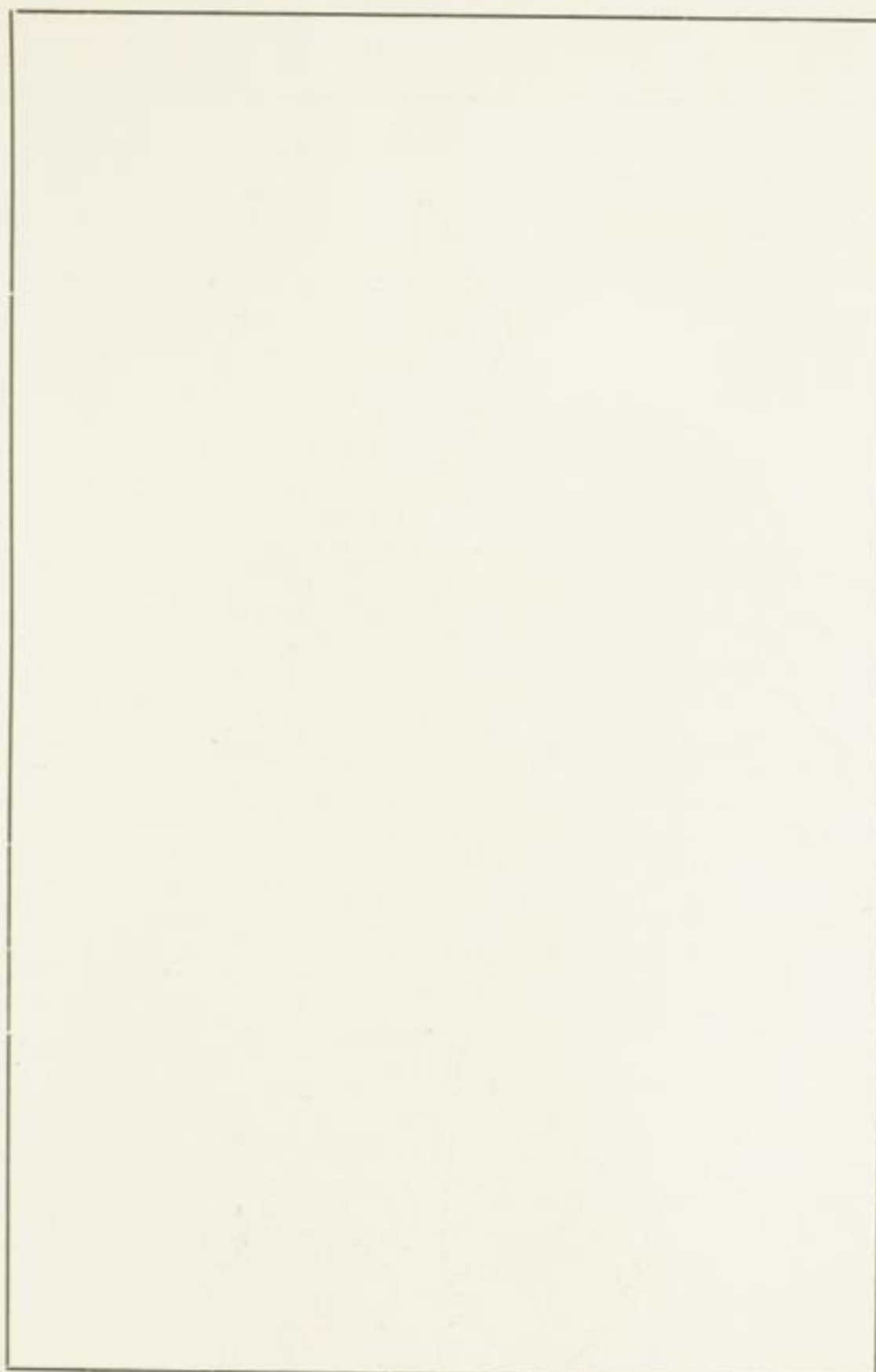


„So, jetzt kauf ich Dir noch ein Paar Stiefel!“ Wobei man sich des Gedankens nicht erwehren konnte, dass der Unglückliche wohl den einen Stiefel über den eingewickelten Arm ziehen sollte. Natürlich gibt es aber auch, wie schon erwähnt, erfreuliche Ausnahmen, so die Ullsteininsetate (Abb. 14, 19, 21) die zum Teil verkleinerte Plakate sind (zum Teil sind auch die Plakate vergrößerte Insetate) und die sehr geschmackvolle Zeichnung des jungen Stuttgarter Künstlers G. Kirchbach (Abb. 25). Wie im vorigen Heft, soll auch diesmal eine Propagandamarke (Abb. 24) den Schluss unserer Ausführungen

bilden. Sie dient der deutschen Sache in Amerika und verdankt ihre Entstehung einer Anregung unseres New-Yorker Vertrauensmannes, Herrn Arthur Wiener. Die Marke zeigt den verkleinerten Umschlag der Zeitschrift „The Fatherland“ und wurde von Willy G. Sesser entworfen.

Die angewandte Graphik im Kriege soll auch in den folgenden Heften eine ständige Rubrik bilden. Statt jeder langatmigen Aufreihung sollen in Zukunft die Abbildungen für sich allein sprechen. Auf diese Weise hoffen wir, noch mehr Material bringen zu können, als es der beschränkte Raum bisher erlaubte.



Aenne Roken

Abb. 16

Postkarte



Julius Klinger

Abb. 17

Plakat

Druck: Hollerbaum & Schmidt, Berlin



Louis Oppenheim

Abb. 18

Plakat

Druck: Selmar Bayer, Berlin