

Marionettentheater hat uns ein reines kleines Schriftplakat von weithinreichender Wirkung mit Lucian Bernhard-Typen gebracht. Mit diesen angeführten Beispielen wollten wir auf einige Fälle einer wirklich künstlerisch gestalteten Reklame aufmerksam machen. Kunst, Gewerbe, Handel, die drei Gebiete stehen hier in reger Wechselwirkung. Und die Erfahrung beweist auf deutlichste, dass der geschmackvollen Drucksache des Kaufmanns unbestreitbar eine hohe Bedeutung zukommt. Sorgfalt in der Schrift, in der Drucklegung von Katalogen, im Entwurf von Packungen und Plakaten muss unbedingt Vertrauen wecken, während geschmacklos gestaltete Anpreisungen auf die Dauer widerlich, für Negerstämme als berechtigt erscheinen. Damit sei in weitgehender Weise der Wert der künstlerischen Beeinflussung festgestellt und betont, dass Kunst, mit Gewerbe und Handel in Beziehung gebracht, nicht Luxus, sondern Notwendigkeit bedeutet. Unser Land

Vom Plakataushang in der Schweiz.

Was man im Plakataushang erreichen kann, zeigt uns die allgemeine Plakatgesellschaft in Zürich, in deren rührigem Leiter, Direktor Vogelsang, die Schweizer Plakatkunst einen verständnisvollen und warmherzigen Förderer besitzt, an ihrer neuen Wand am Pestalozzianum bei der Uraniabrücke. Sie zeigt aufs neue, dass in Zürich ernste Bestrebungen gemacht werden, die Plakatreklame systematisch zu regeln und allmählich zu einem richtigen Strassenschmuck auszugestalten. Die früher so kahle, düstere Nordwand des Hauses hat plötzlich ein freundliches Aussehen bekommen. Um lustige, leuchtende Farbflecke schlingt sich Efeu, der den allzu starken Kontrast von Mauer und Farbe mildert. Auf einer mit kräftigem Ornament eingerahmten Fläche sind die Plakate so angeordnet, dass jedes zur Geltung kommt. Durch



Julius Gipkens Abb. 26 Plakat
Druck: Hollerbaum & Schmidt, Berlin



Gröschel Abb. 27 Plakat

besitzt einen Reichtum an künstlerischen Kräften, die gerne dekorativen Arbeiten dienen. Die Nutzbarmachung dieser Kräfte im vorhin betonten Sinne als Mitberater in Handel und Industrie ist ein erstrebenswertes Ziel kommender Zeiten. Denn so gut wie das graphische Gewerbe, das heute als Schulbeispiel genannt sein soll, kann die Mitarbeit des Künstlers auch die Erzeugnisse anderer Berufszweige veredeln und damit konkurrenzfähiger gestalten. Wir betonen nochmals, nicht die billige Hülfe von Allerweltdilettanten, sondern nur die tüchtige Arbeit der Besten kann genügen. Wir dürfen auch in diesen Rüstungen zu einem ebenso heißen Kampf in Friedenszeiten keineswegs zurückbleiben, um so mehr, als wir hier im Exporthandel tatsächlich Anteil nehmen und uns schlagen müssen.

Dr. H. Röthlisberger.
(Abdruck aus dem Berner „Bund“.)

geschicktes Nebeneinandersetzen und Abwägen der verschiedenen Farbenwerte wird das einzelne gesteigert und dabei die einheitliche Wirkung der ganzen Wand gewahrt. Die Plakate sind mit feinem Geschmack ausgewählt und zeigen uns den hohen Stand der Schweizer graphischen Kunst, die sich, wie wir auch in Bern und Köln gesehen haben, neben Deutschland den ersten Platz auf unserem Spezialgebiete errungen hat. Wir können wohl sagen, dass hier eine Lösung des Problems der „Kunst auf der Strasse“ gefunden wurde, die völlig zweckentsprechend und schön ist. Von dem einfachen Schriftplakat, das uns den Umzug der Allgemeinen Plakatgesellschaft anzeigt, bis zu den als Triptychon wirkenden Plakatgruppen von Weck und Hotel St. Gotthard sehen wir den gleichen hohen Durchschnitt der Schweizer Plakatkunst, über die der vorangehende Bericht in diesem Hefte näheren Aufschluss gibt. Es ist nun erfreulich, konstatieren zu können, dass hier auch der Aushang mit dem Fortschritt auf dem Gebiet des guten