

Beispiele erübrigt sich, da unsere Leser sie schon kennen gelernt haben – die verbotenen, unterdrückten und nicht angeschlagenen Plakate (siehe Januarheft 1914) und die – *horribile dictu* – Plagiate, die ein andermal hier in buntem Strausse dargeboten werden sollen.

Mancherlei könnte ich jungen Sammlern noch ans Herz legen, doch ich möchte denen, die nach mir von ihren Plakatsammlungen berichten wollen, nicht allzusehr vorgreifen und ihnen Stoff entziehen. So verzichte ich heute auch auf die Erwähnung der „seltensten“ Stücke meiner Sammlung und verschiebe sie auf eine andere Gelegenheit. Nur zwei Ermahnungen seien noch gestattet: Bemüht Euch, Ihr Sammler, stets, ein anonym erschienenenes Blatt, das künstlerisch wertvoll erscheint, zu „entanonymisieren“ und forscht dem Jahre seiner Entstehung nach!

Anonym, d. h. ohne Angabe des Künstlernamens erscheinen nicht allzuviele Plakate, wenigstens nicht solche, die grossen künstlerischen Wert haben. Der Grund, warum ein Künstler seine Arbeit verleugnet oder wenigstens nicht mit seinem Namen deckt, ist entweder in ihm selbst zu suchen, nämlich dann, wenn dem Besteller zuliebe Zugeständnisse gemacht werden mussten, die das künstlerische Niveau des Blattes so erheblich herabdrücken, dass der Zeichner gern die Vaterschaft an seiner Arbeit ableugnet, oder wenn sein Name auf ausdrücklichen Wunsch des Bestellers oder gar, was heute sehr selten ist, der Kunstanstalt, die den Namen eines begabten Zeichners nicht der Konkurrenz preisgeben will unterdrückt wird. Eine Anfrage bei der Druckerei, die ja meist auf dem Blatte vermerkt ist, wird nicht bloss den Namen, sondern manchesmal eigenartige Ueberraschungen zu Tage fördern; in zweiter Reihe kann man in andern Fällen leicht den Künstlernamen durch den Besteller erfahren, und erst dann ist eine Sammlung von Plakaten wirklich gepflegt und richtig behandelt, wenn sie nur noch sehr wenige ganz anonyme Blätter enthält, d. h. solche, bei denen jeder Versuch der Entschleierung des Künstlers misslungen ist.

Wie bekannt, führen viele Künstler ein sogenanntes Signum, also ein bestimmtes Zeichen, ein Monogramm, oder die Anfangsbuchstaben ihres Namens. Ihre genaue Kenntnis ist ein Studium für sich, zu dessen Klärung ich durch meine im Septemberheft 1913 und im Märzheft 1914 des „Plakats“ zusammengetragenen 130 Künstlersigna und deren Erläuterung ein wenig beigetragen zu haben hoffe.

Nicht weniger Mühe macht es oft, das Entstehungsjahr eines Plakates festzustellen; gewissenhafte Sammler werden auch hier die kleine Arbeit, die oft wertvolle Aufschlüsse liefert, nicht scheuen. Führen Anfragen bei Drucker und Besteller nicht zum Ziele, so helfen oft Kombinationen, Ueberlegungen, frühere Veröffentlichungen. Ein kleines Beispiel hierfür: Hohlweins Plakat für die Ausstellung für Jagd- und Schlesswesen in München verrät kein Entstehungsjahr, doch sagt der Untertitel, dass diese Ausstellung gelegentlich des XV. deutschen Bundesschiessens stattfand. Ein Plakat von Landgrebe, das ich mit Hilfe meines Kataloges als im Jahre 1912 entstanden feststelle, kündigt im Jahre 1912 das XVII. deutsche Bundesschiessen an. Da diese Feste bekanntlich alle drei Jahre stattfinden, ist Hohlweins Blatt leicht in das Jahr 1906 zu verweisen. – Solcher Beispiele liessen sich viele anführen.

In unseren Plakatsammlungen steckt frohes Leben! Man muss es nur zu packen wissen. Gern stelle ich Anfängern

meine Erfahrungen in weitestem Umfange zur Verfügung und bitte zum Schlusse noch einmal, unsere Zeitschrift zum Austausch der Meinungen zu benutzen.

Sachs.



Mitteilungen der Kgl. Akademie für graphische Künste und Buchgewerbe in Leipzig

Auf Seite 91 des Märzheftes unseres vorigen Jahrganges berichtete ich kurz von dieser kleinen Neuerscheinung, einer anspruchslosen, sechsmal im Jahr unter den Fittichen des mächtigeren „Archiv für Buchgewerbe“ erscheinenden Akademie-Zeitschrift. Der im ersten Hefte angekündigte Zweck, die buchgewerblichen Fachkreise über die Bestrebungen der Akademie häufiger und regelmässig zu unterrichten, darf, nachdem jetzt der erste Jahrgang abgeschlossen vorliegt, als gut gelungen bezeichnet werden. Aus jedem Hefte konnten neue Anregung geschöpft und interessante Einblicke in die Unterrichtsmethoden dieser Anstalt gewonnen werden, zumal da eingestreute Bilder das Gesagte treffend ergänzten. Besonders fesselnden Stoff birgt das soeben erschienene Doppelheft 1/2 des zweiten Jahrganges. Man wird sich erinnern, dass sich im sächsischen Staatsgebäude der Bugra gleich neben der Eintrittshalle eine kleine Sammlung von Künstlerzeichnungen befanden, die durch die gleichzeitig daneben vorgezeigten Handschriften derselben Künstler eine eigentümliche Beleuchtung erfuhren. Proben hiervon gibt uns der Vater und Veranstalter dieser Sonderausstellung, Hofrat Prof. Max Seliger, gleichzeitig damit auf sein demnächst über denselben Gegenstand erscheinendes Buch hinweisend, in diesem Doppelheftchen der Akademie, indem er gleichzeitig alle die Fragen anschnidet, die sich an die Verwandtschaft von Schrift und Zeichnung des Künstlers knüpfen. Man darf nach diesen höchst eindringlichen und belehrenden Proben auf das Buch recht gespannt sein.

Sachs.



Manoli-Post Jahrgang 1914

Der erste Jahrgang der Zeitschrift „Manoli-Post“ der in schmuckem, von Lucian Bernhard entworfenem Gewande jetzt vorliegt, erörtert, gleichzeitig eine Chronik der Zeit darstellend, in fesselnder Weise alles, was über den Tabak im allgemeinen und die Zigarette im speziellen erwähnenswert erscheint. Aber auch alles Wissenswerte und Neue auf dem Gebiete der Reklame, unter besonderer Berücksichtigung der Reklame in der Tabakbranche, findet eingehende Würdigung in der Manoli-Post. Natürlich finden auch die Frauen ihren Lesestoff in der Cigarettenzeitung, denn die Manoli-Post soll, wie es eingangs des Buches heisst, das „Bindeglied zwischen der Manoli-Fabrik und den nach Tausenden zählenden Freunden und Kunden“ sein. Es war sicher eine gute Idee des Propagandisten der Manoli-Fabrik, unseres Mitgliedes, Herrn E. E. Herm. Schmidt, die Manoli-Post ins Leben zu rufen. Man kann ihm nur weiter erfolgreiche Tätigkeit bei der Herausgabe der Zeitung wünschen; ist doch seit seinem Eintritt bei der Firma Manoli diese in die Reihe derjenigen Grossfirmen eingetreten, die sich durch eine dauernd geschmackvolle und stets wirksame Reklame einen guten Namen auch unter uns Plakatfreunden erworben haben.