



Willi Roerts

Abb. 13

Werbeplakat

delndes Blatt von Beyer-Preusser Glasemann für Wolf, Magdeburg-Buckau, zu halten. Beyer-Preusser Glasemann fassen ihre Aufgabe malerischer auf. Sie wollen durch glänzende leuchtende Farben auffallen während Bernhard gerade durch seine Einfachheit, wirkt. *) Hohlwein fasst seine Aufgabe noch mehr plakatmässig auf. Sein Katalogumschlag für die Maschinenfabrik Augsburg-Nürnberg bildet nur einen Auftakt für den Inhalt, der leider nicht das hält, was der Umschlag verspricht. Der Zweck rechtfertigt hier die Art, besagen doch die Abbildungen des Katalogs genug. In dem Prospekt von Schulpig für die Firma A. Klönne, Dortmund zittert noch etwas von der magischen Lichtwirkung nach, die das Reich der Technik hervorzaubern kann. Sein Plakat für dieselbe Firma leidet unter dem spinnwebenartigen Gitterwerk. Der Vollwandstil wirkt ästhetisch besser, lässt sich aber nicht überall anwenden. Schulpig findet sich mit der Zerrissenheit des Riesenaufbaues vortrefflich ab und weiss das Ganze zu mächtiger Steigerung zu bringen.

Der Firma Ruhfus verdanken wir auch eine Reihe wirklich geschmackvoll ausgestatteter Kataloge, unter denen wir den für die Deutsche Maschinenfabrik Duisburg hervorheben möchten, der über das gewöhnliche Mass hinausragt. Auf die Ausstattung der Kataloge wird von Seiten der Industrie viel Wert gelegt, oft sogar mehr auf das Aeussere als auf eine entsprechend

gute typographische Wirkung des Innern. Beyer-Preusser Glasemann entwarfen gute Kataloge für Wolf Lokomobilen, Roerts für die Bamag-Dessau und Lanz-Mannheim. Selbst die mit alter guter Tradition arbeitende Firma Dumont-Schauberg-Cöln beschäftigte H. R. Erdt mit dem Katalog für die Mannstädt-Werke Troisdorf.

Unter den für die Industrie unseres westlichen Deutschland arbeitenden Firmen steht, was die Menge und die Güte des Geleisteten anbetrifft, Bald und Krüger in Hagen mit an erster Stelle. Es ist bisher kaum einer Firma gelungen, abgesehen von Roerts, einen Künstler von Ruf in ihrem Kundenkreise dauernd einzuführen. Man begegnet dem Plakatkünstler, nicht ohne jede Berechtigung, mit offenem Misstrauen und spricht ihm die Fähigkeit ab, einem Publikum von Fachmännern einen Gegenstand, den nur der Fachmann bewerten kann, plakatbildmässig näher zu bringen. Wohlverstanden muss man scheiden zwischen industriellen Erzeugnissen, die einem breiteren Laienpublikum angepriesen werden sollen, und eben solchen, die nur ein technisch Gebildeter würdigen kann. Das ist der Grund, weshalb man so selten bekanntere Namen auf den graphischen Werbemitteln grosser Firmen sieht. Hier scheint aber ein Irrtum vorzuliegen. Künstler und Fachmann vertragen sich sehr wohl, wenn der Künstler etwas technische Bildung besitzt und das Wesentliche einer Maschine oder ihrer Arbeitsweise erfasst. Trotzdem bei den Drucken der Firma Bald & Krüger nur tech-

*) Eine Steigerung auf diesem Wege lässt sich an dem Roertsschen Plakat für Lanzlokomobilen wahrnehmen.