

auftauchende Frage zunächst scheu herum. Jedenfalls verhiess der erste Aufruf nur, durch Vorträge und Ausstellungen „den Geschmack am künstlerischen Plakate wecken und kultivieren“ zu wollen, und die zweite Ankündigung gab dazu die Erläuterung, dass die Mitglieder von Neuerscheinungen auf dem laufenden erhalten werden und in der Anschaffung und dem Austausch von Plakaten Erleichterungen geniessen sollten. Also begleiten, beobachten, verzeichnen wollten wir die Entwicklung der Plakatkunst, – von ihrer Förderung war nicht die Rede! Wir versprachen uns damals von solchen Verheissungen wohl keine genügende Werbekraft, fürchteten vielleicht gar, damit abzustossen, jedenfalls schwiegen sich die ersten Aufrufe darüber aus. In den Satzungen aber stand im erten Paragraphen zu lesen:

„– – Sein Zweck ist, das Reklamewesen, insbesondere das Plakatwesen, in künstlerischem Sinne zu beeinflussen und das Interesse am Künstlerplakat beim Publikum und bei der Geschäftswelt durch Ausstellungen, Wettbewerbe, Vorträge, sowie Tausch und Verkauf von Plakaten usw. zu fördern“.

SAMMELTÄTIGKEIT

Der Allgemeinheit gegenüber begannen wir also als Sammlerverein – wir sind es im Nebenamt heute noch! Glücklicherweise nicht im Hauptamt, sonst wäre uns längst der Atem ausgegangen, denn dieser Zweig ist und bleibt für uns der undankbarste und schwierigste. Dennoch haben wir stets der Versuchung widerstanden, dieses Schmerzenskind aufzugeben, weil wir der Ueberzeugung sind, dass die Liebhaberei von Kunstfreunden für die Anfänge der Reklamekunst ebenso wichtig gewesen ist, wie der „Sport“ Vorläufer und Förderer mancher andern heute unentbehrlichen Erscheinung des Wirtschaftslebens war, und dass dieser „Sport“ auch weiterhin ein nicht zu unterschätzender Ansporn bei dem dauernden Aufstieg der Reklamekunst bleiben wird. In unserm Bericht über das Jahr 1913 (Zeitschrift 1914, Heft 1, S. 56) sagten wir darüber: „ . . . Der Verein erblickt trotzdem in der Durchhaltung dieser Aufgabe, vielleicht seiner schwierigsten und undankbarsten, eine ideale Verpflichtung, der er auch weiterhin nachkommen wird“. Undankbar war die Aufgabe erstens deshalb,

weil naturgemäss stets mehr Sammlerwünsche unbefriedigt bleiben mussten, als erfüllt werden konnten, und der Zorn stets grösser als die Anerkennung zu sein pflegt, zweitens weil sie fast stets mehr gekostet als eingebracht hat.

Zwar völlig kostenlos haben wir nur ein einziges Mal Plakate abgegeben, nach unserer allerersten Liste vom 24. März 1905, in der wir 14 Blätter anboten; bereits am 19. April fassten wir den Beschluss, fünf Pfennige für jedes „Gratisplakat“ zu erheben. Bei dieser Bezeichnung blieb es, weil dieser niedrigste denkbare Betrag kein Kaufpreis, sondern nur eine „Gebühr“ für solche Blätter sein sollte, die der Verein selbst kostenlos erworben hatte. Viel später erst, im Jahre 1914, haben wir die Gebühr von fünf auf zehn Pfennige erhöht, als die Plakatabteilung mehr als vierzig Mark Verlust gebracht hatte und haben sie für das jetzt beginnende Jahr von Neuem verdoppeln müssen, um einen Verlust zu vermeiden und um einen noch grösseren Teil der Wünsche befriedigen können. Der grossen Beliebtheit dieser Einrichtung bei unsern Sammlern, es sind heute etwa 250, hat die Preiserhöhung nichts geschadet. Der Gedanke, ihnen in zahlreichen Plakaten, wenn nicht von besonderem Wert, so doch immer von anständiger Mittelhöhe gewissermassen das tägliche Brot für ihre Sammlung zu liefern, hat sich als ausserordentlich glücklich erwiesen, sodass weitaus die Mehrzahl der Bezieher im Vertrauen auf unsre gute Wahl durch Abonnementserklärung im Voraus sämtliche Gratisplakate bestellte. Für sie hatte das den Vorteil der Bequemlichkeit, für uns den der freien Hand bei der Verteilung. Allerdings lag hierin auch ihr Nachteil, denn jeder Abonnent erwartete alle angebotenen Plakate und fühlte sich zurückgesetzt, wenn er nur die Hälfte bekam, weil er nicht glauben wollte, dass die andern auch nicht mehr bekommen hatten. So mussten wir 1913 das Abonnement wieder aufheben und die Bezieher auf die Einzelbestellung verweisen, die zwar beiden Teilen die Arbeit vergrössert, aber die Zahl der Beschwerden verringert hat.

GRATISPLAKATE

Neben den Gratisplakaten erschienen in den Listen die „Verkaufsplakate“, die nicht gegen einheitliche Gebühr verteilt, sondern zu angemessenem Preis verkauft wurden. Soweit wir diese Blätter den Herstellern selbst bezahlen mussten, bestimmten wir den Verkaufspreis nach Wert und Seltenheit. Waren sie im Besitz andrer Sammler, die sie durch uns weiterverkaufen wollten, so bestimmte der Besitzer mit unsrer Zustimmung die Preise selbst und zahlte uns ein Zehntel des Erlöses. Selbst gekauft und dann weiterverkauft

VERKAUFSPLAKATE