

selbst in dem gewiss weitgespannten Rahmen dieser Erinnerungen ist kein Platz für so tiefeschürfende Untersuchungen — glücklicherweise, denn ihr Verfasser würde sich dieser Aufgabe kaum gewachsen fühlen! Hier muss es bei dem Bericht der Tatsachen sein Bewenden haben, und wenn wir als eine solche Tatsache den heutigen Hochstand der Plakatkunst hinstellen, — oder soll auch dieser erst nachgewiesen werden? — und auf der andern Seite die Erstarkung des Vereins betrachten, so kann es getrost dem Einzelnen überlassen bleiben, ob er glauben oder nörgeln, ob er den Zusammenhang als ursächlichen oder bloss als zeitlichen ansehen will!

AUSKUNFTSSTELLE

Unter den Tatsachen, auf die sich also der Bericht beschränken soll, haben noch den greifbarsten und unmittelbarsten Zusammenhang mit dem Aufschwung der Plakatkunst unsre mannigfachen Beziehungen zu Künstlern, Kunstanstalten und Bestellern, die wir unter der Bezeichnung „Auskunftsstelle“ äusserlich zusammenfassen. Eine „Stelle“ ist das nun eigentlich nie gewesen, es sass da kein Alleswissender am Schalter zur Abfertigung der Fragesteller, es verzapfte auch kein Briefkastenonkel seine Zettelkastenweisheiten, es waren vielmehr alle an der Leitung des Vereins Beteiligten, die da, jeder auf dem ihm bekannten Gebiete, in steter lebendiger Fühlung mit den Vorgängen und Personen, Rat und Auskunft gaben, wo man sich vertrauend an uns gewandt hatte. Nur in den letzten drei Jahresberichten haben wir die Zahl der Fälle genannt, in denen unsre Auskunftsstelle befragt worden war, es sind 46, 78 und 61 gewesen, zu denen die in früheren Jahren nicht gezählten zuzurechnen wären. Das sind aber nur die wenigen greifbaren, aktenmässig nachweisbaren Fälle gewesen, Ersuchen um Nennung eines geeigneten Künstlers oder Druckunternehmens, um Begutachtung eines gelieferten Entwurfes, um Äusserung zu einer Urheberrechtsfrage oder einem Plagiatvorwurf, um Einschreiten oder öffentliche Stellungnahme gegen irgendwelche Missstände, um Beratung in Rechtsangelegenheiten und vieles andre. Dazu kommen aber ungleich mehr Fälle, die sich der zahlenmässigen Erfassung, oft sogar unsrer Kenntnis völlig entziehen, weil sie sich in einem Briefwechsel über andre Fragen verbergen, weil sie gelegentlich mündlich erledigt wurden oder, — was am häufigsten war —, weil sie ohne unser unmittelbares Eingreifen nur durch die Zeitschrift vermittelt wurden, denn es gelangt natürlich nicht jeder neue Auftrag, den ein Künstler der Veröffentlichung seiner Arbeiten ver-

dankt, zu unsrer Kenntnis. Doch können wir aus der nicht geringen Zahl neu angeknüpfter Verbindungen, von denen wir wissen, auf die weit grössere Zahl derer schliessen, die uns verborgen bleiben.

Mit Behagen erinnern wir uns dabei eines komischen Falles, der der Vergessenheit nicht anheimfallen sollte: In einem Heft erschien die Besprechung eines unsrer besten Berliner Künstler mit zahlreichen Abbildungen, und an zweiter Stelle ein Aufsatz über künstlerische Briefköpfe mit einigen Dutzend Originalbriefbogen von allerhand Künstlern als Beilagen. Auf dieses Heft hin erhielt der im ersten Aufsatz behandelte Berliner Künstler von dem Inhaber eines bedeutenden Berliner Konfektionshauses — er gehört wohl zu den sagenhaften „Lesern“, die sich nur die Bilder ansehen — den Auftrag zu einem — — Briefkopf, weil er sich mit „seinen“ vorzüglichen Briefentwürfen und seiner wahrhaft erstaunlichen Vielseitigkeit die besondere Aufmerksamkeit dieses neuen Gönners zugezogen hatte! Natürlich hat dieser Irrtum keinem von Beiden geschadet, und der Entwurf dient sogar noch heute dem Hause als Geschäftsmarke — woraus erhellt, dass man durch unsre Zeitschrift selbst bei unaufmerksamem Gebrauch nie zu einem schlechten Künstler kommen kann!

Eine unmittelbare Förderung der Plakatkunst dürfen wir uns auch mit unserer Veranstaltung von Wettbewerben zuschreiben. Aus eigenen Mitteln und für eigene Zwecke haben wir 1912 den Wettbewerb für eine Verschlussmarke mit 250 Mark, 1914 für einen Umschlag des Münchner Heftes mit ebenfalls 250 Mark und 1915 die drei für einen Briefbogen, einen Textkopf und einen Zeitschriftumschlag mit 1000 Mark an Preisen ausgeschrieben, die im letzten Fall der Kriegsspende entnommen waren. Im Auftrage und auf Rechnung anderer haben wir 1907 ein Plakat für das Hohenzollern-Kunstgewerbehaus mit 1750 Mark, 1913 ein Warenzeichen „C. C. C.“ für die Carlton Cigarettes Company mit 750 Mark und 1915 ein Plakat für den Deutschen Luftflottenverein mit 1000 Mark an Preisen ausgeschrieben, von denen 200 Mark wieder von uns aus der Kriegsspende gegeben waren. Zusammen sind das acht Ausschreibungen mit 5000 Mark an Preisen. Ausser dem Wettbewerb für das Hohenzollern-Kunstgewerbehaus, der für alle deutschen Künstler offen war, waren alle andern auf unsere Mitglieder beschränkt, der für das Münchner Heft auf die dort lebenden. Mit Stolz konnten wir dabei feststellen, wie viele und wie tüchtige Künstler wir zu den unsern zählen dürfen, denn diese Beschränkung hat den Durchschnittswert der Einsendungen nur gehoben, — „die

WETTBEWERBE