

Œ

Œ

Œ

Œ

Œ

Œ

Œ

Œ

Œ



FRANK
15

Sächsische

31 4°

68

Landesbibl.

Œ * Œ * Œ * Œ * Œ * Œ

1 9 1 6 8

Das Plakat

Zeitschrift des Vereins der Plakatsfreunde
G. V.

wird von Dr. Hans Sachs, Berlin-Nikolaßsee, im
Auftrage des Vereins der Plakatsfreunde herausgegeben.

Der Jahresbeitrag

des Vereins der Plakatsfreunde beträgt einschließlich der kostenlosen
Zustellung der sechsmal im Jahre erscheinenden Zeitschrift 15 Mark
jährlich. Die im Laufe des Jahres eintretenden Mitglieder erhalten
die bereits erschienenen Hefte des laufenden Jahrganges der Zeit-
schrift nachgeliefert. Zur Anmeldung der Mitgliedschaft genügt
mündliche oder schriftliche Erklärung bei der Geschäftsstelle des
Vereins, Berlin-Charlottenburg 2, Joachimstaler Straße 1.

Nichtmitglieder

können „Das Plakat“ direkt vom Verlage Arthur Collignon,
Berlin W 62, Kurfürstenstraße 108, zum Preise von 20 Mark
jährlich oder 3,50 Mark für das einzelne Heft beziehen. //
Außereuropäische Mitglieder werden nicht mehr aufgenommen.
Sie können die Zeitschrift nur durch den Buchhandel beziehen. Alle
Zuschriften sind nur mit der Anschrift Verein der Plakatsfreunde G. V.,
Berlin-Charlottenburg 2, Joachimstaler Straße 1 zu versehen.
Alle Zahlungen sind an den Verein der Plakatsfreunde G. V.,
Berlin-Charlottenburg 2, Joachimstaler Straße 1 oder auf
das Postsparkonto Nr. 20928 Berlin NW 7 des Vereins
der Plakatsfreunde G. V., Charlottenburg 2, zu bewirken.

Handwritten text at the top of the page, possibly a title or header, including the word "COURT".



Handwritten text at the bottom of the page, possibly a signature or footer, including the word "BY".

J

a

w

w

a

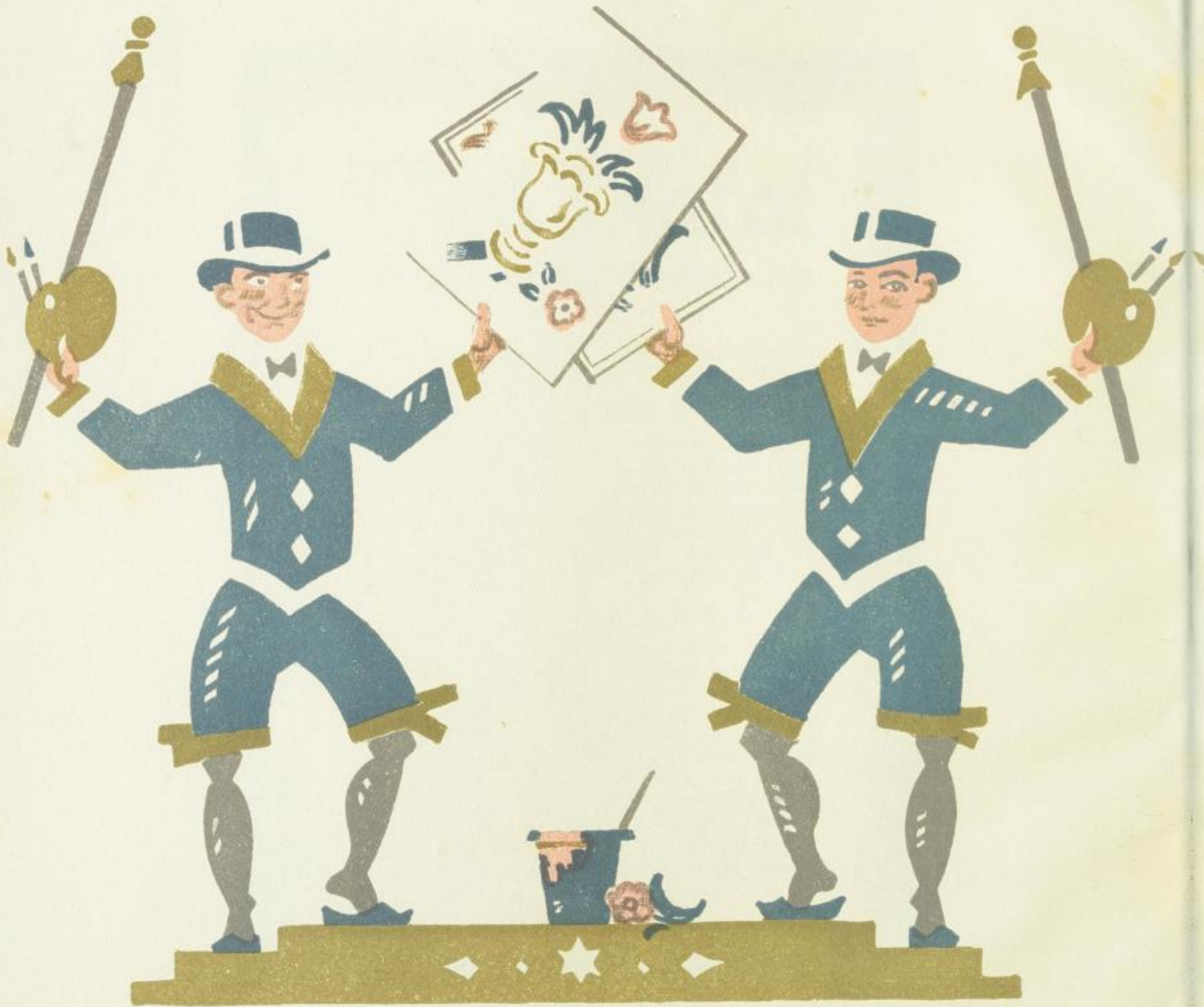
r

1

9

1

6



D

a

S

J

I

a

L

a

J



ZEITSCHRIFT DES VEREINS DER PLAKATFREUNDE·E·V·

7. JAHRGANG / HEFT 2 / MÄRZ 1916

DIE BEZUGSBEDINGUNGEN SIND AUF DER LETZTEN SEITE ANGEZEIGT.



VON * A D O L F * G * S C H N E C K

WENN wir annehmen wollen, dass die Malerei mit all ihren Anverwandten, auch in den letzt vergangenen Jahren, ihr Ziel klar vor Augen hatte, mit ihren Mitteln wirklicher Ausdruck der Zeit zu werden: Die Wege, die eingeschlagen wurden, so verschiedenartig sie waren, haben uns, gerade wegen dieser Verschiedenartigkeit, dem Ziele nicht besonders nahe gebracht. Daran ändern Ausnahmen nichts. Ein besonderes Hindernis für diese mangelnde Zielstrebigkeit sind vor allem diejenigen, die es für notwendig halten, für das Volk sorgend einzugreifen, die sich die Aufgabe stellen, die Kunst dem Volke geniessbar zu



ABBILDUNG 1

HUGO FRANK

ANZEIGE

machen nach besonderer Methode, mit Geduld und nach und nach. Sie wenden sich an die Künstler, den darnach Lechenden für schmackhafte Kost zu sorgen, und jede Wohnung des Gebildeten, der sich kein Original-Gemälde kaufen kann, ziert das warm empfohlene künstlerische Massenstück. Es hängt dauernd und ewig wie ein Haussegel. Die so zum Kunstgenuss Erzogenen haben natürlich auch das Bedürfnis zur Aussprache, man gründet die üblichen Vereine mit den entsprechenden Titeln, und mit dem Jahresbeitrag von zwei Mark tut man gleichzeitig etwas für die Kunst.

Ich will völlig davon absehen, welchen Erfolg diese ganze

Bewegung bei den Konsumenten hat, und welche Früchte die Kunst hungrigen ernten – die Malerei selbst erhielt jedenfalls dadurch keine Steigerung.

Die mit der Malerei so eng verbundene Gebrauchsgraphik, in die ich auch die Plakatkunst mit einbeziehe, hat mit der oben gekennzeichneten Bewegung eines gemein: Sie will nicht die Kunst und das Volk zusammenbringen

mit Methoden, Gesetzen und Paragraphen, sie übermittle aber der Kunst unsere Zeit, das ungeschminkte Volkstum. Sie bringt das ganze werktätige Leben an den Tag, schon aus den natürlichen Gründen ihrer eigentlichen Aufgabe, sie führt uns und aller Welt den starken wirtschaftlichen Aufschwung vor Augen mit allem, was dazu gehört, die grossen Industriewerke mit ihren feuerspeienden Hochöfen, die Ingenieurkunst in den Riesenwerften, die ungeheuren Produkte von Tausenden von Arbeitern, von der

grossmächtigen Turbinenanlage bis zum kleinsten Zünder, den Ausdruck unserer lebendigen tatkräftigen Zeit. Jene erzählt uns von den Erzeugnissen, die unser Volk hervorbringt, die es bei uns gibt, und die man sich zu kaufen hat, sie kündigt Ausstellungen an, ladet zu Vorstellungen ein und holt aus dem kleinsten Platz, indem man sie an ein altes Scheunentor hängt, die ge-

wünschten Beiträge für Luftflotten und dergl. heraus, sie sagt uns auch, was das Volk treibt, was es arbeitet, wie es sich unterhält.

Die Gebrauchsgraphik geht abweichend von der Kunst ihren eigenen Weg. Führt sie aber einerseits nur ein Scheinleben, wenn sie der Kunst, dem künstlerischen Empfinden den Rücken kehrt, so versetzt sie sich andererseits

den Todesstoss, wenn ihre Kunstauffassung keine Anpassungsfähigkeit aufkommen lässt. Da hilft kein falscher Ehrgeiz, hier müssen künstlerische Gefühle den Bedürfnissen der Zeit und der Menschen untergeordnet werden. Es sind vollständig neue Gesichtspunkte, von denen diese Kunst auszugehen hat, ohne dass die Grundsätze über künstlerische Qualität geändert würden. Trotzdem ich aus der Krone der deutschen Plakatkunst keine Perlen nehmen möchte, hat auch sie wie die Malerei nicht

Schritt halten können mit den gewaltigen Veränderungen unserer Zeit. Mag auch die obige Behauptung völlig zu Recht bestehen, dass die Plakatkunst untergeordnet sein müsse, so werden ihr doch die Ausdrucksmittel nur bedingt vorgeschrieben. Ungeschmälert seien die Verdienste eingestanden, die der Verein der Plakatkreunde für das Plakat schon geleistet hat, wie auch



die vielen Firmen, so Schuh & Co., Hollerbaum & Schmidt usw. Sie scheuten kein Mittel, der neuen deutschen Plakatkunst in organisatorisch und kaufmännisch vorbildlicher Art Brücken zu schlagen. Sie trugen gewiss zu einem grossen Teile dazu bei, dass das Heutige erreicht ist. Die Weiterentwicklung des glücklich Begonnenen, vor allem die scharfe Wahrung der künstlerischen Qualität,

liegt nun aber doch ganz bei den Künstlern. Dabei ist ihre nächste Aufgabe: den toten Punkt, die kahle Stelle, die hie und dort auftaucht, zu überwinden. Man beobachtet hier dieselben Anzeichen, wie s. Zt. beim

Kunstgewerbe, man greift scheinbar mit Bewusstsein, offenbar aber aus Schwäche, nach dem Alten zurück, nicht nach dem Alten, das man einst mit Recht verdonnerte und verdammte, nein nach dem ganz Alten, dem sich auch die Verdonnerten näherten. Die „Entdeckungen“, die man hier herausholt, werden ja

ausserordentlich geschickt verarbeitet, darin aber, dass man den so gut angefangenen neuen Weg wieder verlässt, um sich an dem „guten Alten“ erneut wieder festzuklammern, liegt doch ein Armutszeugnis! Warum scheut man sich, ebenso wie man rückwärts geht, nach vorwärts zu blicken?

Hier setzt Hugo Frank ein. Er ist ganz dazu angetan vorwärts zu gehen, im innersten Kosmopolit, auch in seinem Aeusseren, soweit die reine Figur in Frage kommt und ihm sein neuer Aufenthalt und seine Heimat Stuttgart praktische Bestätigung zulässt. Frank weiss, dass die Gebrauchsgraphik Modesache sein muss, dass man, um für die Mode zu arbeiten, auch seinen Sinn

darnach einzustellen hat. Es muss, um beweglich zu bleiben, einmal eine Ansicht, im Ernstfall einmalein Grundsatz geopfert werden, wenn sie alt und abgetragen sind. Wie hinkt beispielsweise heute der früher scheinbar allein seligmachende Grundsatz der Flächenwirkung! Wenn auf dem Plakat für eine Gewerbeausstellung, auf der Schlosser, Schreiner und was sonst noch alles vertreten sein wollen, und die gewissermassen ein Festtag ist für das gesamte Gewerbe, bei dem es sich im ge-

strichenen Glanze sehen lassen will, eine farbige Spintel mit weissen Lichtern flächewirkend auf einer dunkeln Wand steht, so ist dies trotz seiner Flächenwirkung trostlos fade, und kein Beschauer wird sich darunter etwas Gewerbliches oder sich sonst überhaupt etwas vorstellen können. Frank kümmert sich wenig um allgemeine Leitsätze, verzichtet auf die eigentliche



Flächenwirkung, schafft aber dafür Lebendigkeit. Man sieht in allen seinen Arbeiten, dass hier etwas los ist. Er weiss in seinen Plakaten etwas zu sagen, selbst im dekadentesten Bürschchen sitzt Ausdruck und Bewegung.

Der erste Eindruck, den man von seinen Arbeiten hat, ist der des durchaus Modernen, wie er selbst, – ich sehe ihn gar oft in seinen Zeichnungen konterfeit, – der elegante, korrekte junge Mann, dem selbst die samtne Landsturmhose respektvoll um die zierlichen Füsse wimpelt. Man kann ihm trotz aller Aehnlichkeit der Produkte keine Langweiligkeit vorwerfen, es scheint einem ja oft unmöglich, dass hier noch ein Plus kommen könnte, aber immer wieder findet er die Möglichkeit, uns aufs neue anzuziehen, und ich zweifle keinen Augenblick daran, dass Frank mit seinem gediegenen Wissen und Können und seiner gesunden Auffassungsgabe den Weg weiter finden wird. Als Sechzehnjähriger kam er primareif

direkt zur Kunstgewerbeschule. Er sollte Zeichenlehrer werden. Das damalige System der Ausbildung bestimmte ihn schon nach zwei Jahren, die Kunstgewerbeschule zu verlassen. In Leipzig hatte er Gelegenheit, sich eingehend mit der graphischen Praxis vertraut zu machen, er war auch dort schon der leicht bewegliche, frisch und frohe Hugo Frank. Auch sein längerer Aufenthalt am Gewerbe-

museum in Kaiserslautern machte ihn zu keinem Problematiker: er ging und lebte mit der Zeit, jede Regung und Bewegung sofort erfassend, was besonders bei einem in Stuttgart veranstalteten Wettbewerb über Grabinschriften bezeichnend zum Ausdruck kam. Er schafft keine Arbeiten, die man vor 100 Jahren ebensogut und besser gemacht haben würde, das Wort modern hat

bei ihm seine volle Berechtigung, er macht sich los von allem Unfreien und Eintönigen. Seine Arbeiten sind frei von allen Rücksichten, er ordnet alles der Form, dem Ausdruck, der Bewegung unter, oft unbekümmert um anatomische Möglichkeiten. Allerdings nicht immer mit dem gleichen Geschick. Ein solches neues Geschlecht, das sich Frank heranzieht, tut nicht überall mit derselben Selbstverständlichkeit mit. Für das Fehlen seines Halses, seines Handgelenkes oder gar der Verbindung zwischen Ober- und Unterkörper zeigt nicht jeder das richtige Verständnis, und der Meister ist sicherlich nicht immer entzückt,

wenn ihn ein solch widerspenstiger Geselle, dem er im Schweisse seines Angesichts, durch die denkbar möglichen Gelenkübungen gute Manieren beigebracht hat, früher oder später einmal auf der Strasse grüsst. Auch wird es ihm ein paar traurige Stunden bereiten, wenn er den Frack und den Zylinder, in die er einige wie hineingeboren hat, im zweifelhaften Glanze draussen im



**F R I S C H
U N D F R O H**

fühlt man sich in wenigen Tagen nach Gebrauch von „Belloc's Pustillen“ Sie befreien v. sämtl. Beschwerden des Magens und Darms. In jeder Apotheke erhältl.

ABBILDUNG 4 HUGO FRANK ANZEIGE

Vorstadt-Variété an undankbaren Burschen wiederfindet, auf deren Entstehung er nicht minder weniger Anstrengung verwendet hat. Es ist nicht leicht und gehört ein ordentlich Stück Kraft dazu, seine eigene Rasse zu deichseln und im Zaun und in den Grenzen zu halten, damit sie einem nicht über den Kopf wächst und blamiert. Aber Frank ist noch jung. Mit seinen

23 Jahren besitzt er doch schon den Weitblick, die Ausdrucksmittel künstlerisch immer weiter zu gestalten, Zugeständnisse so zu verarbeiten, dass sie ihm in seiner Kunst nichts schaden. Dadurch wird er sich wohl immer die wohlthuende Frische erhalten, die heute in seinen Arbeiten steckt. Man wird mir ohne weiteres glauben, dass Franks Arbeiten, die nach keinem Alltagsgeschmack zugespitzt sind, noch keinen grossen Kundenkreis erworben haben. Das mag zwar auch daran liegen, dass er trotz seines gesunden kaufmännischen Sinnes bis jetzt noch wenig Propaganda für sich gemacht hat, und dass er noch ein ganz bescheidenes

Atelirdasein führt und sein bisheriger Standort Stuttgart ist, nicht München oder Berlin.

In Stuttgart ist das Bedürfnis nach Plakaten nicht sehr gross, man ist auch in Friedenszeiten keinen Tag sicher, dass einmal ein gutes Plakat an den spärlich vorhandenen Plakatwänden hängt. Woran das liegt, weiss ich nicht. Der grosse Förderer und Freund des

Plakats, der Direktor des Stuttgarter Landesgewerbemuseums, lässt es an Anregung für die Verbraucher sicherlich nicht fehlen. Es mag hier, wie ich schon angedeutet habe, an der nötigen Propaganda der Künstler liegen. Jedenfalls ist die industriereiche Stadt und Umgegend für Franks künstlerisch-organisatorisches Talent nicht ungünstig, umsomehr, als er einen guten Namen als

Graphiker mitbringt, den er sich bei Preis-ausschreiben, wie für Ibach-Flügel, Wybert-Tabletten, Müller Extra, Pfaff Cabinet, Verein der Plakaffreunde usw. vorerst erworben hat. Aus letzterem ging ja auch der Umschlag dieses Heftes mit einem ersten Preise hervor. Franks Arbeiten sind mir mit vielen anderer Künstler ein Beweis dafür, dass auch bei der Gebrauchsgraphik ein Vorwärtsgen im Sinne unserer Zeit möglich ist, dem noch lange keine Schranken gesetzt sind.

Wenn in dieser grundsätzlichen Weise stets von den graphischen Künstlern weiter gearbeitet wird, stellt sich von selbst ein tieferes Erfassen heraus, das den künst-

lerischen Geist nie wird vermissen können. Die Malerei und die Gebrauchsgraphik nähern sich in den Ausdrucksmitteln, in den Zielen, eines hat dem andern etwas zu sagen, zu übermitteln. Die Fülle deutscher Arbeit mit ihren Erzeugnissen der Arbeiter, der Ingenieure, der Kaufleute bringen beide an den Tag, die eine werbend einfach und klar, die andere vertieft, durchdringend und bleibend.



ABBILDUNG 5

HUGO FRANK

ANZEIGE



EINE AUFFALLENDE
ERSCHEINUNG
ist es, daß viele Raucher
gegen die Folgen ihrer
Leidenschaft nichts tun
Schützen Sie sich durch
Wybert-Tabletten



FRANK
STUTTG.



I E D E S
Wintervernünftigen birgt Er
kältungsgefahr. Gegen
Husten, Heiserkeit, Keuchh.
schützen Wybert-Tabletten.



BEI WIND
und Regen schützt man
sich am besten vor Husten
Heiserkeit, Keuchh. durch
Wybert-Tabletten

Geb. Grumach
WOLL "WIRK" WEB "WAREN
HERSTELLUNG • GROSSHANDEL
Berlin • C 2

Unser Katalog: Der zuverlässige
Ratgeber für vorteilhaften Ein-
kauf. Zulassung kostenlos.



IM THEATER
Gibtes zum Schutz der
Stimme nichts Angeneh-
meres als eine Schachtel
Wybert-Tabletten

ABBILDUNG 6

HUGO FRANK

ANZEIGE

M a m m a r i
Cigaretten



KEIN
Mittel macht die Stim-
me so klar und aus-
dauernd zum Reden
als Wybert-Tabletten



ABBILDUNG 7

HUGO FRANK

ANZEIGE



EIN WERTVOLLER FUND
ist für jeden der Schutz vor
Husten, Heiserkeit, Keuchh.
nicht die erste Schachtel
Wybert-Tabletten.

HUGO FRANK / WERBEMARKEN

HUGO FRANK / WERBEMARKEN



DIE DAME

Das neue Märzheft



Hugo Frank: Wettbewerbsentwurf für einen Zeitschriften-Umschlag

Lithographie und Druck:
Kunstanstalt Emil Gerasch G. m. b. H., Leipzig.





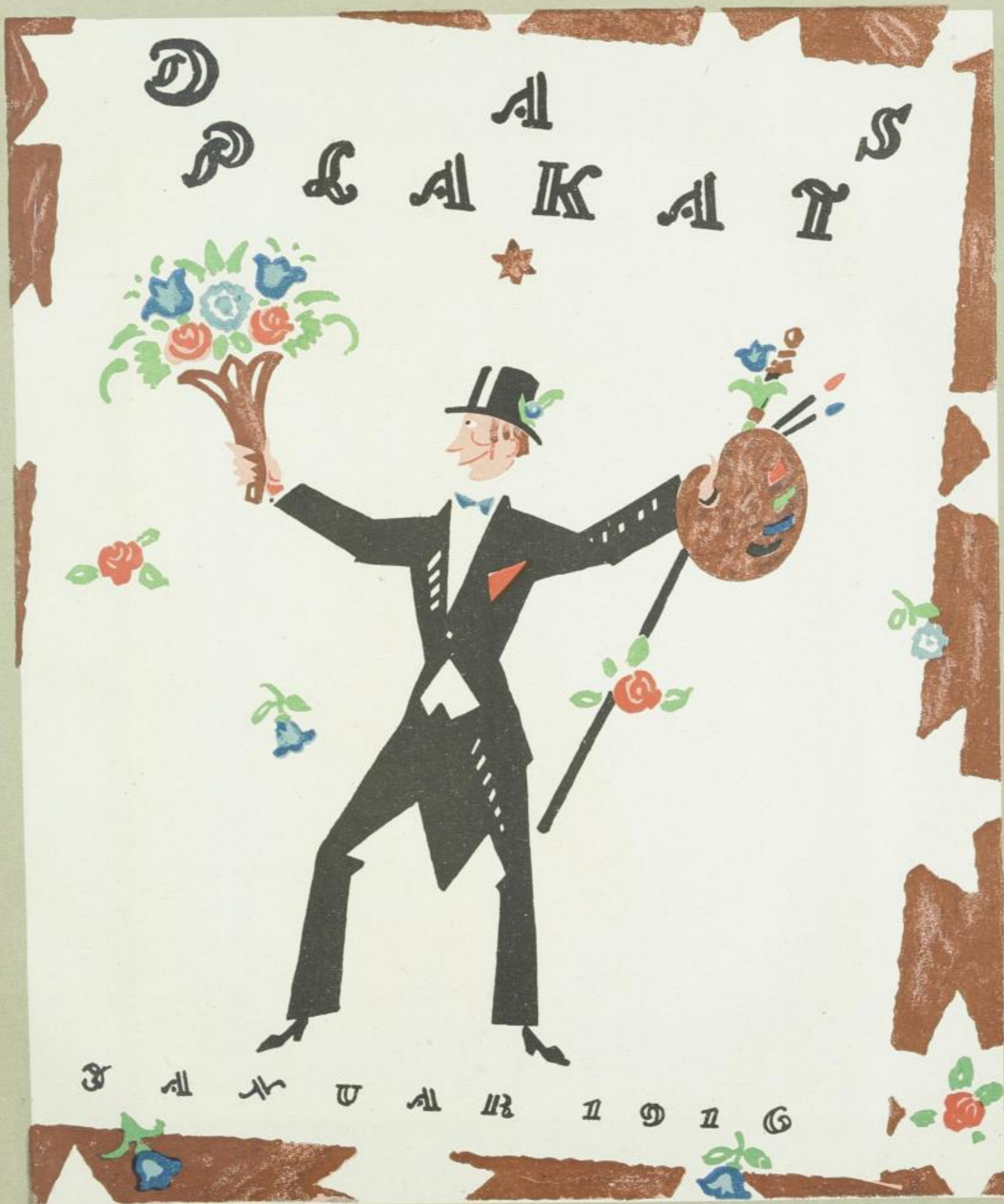
FRANK
15



Die Dame
Neues Heft

Huga Frank: Entwurf für einen Zeitschriftumschlag  Druck: Armbruster Söhne Graph. Anstalt Bern

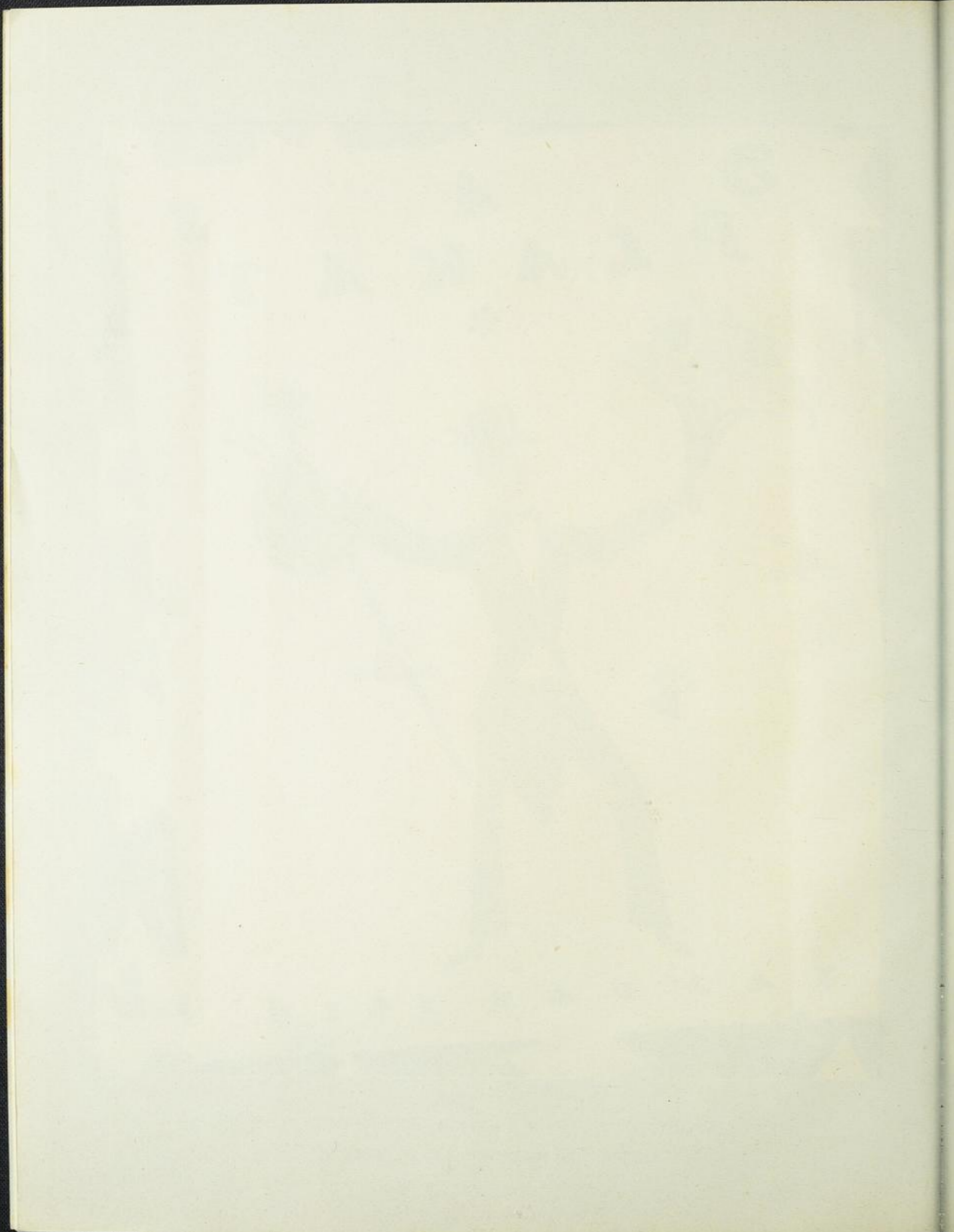




HUGO FRANK.

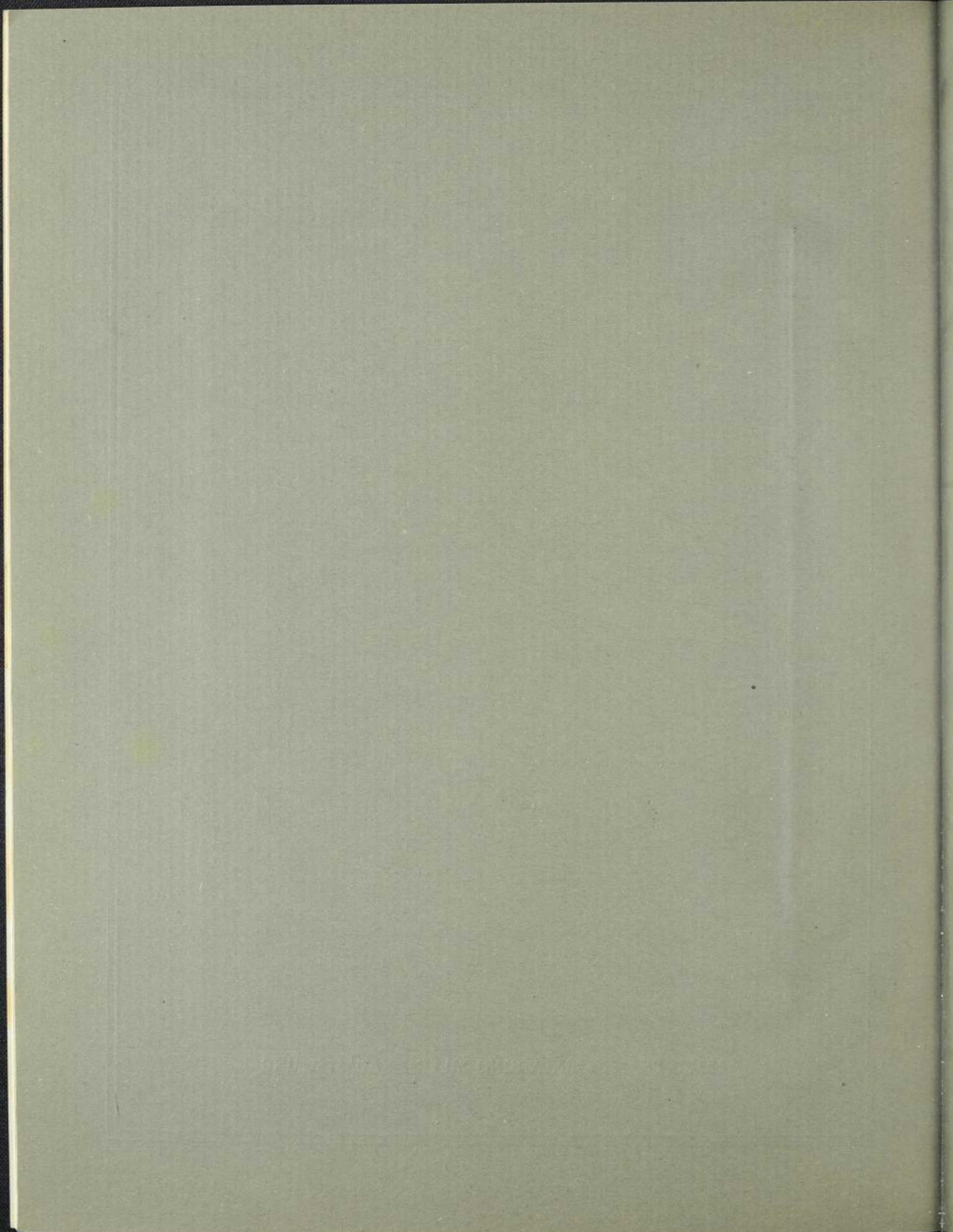
WETTBEWERBSENTWURF FÜR EINEN ZEITSCHRIFTENUMSCHLAG.

DRUCK VON FRIEDRICH KAISER, WIEN VI.





HUGO FRANK • EINLADUNG ZU EINER AUSSTELLUNG





AUF RICHTIGER FAHRT

Sind Sie beim Suchen nach einem Schutzmittel gegen Husten, Heiserkeit, Katarrh, wenn Sie nach Wybert-Tabletten greifen & Erhältlich in allen Apotheken und Drogerien. Preis der Originalschachtel 1 Mk.



WENN SIE

zur Reise Ihre Vorbereitungen treffen, vergessen Sie Wybert-Tabletten nicht. Vor Husten, Heiserkeit, Katarrh sind Sie dann geschützt & Erhältlich in allen Apotheken u. Drogerien. Preis der Originalschachtel 1 Mk.



EINE AUFFALLENDE ERSCHENUNG

Ist es, daß viele Raucher gegen die Folgen ihrer Leidenschaft nichts tun & Schützen Sie sich durch Wybert-Tabletten & Erhältlich in allen Apotheken und Drogerien. Preis der Originalschachtel 1 Mk.



TROTZ

Staub und heißer Luft arbeitet der Bergmann wacker weiter, denn er hat sich vorgenommen mit Wybert-Tabletten & Erhältlich in allen Apotheken und Drogerien. Preis der Originalschachtel 1 Mk.



**I B A C H
PIANOS**



TROTZ

Staub und heißer Luft arbeitet der Bergmann wacker weiter, denn er hat sich vorgenommen mit Wybert-Tabletten & Erhältlich in allen Apotheken u. Drogerien. Preis der Originalschachtel 1 Mk.



IM THEATER

oder im Konzertsaal gibt es zum Schutz der Stimme nichts Angenehmeres als eine Schachtel Wybert-Tabletten & Erhältlich in allen Apotheken und Drogerien. Preis der Originalschachtel 1 Mk.



NICHT HUSTEN

Schützen Sie sich vor Husten, Heiserkeit, Katarrh durch Wybert-Tabletten & Erhältlich in allen Apotheken u. Drogerien. Preis d. Originalschachtel 1 Mk.



EINER

sagt es dem andern. Wybert-Tabletten gebrauche ich täglich zum Schutze gegen Husten, Heiserkeit, Katarrh. Erhältlich in allen Apotheken u. Drogerien. Preis d. Originalschachtel 1 Mk.

PLAKATE VON PLAKATAUSSTELLUNGEN

VON DR. OTTO PELKA, LEIPZIG

WENN man sich nicht vor Gemeinplätzen hüten müsste, könnte man den folgenden Erörterungen als Leitwort voransetzen: Schuster tragen schlechte Stiefel. Erstaunt dürfte der Nichtkenner und auch der Fachmann, dem nicht eine grössere Menge von Unterlagen zur Hand sind, fragen: Sollte man denn nicht von vornherein als selbstverständliche Voraussetzung hinstellen dürfen, dass Ausstellungen von kaufmännischen Werbemitteln sich selbst die Grundforderung stellen, in der eigenen Ankündigung die denkbar wirkungsvollste Leistung vorzuführen? Weit gefehlt! Man kann ohne grobe Übertreibung behaupten, dass keine Art öffentlicher Ankündigung selbst in den letzten Jahren so rückständig und im allgemeinen verfehlt erscheint wie die Reklame für die Reklame, soweit sie sich auf Ausstellungen bezieht. Man muss erstaunen, wie wenig die Leitungen derartiger Veranstaltungen sich über die Notwendigkeiten einer mustergiltigen Reklame auf deren eigenstem Gebiet bewusst geworden sind. Nur in den wenigsten Fällen wird man vorbehaltlos zustimmen können, und dabei bleibt es fast ohne Belang, ob es sich um deutsche oder fremdländische Unternehmungen handelt.

Nun ist es zweifellos eine schwierigere Aufgabe für einen Plakatkünstler eine Plakatausstellung einwandfrei anzukündigen, als irgend einen anderen Zweig des kaufmännischen Werbeverfahrens. Immerhin muss man von einem Reklamekünstler erwarten, dass er Lösungen findet, die nicht allein nach der sachlichen Seite sich völlig eindeutig geben, sondern die auch künstlerisch genommen mit zureichenden Mitteln ihrer Aufgabe gerecht werden. Wenn im Folgenden nicht allein die Plakate für reine Plakatausstellungen besprochen werden, und auch die plakatmässigen Ankündigungen von Reklamausstellungen allgemeiner Natur herangezogen sind, geschah es darum, weil auch die letzteren in dem

gleichen Masse geeignet sind, die wesentlichen Bedingungen der Reklame für die Reklame erkennen zu lassen.

Bleiben wir zunächst bei den deutschen und den ihnen nahestehenden österreichischen Blättern. Die Entwicklung der deutschen Plakatkunst darf dabei als bekannt vorausgesetzt werden. Was dieser ganzen Reihe eigentümlich ist, ist ein merkwürdiges Schwanken des künstlerischen Ausdrucks, ein sichtbares Suchen nach einer die Idee erschöpfenden Form.

Der Zeit nach verteilen sich die Blätter, die den Sammlungen des Herausgebers entnommen sind, auf einen Raum von über zwanzig Jahren. Das wachsende Interesse nicht nur der grossen Öffentlichkeit, sondern auch das grösser werdende Verständnis des Verbrauchers in den letzten zehn Jahren machen es begreiflich, dass die Hauptmenge derartiger Fachausstellungen sich auf die letzten Jahre vor dem Kriege verteilt, ohne dass allerdings damit auch eine gleichzeitige Wertsteigerung der Ausstellungsplakate festgestellt werden könnte.

Mit einem für seine Zeit überraschend guten Blatt von Edmund Edel aus dem Jahre 1898 beginnt die Reihe (Abb. 1); sein grösster Vorzug besteht wohl in dem Erkennen der Wirkungskraft der Fläche, die nur in geringem Masse durch die detaillierte Zeichnung des Gesichts beeinträchtigt wird.

Zehn Jahre später, 1908, erscheint die Arbeit von Julius Klinger für den Verband Berliner Spezialgeschäfte, die als die beste Lösung allen ihren Nachfolgern bei weitem voransteht (Abb. 3), Flächenteilung, Schrift und Zeichnung aus einem Guss; wie witzig und doch nicht aufdringlich ist das Augenspiel des Fuchses herausgebracht! Im Verhältnis dazu fällt das Plakat für die Frankfurter Ausstellung desselben Künstlers vom Jahre 1913 merklich ab (Abb. 2), es ist nicht nur landläufig in der Flächenteilung, die etwas magere, wenn auch vornehme Schriftform und vor allem das mechanische Hineinstellen



einer Photographie schwächen die plakatmässige Wirkung sehr stark; allenfalls könnte man mit einer Verwendung als Umschlag einverstanden sein. – Von den übrigen Plakaten mit figürlichen Kompositionen erscheint das Blatt von Paul Neu mit dem Kauffahrteischiff als das am wenigsten gelungene (Abb. 4). Wie kann man eine durch und durch neuzeitliche Einrichtung, wie eine Ausstellung von „Kunst im Dienste des Kaufmanns“, unter einer solchen Flagge segeln lassen. Das ist gerade so harmlos, wenn auch nicht so abgeschmackt wie die Ankündigung der Ersten Propagandamarken-Ausstellung von 1912 mit dem in ein phantastisches Renaissancegewand gehüllten trommelnden Ausschreier, das in München (!), von Guido Jos. Brunner fabriziert, das Licht der Welt erblickte (Abb. 5). Wenig glücklich finde ich auch – (ich nicht! D. Herausg.) das Plakat des jüngst gefallenen Ernst Lübbert für eine Leipziger

Ausstellung 1913 mit den karikierten Typen eines Künstlers mit schlawinermässigem Haarschnitt und Hut und eines wohl einen modernen Kaufmann bedeu- stammt das nicht gerade sehr schöne Plakat, das die Abbildung 10 wiedergibt.

sollenden wohl genährten Herren, dessen Erscheinung allerdings mehr den Börsenschieber verkörpert (Abb. 6). Gegen die Flächenteilung wäre nichts einzuwenden; der Wechsel der Schriftart dagegen ist nicht begründet, und ausserdem wäre es wohl angebracht gewesen, die ausstellende Firma, da es sich um eine örtlich beschränkte Angelegenheit handelt, deutlicher hervorzuheben. Auch das letzte der rein figürlichen Plakate, eine Arbeit von Max Schwarzer für eine Ausstellung der Münchener Ortsgruppe des V. d. P. vom Jahre 1914 (Abb. 7), ist nicht derart, dass man von einem Treffer sprechen könnte.

Abgesehen von dem lehmigen Ton in den Hauptfarben blau und braun kann die Komposition selbst keinen Anspruch auf künstlerische Bedeutung zugestanden werden. Auch eine rein reklamehafte Wirkung dürfte kaum herausgekommen sein (auch hier bin ich ganz anderer Ansicht. D. Herausg.). Blätter mit symbolischen oder heraldischen Darstellungen sind in unserer Reihe nur zweimal vertreten; beide Male sind es Ankündigungen der Bremer Ortsgruppe unseres Vereins. Das Plakat von Willi Menz (Abb. 8) 1913 scheint mir glücklicher in der Erfindung als das von demselben entworfene für die Ausstellung 1914 (Abb. 9). Das Heldenschwert, das männiglich drei Papierbogen durchbohrt, und die an der Parierstange hängenden beiden Zettel mit der „Vereinstante“ und dem Bremer Vereinsstempel machen sich nicht glücklich.

Von Ludwig Hohlwein



ABBILDUNG 2 JULIUS KLINGER 1913 DRUCK: HOLLERBAUM & SCHMIDT / BERLIN



ABBILDUNG 3 JULIUS KLINGER 1908 DRUCK: HOLLERBAUM & SCHMIDT / BERLIN

höchster Zweck die Fixierung des gesprochenen Wortes ist, diesem ihrem Selbstzweck entzogen wird und zu ornamentalen Spielereien degradiert wird.

Es bleiben noch die drei reinen Schriftplakate mit ornamentaler Umrahmung oder Musterung des Grundes, denen man abgesehen von der etwas bretzelhaften Aufmachung des Bernhardschen Blattes (Abb. 11) Nachteiliges kaum wird nachsagen können. Die beiden Wiener Blätter von Harlfinger aus dem Jahre 1913 muss ich, entgegen dem milden Urteil von Pazaurek (vgl. Juliheft Jg. 1914), ablehnen (Abb. 13 u. 14). Es hiesse in diesem Falle sich damit einverstanden erklären, dass die Schrift, deren

In bewusstem Gegensatz zu den Plakaten, die aus germanischen Ländern stammen und einen gemeinsamen germanischen Grundzug haben, stehen die aus romanischen Ländern herrührenden. Ihnen allen eigentümlich ist die Neigung, sich malerisch zu geben im Gegensatz zu den Bemühungen um einen sachlichen Ausdruck in den deutschen und österreichischen Werken, zu denen dann noch die wenigen vorhandenen Blätter dänischer, holländischer und schweizerischer Herkunft sich gesellen, an denen man aber ruhig vorübergehen kann (Abb.



ABBILDUNG 4
PAUL NEU 1910

DRUCK: VEREINIGTE DRUCKEREIEN
UND KUNSTANSTALTEN / MÜNCHEN

1898 (Abb. 18) können nach unserer heutigen Auffassung nicht als eigentliche Plakate angesprochen werden. Ihre Absicht geht anscheinend dahin, durch eine Fülle von Einzelheiten – manchmal burlesker Natur – die Aufmerksamkeit des Beschauers zur Neugierde zu steigern, um so auf indirektem Wege zu dem Endziele zu gelangen das sachliche Interesse zu erwecken.

Die andere Gruppe, und dazu gehören Arbeiten, wie die von H. Thiriet 1896

(Abb. 20), A. Demeure de Beaumont 1896 (Abb. 28), Louis J. Rhead 1897 (Abb. 29), Peské 1897 (Abb. 23)



ABBILDUNG 5
GUIDO JOS.
BRUNNER 1912

DRUCK:
HUBERT KÖHLER,
MÜNCHEN

15–17); denn sie zeigen, abgesehen von der hübschen Arbeit von Vald Andersen (Kopenhagen 1910), keine Bereicherung der Plakatkunst.

Die französischen Plakate und Ankündigungen von Reklame-Zeitschriften lassen deutlich zwei Strömungen erkennen. Blätter, wie die von Jules Pequinot 1889 (Abbildung 21), Jules Adeline 1895 (Abb. 22) und Bonnard



ABBILDUNG 6
ERNST LÜBBERT 1913

DRUCK: ERNST
MARX / BERLIN



ABBILDUNG 7
MAX SCHWARZER 1914

DRUCK: VEREINIGTE DRUCKEREIEN
UND KUNSTANSTALTEN / MÜNCHEN



ABBILDUNG 8
WILLI MENZ 1913

DRUCK: WILHELM
JÖNTZEN / BREMEN



ABBILDUNG 9
WILLI MENZ 1914

DRUCK: H. BOESKING
& CIE. / BREMEN



ABBILDUNG 10
LUDWIG HOHLWEIN 1913

DRUCK: VEREINIGTE DRUCKEREIEN
UND KUNSTANSTALTEN / MÜNCHEN



ABBILDUNG 11 DRUCK: HOLLERBAUM
LUCIAN BERNHARD 1907 & SCHMIDT / BERLIN



ABBILDUNG 13 DRUCK:
HARLFINGER 1913 A. BERGER / WIEN

und E. Giran 1897 (Abb. 30) gehört der Geschmacksrichtung an, die in dieser Zeit auch bei uns herrschte und von deren süßlicher, kitschiger Pose wir uns mit Mühe seit Beginn des Jahrhunderts frei zu machen bestrebt waren. Es ist bezeichnend für die französische Auffassung von den Aufgaben der Plakatkunst und für die Wahl der Reizmittel, mit denen man die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit ködern zu müssen glaubte, dass keine einzige dieser Anzeigen auf eine Vertreterin des schwachen Geschlechts in mehr oder weniger Enthüllung verzichten kann. Das übelste Blatt ist wohl das von Demeure de Beaumont für die 1896er Ausstellung in Toulouse mit dem halbenkleideten Mädchen, das sich mit der einen Hand in das aufgelöste Haar greift und vor Verzweiflung den kleinen Finger seiner Rechten in den Mund gesteckt hat. Ohne Beischrift wäre ebensowenig der Plakattierzweck zu erraten wie auf der



ABBILDUNG 12 DRUCK: HOLLERBAUM
LUCIAN BERNHARD 1913 & SCHMIDT / BERLIN



ABBILDUNG 14 DRUCK:
HARLFINGER 1913 A. BERGER / WIEN



ABBILDUNG 15
VALD ANDERSEN 1910

DRUCK:
SOPHUS KRUCKOW
KOPENHAGEN



ABBILDUNG 16
J. PROPER 1914

DRUCK:
A. B. COPPENS
ROTTERDAM



ABBILDUNG 17
J. COURVOISIER 1913

DRUCK:
SONOR / GENÈVE



ABBILDUNG 18
P. BONNARD 1898

DRUCKER
UNBEKANNT



ABBILDUNG 19 / UTRILLO 1897



ABBILDUNG 20
HENRI THIRIET 1896

DRUCK:
BOURGERIE & CIE / PARIS

DRUCK: UTRILLO & RIALP / BARCELONA



ABBILDUNG 21

JULES PEQUINOT FILS 1889

Anzeige von J. Peské mit den beiden sich an einem Flussufer räkellenden Frauen in Rückansicht. – Gleich sinn- und stillos ist die Geschäftsanzeige der Firma Utrillo & Rialp in Barcelona von A. Utrillo 1897 (Abb. 19), gut aber, wie stets, das von Toulouse-Lautrec (Abb. 25).

Eine Klasse für sich bilden die aus ungefähr der gleichen Zeit stammenden Plakate von Reklame- und Kunstzeitschriften - Ausstellungen amerikanischer Herkunft. Zum Teil – wie die Anzeigen von J. B. Cox 1895 (Abb. 27) und E. B. Bird 1895 (Abb. 31) ahmen sie die Holzschnittechnik von Buchillustrationen nach, ohne im Gegenständlichen auf Beziehungen zum Aus-

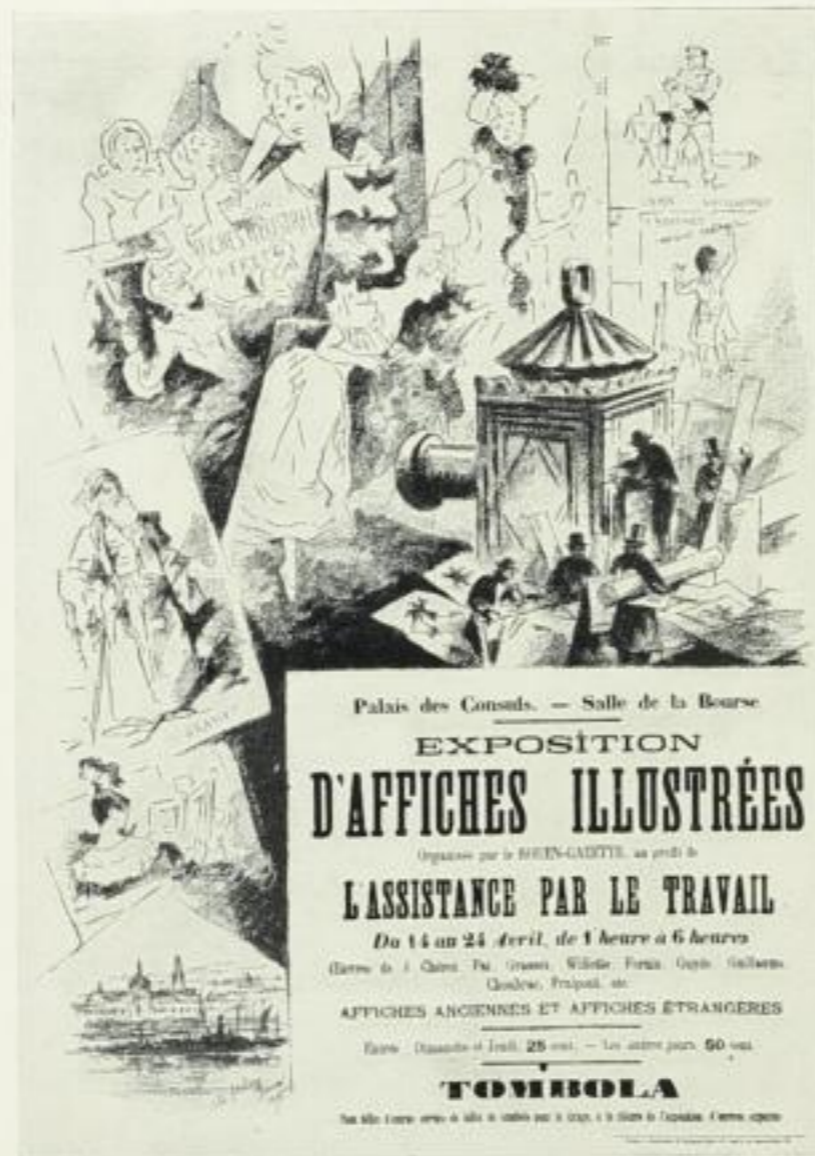


ABBILDUNG 22

JULES ADELINÉ 1895

stellungsgegenstände Wert zu legen. Stellenweise sind vielleicht französische Einflüsse oder deutsche und englische merkbar geworden – W. Brown 1896 (Abb. 33), J. Hassall 1898 (Abb. 26), S. R. Burleigh 1895 (Abb. 32), Claude Fayette Bragdon 1914 (Abb. 24) –.

Auffallend rückständig erscheint die letztgenannte Arbeit, wenn man vergleichsweise die gleichzeitigen deutschen Arbeiten heranzieht.

Dieser kurze Überblick ist insofern lehrreich, als er erwiesen hat, dass, naturgemäss unter Berücksichtigung der Zeitfolge, die deutsche Plakatkunst keineswegs in diesem Sonderfalle das geleistet hat, was man von der künstle-

rischen Gestaltungskraft ihrer Meister hätte berechtigterweise erwarten dürfen. Auf der andern Seite, aber vorzüglich unter den nordamerikanischen und unter den aus romanischen Ländern her-

rührenden Plakaten, ist kaum eines zu finden, das sich bemüht, dem Problem der Angleichung von Form und Zweck nachzugehen.



ABBILDUNG 23
J. PESKE 1897

DRUCK: GERIN,
DIJOU & CIE. / PARIS



ABBILDUNG 24
CLAUDE FAYETTE BRAGDON 1914

DRUCKER
UNBEKANNT



ABBILDUNG 25
H. DE TOULOUSE-
LAUTREC 1896

DRUCK:
BOURGERIE & CIE.
PARIS



ABBILDUNG 26

JOHN HASSALL 1898



ABBILDUNG 27

J. B. COX 1895

Oct. 1895



ABBILDUNG 28
A. DEMEURE DE
BEAUMONT 1896



DRUCK HAILLE /
TOULOUSE / ABBILDUNG 29
LOUIS J. RHEAD 1897



DRUCK: ABBILDUNG 30
CHAIX / PARIS E. GIRAN 1897
DRUCKER UNBEKANT



ABBILDUNG 31
E. B. BIRD 1895

DRUCK: THE SUFFOLK
ENGR. CIE. / BOSTON



ABBILDUNG 32
S. R. BURLEIGH 1895

DRUCK:
PROVIDENCE LITH. Cte.



ABBILDUNG 33
WINGO BROWN 1896

DRUCK:
PARSONS
RICHMOND VIRG.

ERNST LÜBBERT †

WIEDER Einen hat dieser grausige Krieg hinweggefegt, wieder Einen, um den es gleich schade ist, als Mensch, wie als Künstler. Als Mensch, weil sein heiteres Gemüt, sein sonniges Wesen, seine ruhige Beschaulichkeit hineinblicken liess in ein Leben voll Zufriedenheit und Herzensgüte, voll Dankbarkeit für all das, was der liebe Herrgott Schönes geschaffen hat. Als Künstler, weil ein geniales Können ihn befähigte, wiederzugeben, was sein schönheitsfrohes Gemüt durstig in sich aufnahm, erlebt, erliebt, erträumt hatte. — Ein Träumer —, ein lebenswürdiger Plauderer, dessen lächelnder Sarkasmus den scharfen Beobachter offenbarte, der es verstand, Erhabenes und Lächerliches, Märchen und Wirklichkeit auf die Leinwand zu bringen. Seine Fantasie schuf Fabelwesen symbolischer, klassischer Art, belebte virtuos seine Bilder mit ihrer täppischen Grandezza, liess sie, wie Marionetten, in übermütiger Laune bald schmachkende Liebhaber, bald Lustmolche von schillernder Erotik mimen, und lachte sich ins Fäustchen, wenn es ihm gelang, uns eins auszuwischen und unsere menschlichen Schwächen „bengalisch“ zu beleuchten. Dieses feine Verständnis für menschliche Kleinheit, diese Fähigkeit, Ursprüngliches zu erschauen, liess Lübbert auch seine Bauerngestalten schaffen, Bauern von echtem Schrot und Korn, mit eisernem Schädel, doch weichem Gemüt, mit dem Hang am Ererbten, an der Scholle, der Liebe für ihre Heimat, für die Natur und alles Schöne darin. Bauern sind es, echte brave Bauerngestalten, liebe grosse Kinder, wie Ernst Lübbert selbst eines war. Lübbert war Mecklenburger, im Jahre 1879 wurde er in Waren geboren. Schon auf dem Gymnasium erkannte man seine aussergewöhnliche Begabung und schickte ihn auf die Berliner Kunstakademie. Auch hier fand sein ursprüngliches Talent allgemeine Anerkennung, und seine Lehrer, Professor Schlabitz und Schäfer, Professor Scheurenberg, Max Koner und Kallmorgen verhalfen ihm zu Stipendien, und auch der Grossherzog von Mecklenburg stellte seinem Landeskinde Mittel aus seiner Schatulle zur Verfügung, um dem jungen Meisterschüler die richtigen Wege zu ebnen und keinen Schatten auf seinen Sonnenpfad fallen zu lassen.

Neun Jahre studierte Lübbert, dann diente er sein Jahr ab und wurde mit der Befähigung zum Offiziersdienst entlassen. In den letzten Studienjahren wandte sich Lübbert mit lebhaftem Interesse der Illustration zu. Dies Gebiet lag ihm besonders gut, und wir alle wissen aus seinen originellen Illustrationen, die uns aus der „Berliner Illustrierten“, der „Deutschen Illustrierten“, dem „Universum“, dem „Ulke“ und anderen Blättern bekannt sind, dass wir es mit einem echten Humoristen zu tun hatten, der es verstand, uns manche frohe Stunde zu bereiten. Freude aber machten uns vor allem seine Bilder. Ein goldig warmer Hauch lag über allen seinen Arbeiten; jener feine koloristische Reiz, der aus der Kenntnis der Natur heraus und dem Geniessen ihrer Schönheiten erstand. Studienreisen nach Dalmatien, Montenegro, Italien, Schottland und Paris (noch kurz vor dem Kriege)

liessen seine künstlerische Persönlichkeit zur vollsten Blüte reifen.

Auf jeder Kunstschau war er ein gern gesehener Gast, und seine Arbeiten waren stets unter den zuerst gekauften. So erwarb ein Berliner Museum schon vor Jahren das Bild „Der verkannte Dichter“: Der wehmütige Humor des Weltschmerzlers, die feinen farblichen Reize dieses Werkes fanden so schnelle Anerkennung. Auch im Schweriner Museum hängt eines seiner Bilder „Das Dorfidyll“ und sein letztes Ge-

mälde, das direkt auf dem Kriegsschauplatz entstanden ist: „Der Posten in Polen am Ostersonntag“ erwarb die Stadt Charlottenburg und ehrte so am würdigsten das Andenken ihres Bürgers, denn Lübbert wohnte in den letzten Jahren in Charlottenburg. Auch seine Entwürfe für Reklamezwecke, insbesondere seine Plakate, zeigen, dass er sich auf diesem Gebiet mit seinem sicheren Kompositionstalent und gutem Geschmack zurechtfand. Lag ihm dies Gebiet auch nicht ganz so, wie das der freien Kunst — denn kaufmännische Notwendigkeiten und manchmal kleinlicher Eigensinn von seiten der Auftraggeber hemmten sein freies künstlerisches Wollen — so finden wir doch darunter einige ausgezeichnete Blätter, die Takt und Beherrschung in Form und Farbe zeigen.



D A S P L A K A T

Der Marx'sche Verlag, der Lübberts Plakate wohl sämtlich druckte, verdankt zumeist seinen „meteorischen“ Aufstieg Lübbert's Ideenreichtum und trauert mit uns um einen prächtigen Menschen und treuen Mitarbeiter –

Noch kurze Zeit vor Kriegsbeginn haben wir beide zusammen eine Serie Plakate gemalt, und weiss Gott, es ist uns nicht dabei der Gedanke gekommen, dass dies unser letztes gemeinschaftliches Werk sein sollte.

Der Krieg kam, und die Pflicht rief. Lübbert, der auch im Felde überall Beliebte, wurde schnell befördert;

über ein Jahr lang wachte sein guter Stern über ihm, und mit welcher Freude kündete er mir noch Mitte August seinen kurzen Heimatsurlaub an. Unmittelbar darauf zur Front zurückgekehrt, am 29. August d. J. nach einem siegreichen Sturmangriff auf Lipsk vor Grodno, als er seine Kompagnie in Deckung bringen wollte, fiel er als Leutnant auf dem Felde der Ehre, geschmückt mit dem eisernen Kreuz und dem mecklenburgischen Verdienstkreuz. Wir wollen ihn nicht vergessen, denn er war ein gerader aufrichtiger Mensch, wie es deren wenige gibt!

Martin Jacoby-Boy, Berlin.



ABBILDUNG 1 / PLAKAT

ERNST LÜBBERT

DRUCK: ERNST MARX, BERLIN





Einlasskarten 6 Mk.
 Bote & Bock, A.Wertheim,
 Invalidendank, U.d.Linden 24,
 Eispalast und Ballbureau:
 W. 30, Luitpoldstr. 32, part.



**Pegasus
auf dem Eise**

ERNST LÜBBERT

Ballfest Journalisten-u. Schriftsteller-Verein Urheberschutz
 Sonnabend d. 7. Dezember i. Eispalast, Lutherstr. 22-24



ERNST LÜBBERT

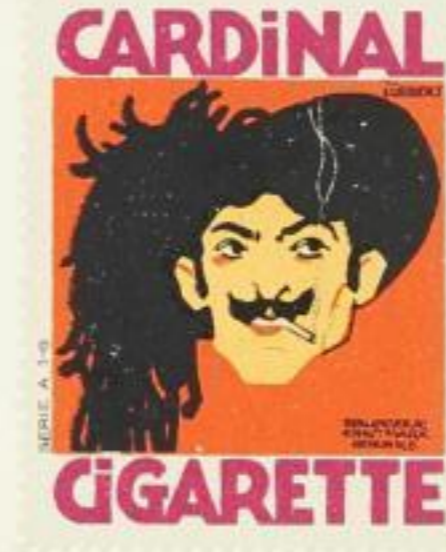
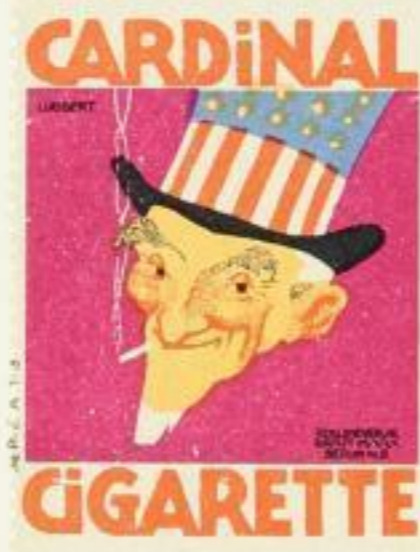
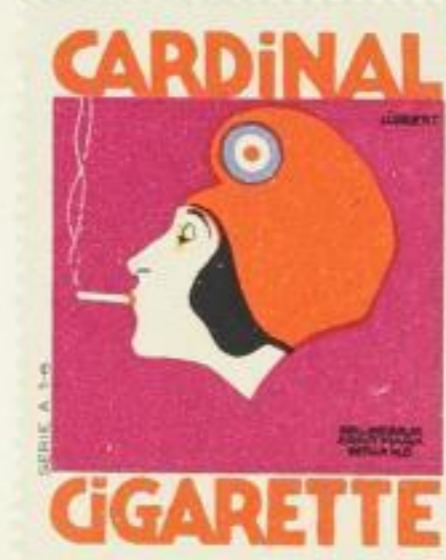
TOLSTOI

*** Gastspiel ***
 Kayssler-Feldner

Und das Licht scheint
 in der Finsternis







WERBEMARKEN

ERNST LÜBBERT

DRUCK: ERNST MARX, BERLIN

PLAKATE VON ERNST LÜBBERT †

DRUCK: REKLAMEVERLAG ERNST MARX / BERLIN

- 1911 Berliner Künstler-Bund I / Warenhaus Greifenhagen / Noack-Hutplakat / Cardinal-Zigaretten / Joseffi-Zigaretten
- 1912 Berliner Künstler-Bund II / Odeon-Sprechmaschinen / Tolstoi-Plakat / Menzenhauer-Gitarre / Ballfest Pegasus

- 1912 Märkische Milchproduzenten / Sanogres-Kocher /
- 1913 Gas-Glühlicht / Gas-Ausstellung / Odeon-Palast / Eispalast / Weidenhof / Künstler & Kaufmann
- 1914 Cardinal Schnupf-Tabak /

Walther Koch-Davos †

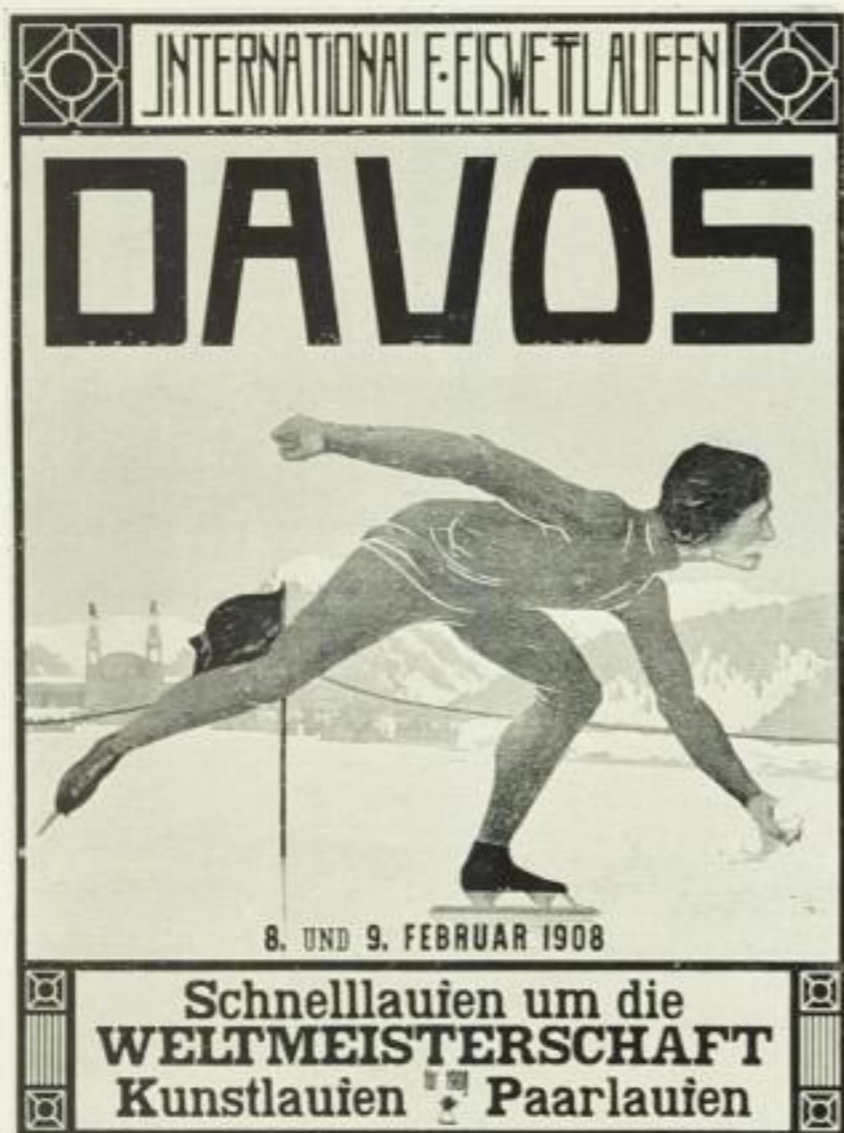


ABBILDUNG 1
WALTHER KOCH / PLAKAT

DRUCK: J. E. WOLFENS-
BERGER / ZÜRICH

DER Krieg hat die Gemeinsamkeiten von Sprache und Rasse völlig zurücktreten lassen hinter den Alles beherrschenden Interessen der politischen Einheiten. So ist es zu verstehen, dass durch ihre nationale Sonderstellung die deutschen Stämme der Nord- und Zentralschweiz von ihren wesensverwandten Volkstämmen im Deutschen Reich und in Oesterreich getrennt wurden und dass ihnen, so lange der Krieg dauert, ihre romanischen Mitleidgenossen näher stehen, als ihre Kulturgenossen jenseits der Grenze. Das ist das Gesetz des Krieges. Im Frieden war es anders, und es wird wieder anders werden, sobald wieder Friede herrscht. Der Friede lässt die nationale Zusammengehörigkeit zu einer mehr äusserlichen Interessengemeinschaft herabsinken und kräftigt andererseits das Gefühl der innern Gemeinschaft der Rasse, der Sprache, der Kultur. Ein Zeuge dieser kulturellen Zusammengehörigkeit und innern Verwandtschaft der Stämme des deutschen Sprachkreises ist Walther Koch gewesen. Es ist besonders schmerzlich, dass wir ihn gerade während der Kriegszeit verlieren mussten, wo jedes kulturelle Bindeglied zwischen den Nationen doppelten Wert besitzt. Sein

Lebenslauf und seine Werke zeigen in ihrem individuellen Gepräge die Elemente seiner ursprünglichen Heimat, Niederdeutschlands und seines letzten Wohnsitzes in den Graubündner Bergen in harmonischer Vereinigung. Walther Koch wurde am 14. April 1875 in Ottensen bei Altona geboren. Von seinem Vater, dem Landschaftsmaler Rudolph Wilhelm Koch erbte er die Neigung zu seinem Beruf, insbesondere auch zur kunstgewerblichen Betätigung. Seine Schulausbildung erhielt er in Hamburg, zuletzt als Schüler der Kunstgewerbeschule. 1893–1896 studierte er an der Akademie in Berlin bei Professor Böse, kehrte aber wieder zu seiner Tätigkeit als Kunstgewerbler zurück. Es schien selbstverständlich, dass er nun, wo das Interesse an der neuen Auffassung in der Graphik und im Kunstgewerbe Deutschlands ständig zunahm, in Berlin oder in München auf diesem Gebiete eine Rolle spielen werde. Aber es kam anders. Er musste vorläufig diese Hoffnungen begraben und sich nach Davos zurückziehen, um Heilung für seine an-



ABBILDUNG 2
WALTHER KOCH / PLAKAT

DRUCK: J. E. WOLFENS-
BERGER / ZÜRICH

gegriffene Lunge zu suchen. Das war 1898. Und dieser erste zwangsweise Aufenthalt in Davos wurde der Anlass zu seiner endgiltigen Uebersiedelung in die Schweiz. Die engen Verhältnisse seiner neuen Heimat, das Misstrauen, das den „Fremden“, der sich gern ausschliessen möchte, zunächst empfängt, mögen ihn anfangs wohl hin und wieder bedrückt haben. Dafür lernte er die Bündner Berglandschaft um so inniger lieben, und bald war er in Davos und in Zürich kein Fremder mehr, sondern ein willkommener Mitarbeiter. Nun kam ihm seine dekorative Schulung, die er in Deutschland empfangen hatte, zu gute. Er wurde nun zum Pionier der deutschen Werkkunstbestrebungen in der Schweiz. Als grösste Aufgabe fiel ihm der Bau eines Waldsanatoriums für seinen Landsmann Prof. Dr. Jessen zu. Neben den Arbeiten baulichen und kunstgewerblichen Charakters war Koch stets als Landschaftsmaler tätig. Hatte er früher der Lüneburger Haide ihre Reize abgelauscht, so vertiefte er sich jetzt in die gewaltigen Stimmungen der ihn umgebenden Gebirgswelt. Und nicht allein die Landschaft wurde ihm Vorbild und Anregung, sondern auch die Vertreter der schweizerischen



ABBILDUNG 3
WALTHER KOCH / PLAKAT

DRUCK: J. E. WOLFENS-
BERGER / ZÜRICH



ABBILDUNG 4
WALTHER KOCH / PLAKAT

DRUCK: GEBR.
FRETZ / ZÜRICH

Landschaftsmalerei, allen voran Hodler. Hodler hatte das Erbe Segantinis aufgenommen, das Problem, das jener nur zum Teil gelöst hatte, erweitert und vertieft: Er hat die Alpen in ihren eigentümlichen atmosphärischen Schärfe und Klarheit, in dem jedem Gipfel besonderen Rhythmus der Zacken und Höcker wiedergegeben. Er hat durch die Betonung des Umrisses ein stark dekoratives Element in die Alpenmalerei hineingetragen, hat das Zauberstück fertig gebracht, uns auf kleiner Fläche mit den einfachsten Mitteln erschauern zu lassen vor abgrundtiefen Felsschluchten und himmelhohen Eiswänden. Alles mit unerhörter Suggestionskraft, die es selbstverständlich erscheinen lässt, dass nun Alles, was seit Hodler an Alpenmalerei geschaffen worden ist, Hodlers Spuren trägt. Keiner konnte sich diesem Einfluss ganz entziehen: Boss, Cardinaux, Stiefel, Senn, Mangold, um nur die bekanntesten zu nennen. Auch Koch muss, soweit er als Alpen-Landschafter in Betracht kommt, unter Hodlers Schülerschaft gerechnet werden. Er empfing nun die Anregungen, die er auf dem Gebiete des Kunstgewerbes gegeben hatte, auf dem Gebiete der Alpenmalerei zurück. Das war seine Vermittlerrolle zwischen deutscher und schweizerischer Kunst.

Die Landschaftsmalerei ist von Koch immer selbständiger und persönlicher aufgefasst worden. Die Einflüsse der



ABBILDUNG 5
WALTHER KOCH / PLAKAT

DRUCK: J. E. WOLFENS-
BERGER / ZÜRICH

Worpsweder und später der Schweizer Schule verschwanden nach und nach und liessen das lyrische Temperament des Künstlers und seine Liebe und Sorgfalt, mit welcher er Natureindrücke aufnahm und wiedergab, immer reiner hervortreten. Da fand Koch seine eigenartigste, vielleicht auch stärkste Begabung. Das zeigen insbesondere seine letzten Rheinlandschaften und Hochgebirgsbilder.

Der Verkehrsverein von Davos übertrug Koch die schöne Aufgabe, auf der Schweizerischen Landesausstellung in Bern 1914 ein Ausstellungsgebäude für das Davoser Kurwesen zu entwerfen und auszustatten. Hier konnte er noch einmal von seiner dekorativen Begabung in Verbindung mit seiner Landschaftsmalerei und Plakatkunst Zeugnis ablegen. Und es wurde ihm auch ein äusserer Erfolg: Das Davoserhaus erhielt den grossen Ausstellungspreis. Mitten in neuen Arbeiten und Räumen ist er vom Tode ereilt worden. Walther Koch starb am 30. Juni 1915 in Zürich.

Als Plakatmaler zeigt sich Koch ganz als Schweizer. Die rein figürliche Anordnung ohne jedes ornamentale Beiwerk ausser der Schrift entspricht völlig der von Cardinaux und Mangold geübten Praxis. (Abb. 2, 4, 8.) Und wo er ornamental wirken will, ist er von einer – man kann nicht anders sagen – echt schweizerischen

Nüchternheit. Es ist auch bemerkenswert, dass die Aufträge für Plakate und Druckausstattungen fast ausschliesslich aus der Schweiz kamen. Insbesondere für die Verkehrsvereine Graubündens hat Koch viel gearbeitet und hat volle Anerkennung gefunden. Daneben ist er einer der Künstler gewesen, die von der Zürcher Firma Wolfensberger für ihre Plakate herangezogen wurden. Und wer die schweizerischen Verhältnisse kennt, weiss, dass diese graphische Anstalt zugleich ein künstlerisches Programm bedeutet. In dieser Weise ist Koch auch in der Schweiz heimatberechtigt geworden, obwohl er bis zuletzt in Aussehen und Sprache unverkennbar seiner angeborenen Heimat treugeblieben ist. Es ist eine merkwürdige Uebereinstimmung von Malerschicksalen, dass gerade in Graubünden die verschiedensten fremden Künstler ihren Wohnsitz aufschlugen und sich ganz dem Erlebnis der bündnerischen Alpenlandschaft hingeben: Segantini, der Welsch-Oesterreicher, Erler-Samaden aus München, Koch-Davos der Niederdeutsche. Und der ganz eigenartige Hochgebirgscharakter Graubündens formt und zwingt die verschiedensten Maler-temperamente zu gemeinsamen Aeusserungen, nicht allein was den Gegenstand betrifft, sondern auch die Maltechnik. Und nun hat auch Segantinis Schicksal sich an Walther Koch erfüllt. Dr. Rudolf Bernoulli, Berlin.



ABBILDUNG 6
WALTHER KOCH / PLAKAT

DRUCK: J. E. WOLFENS-
BERGER / ZÜRICH



ABBILDUNG 7
WALTHER KOCH / PLAKAT

DRUCK: J. E. WOLFENS-
BERGER / ZÜRICH



ABBILDUNG 8
WALTHER KOCH / PLAKAT

DRUCK: J. E. WOLFENS-
BERGER / ZÜRICH



ABBILDUNG 9
WALTHER KOCH / PLAKAT

DRUCK: GEBR.
FRETZ / ZÜRICH



ABBILDUNG 10
WALTHER KOCH / PLAKAT

DRUCK: J. E. WOLFENS-
BERGER / ZÜRICH

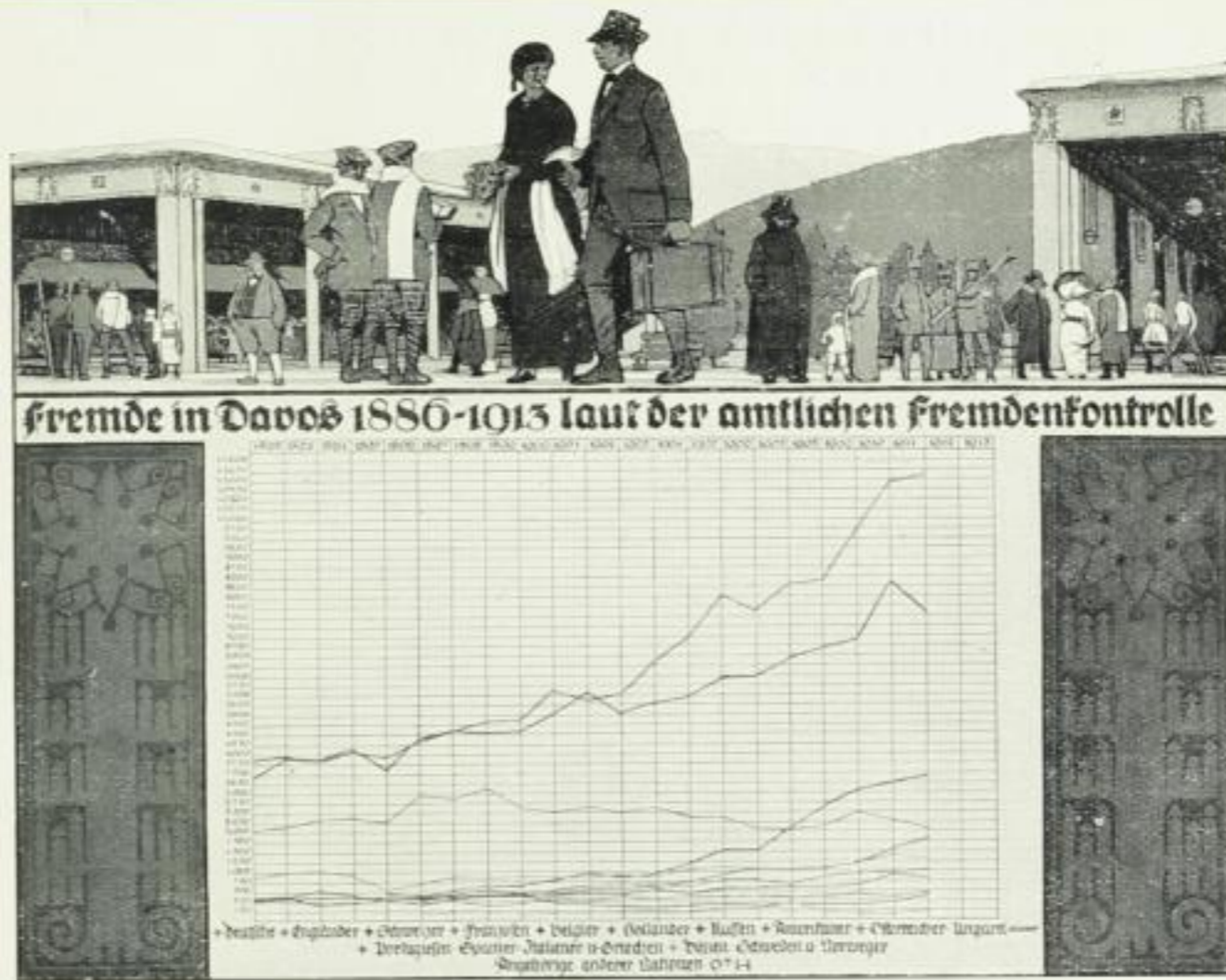


ABBILDUNG 11

WALTHER KOCH
AUS EINEM FÜHRER DURCH DAVOS

ZEICHNUNG

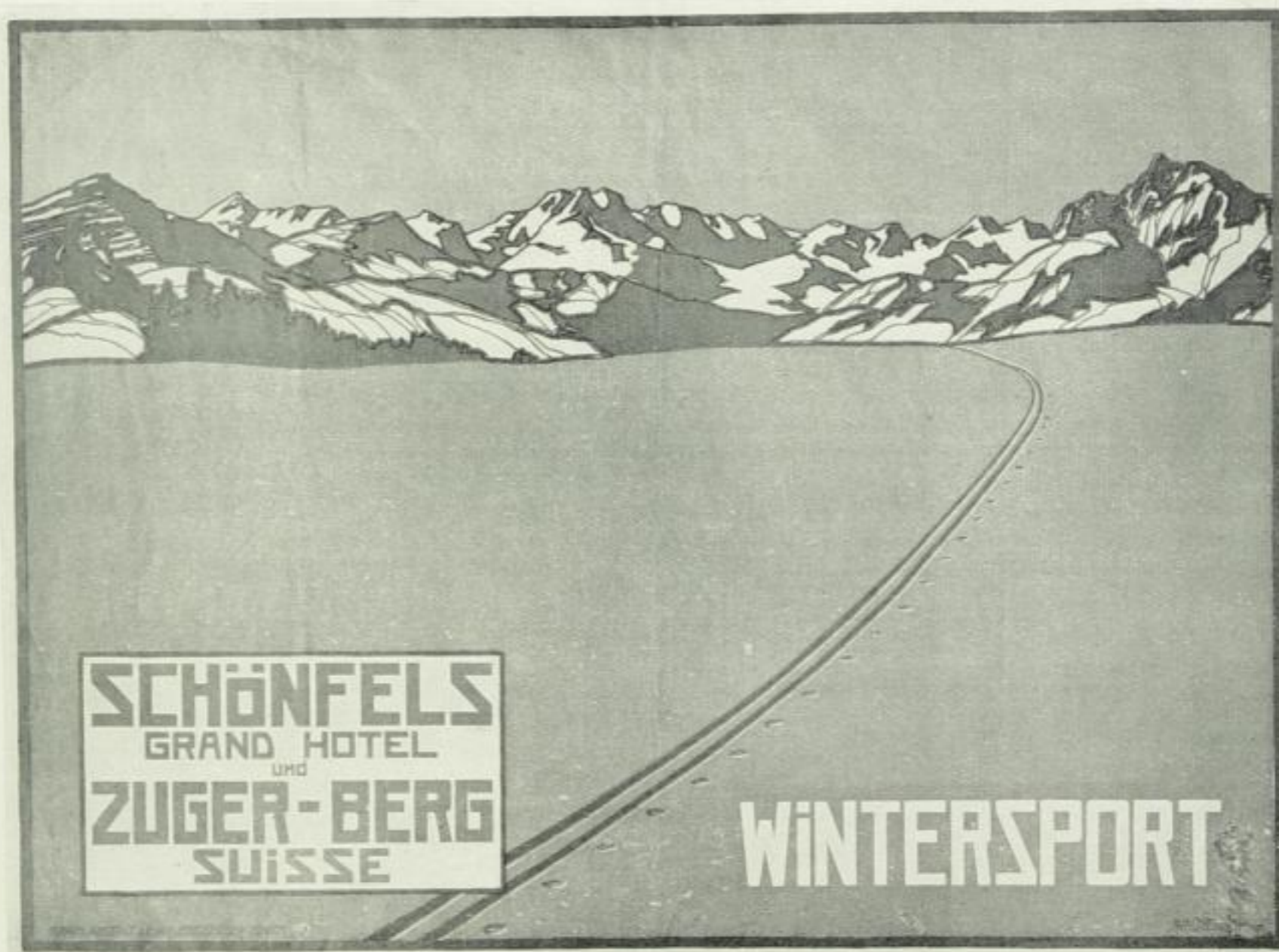


ABBILDUNG 12

WALTHER KOCH
DRUCK: J. E. WOLFENBERGER / ZÜRICH

PLAKAT



ABBILDUNG 13 WALTHER KOCH
WERBEMARKE

Plakatwerk von Walther Koch.

- | | |
|--|-----------------------------|
| 1906 Davos Skirennen | Hofer & Cie., Zürich |
| 1906 Wintersport in Graubünden | Gebr. Fretz, Zürich |
| 1908 Schatzalp-Schlittelbahn Davos | J. E. Wolfensberger, Zürich |
| 1908 Internationales Eiswettlaufen Davos | J. E. Wolfensberger, Zürich |
| 1908 Rhätische Bahn | " |
| 1909 Zug, Berg- u. Strassenbahn Davos | Gebr. Fretz, Zürich |
| 1909 Sporthotel zur Post, Davos | J. E. Wolfensberger, Zürich |
| 1909 Schönfe's, Grandhotel und Zugerberg | J. E. Wolfensberger, Zürich |
| 1909 Ostertaghütte | " |
| 1910 Davoser Kontroll- und Zentralmolkerei | " |
| 1910 Winterkurort Davos | " |
| 1911 Davos, Sommerkurort | " |
| 1911 Sporthotel Central, Davos | " |
| 1911 Ganter & Cie., Zürich | " |
| 1912 A. G. Meyer, Zürich | Gebr. Fretz, Zürich |
| 1913 Industrie- u. Gewerbeausstellung Chur | J. E. Wolfensberger, Zürich |
| 1913 Gestle Bau-Schlosserei Chur | " |
| 1914 Graphische Werkstätten Gebr. Fretz | Gebr. Fretz, Zürich |



ABBILDUNG 14 WALTHER KOCH
WERBEMARKE

Klima-Vergleichstabelle
von Davos (1561 m) und Zürich (480 m) Höhe

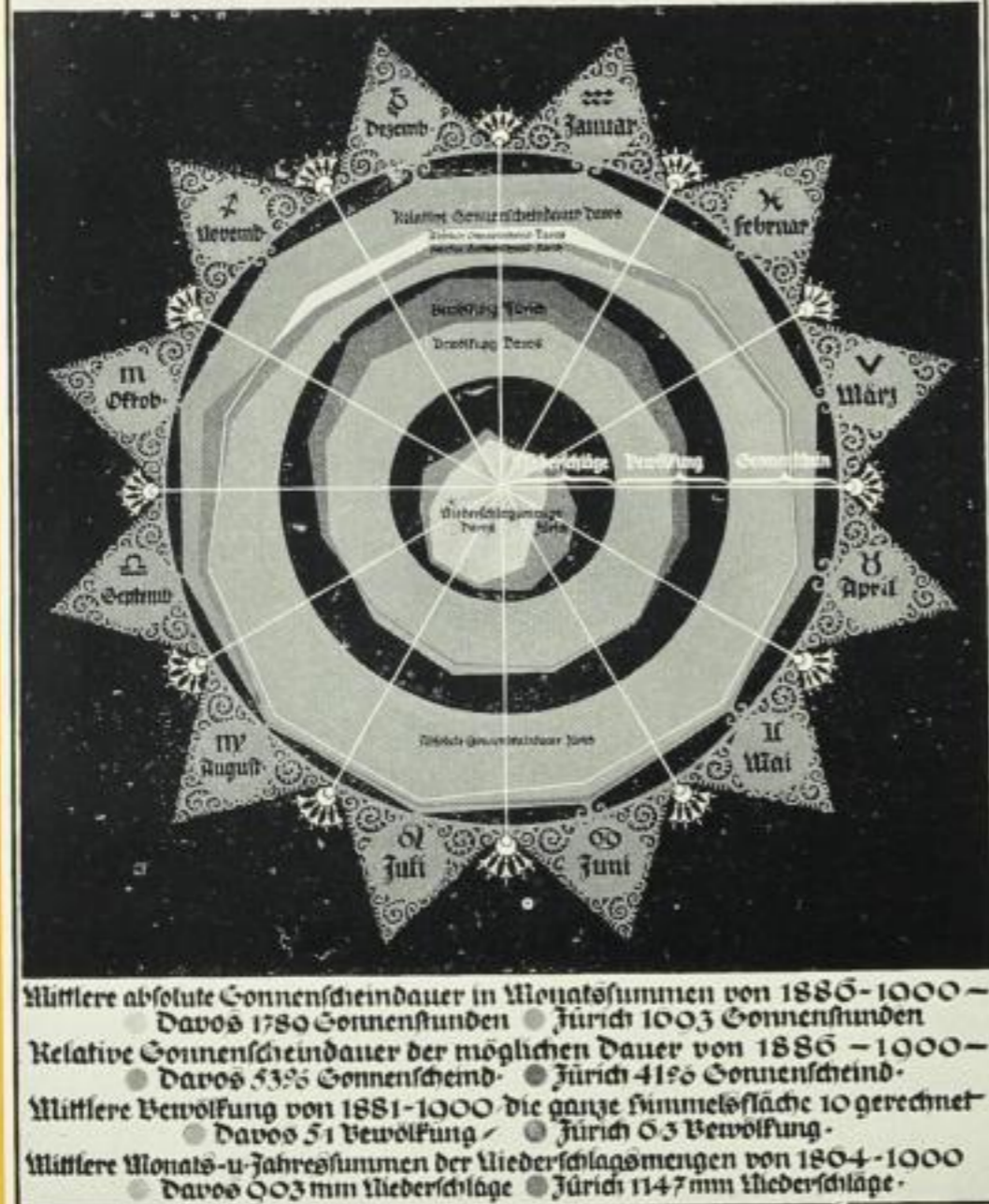
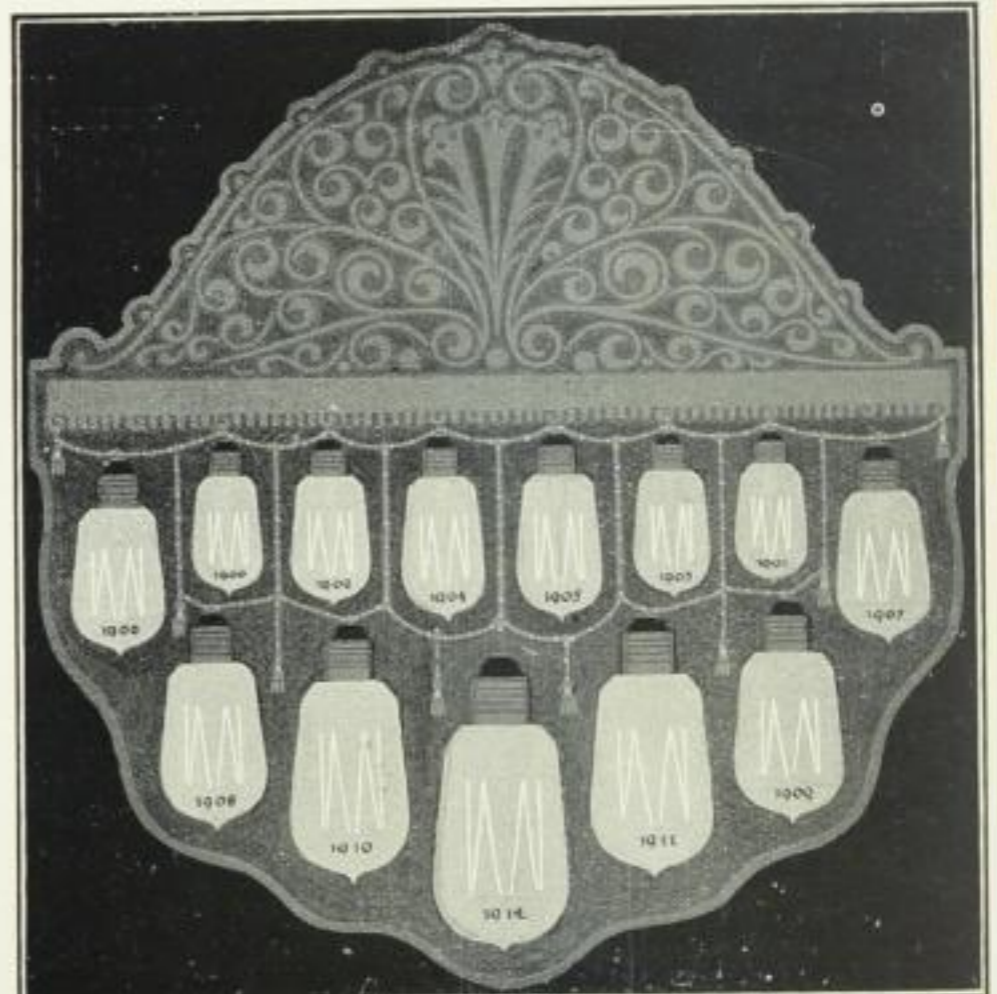
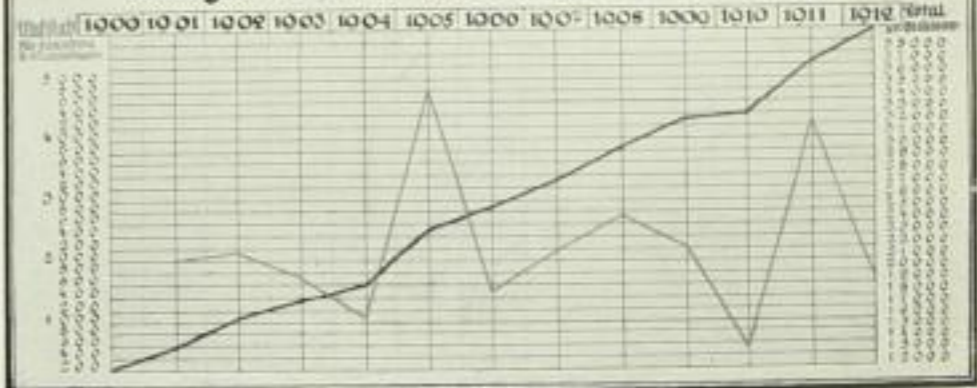


ABBILDUNG 15 WALTHER KOCH



Glühlampenanschluss
umgerechnet in Lampen v. 50 Watt



ZEICHNUNG ABBILDUNG 16
AUS EINEM FÜHRER DURCH DAVOS

WALTHER KOCH ZEICHNUNG

HEINRICH JAEGER †

ZU einem Gedächtnisheft ist diese Nummer des „Plakats“ angeschwollen. Ueber den Gräbern dreier Künstler, die nicht mehr unter uns weilen, mussten

wir, einer traurigen Pflicht gehorchend, einen Denkstein errichten. Zwei von ihnen, Lübbert und Jäger, hat der Krieg dahingerafft, beide in der Blüte der Jahre, beide in der Vollkraft ihres Schaffens; beide waren keine Schablonennaturen, beide eigenartige und vielversprechende Talente. Heinrich Jäger war eine von den sonnigen Naturen, ein liebenswürdiger heiterer Mensch; ehrlich war sein Charakter und ehrlich sein Schaffen. An seinem Grabe trauern aufrichtige Freunde um einen treuen, bescheidenen und vornehmen Charakter. Sein Tod ist ein schwerer Verlust für unsre Kunst.

Er wurde am Rhein geboren. Wiesbadens herrliche Umgebung, der Taunus mit seinen Wäldern und herrlichen Tälern waren die ersten Eindrücke in dem empfänglichen Gemüt des Knaben. Ihnen verdankt er eine starke Liebe zur Natur, freien Blick für das Grosse und Weite der Landschaft und eine unermessliche Liebe

zum deutschen Wald. Er ist trotz jahrelangen Aufenthaltes in Berlin niemals im eigentlichen Sinne ein Mensch der Grosstadt geworden, sondern hat stets den Drang

nach der freien Natur und die Sehnsucht nach einfacheren Lebensbedingungen und unverbildeten Menschen in sich gehabt. Selbst seine langjährige Betätigung als künstlerischer Mitarbeiter (besonders im Reklamewesen) des Scherlschen Verlagshauses hat seine Sehnsucht nach unmittelbarem Arbeiten in der Natur nicht zurückdämmen können. —

Heinrich Jäger zeichnete schon frühzeitig als Knabe und kam jung zu einem Lithographen in die Lehre, wo seine bei aller Jugend sehr geschickten Arbeiten bei den Zunftgenossen Aufsehen erregten, und besuchte dann als Schüler von Emil Doepler d. J. die Kgl. Kunstgewerbeschule zu Berlin.

Seine leichte Auffassungsgabe, die Einfachheit und Strenge in der Wiedergabe des Geschauten, sein ausserordentlich schnelles Arbeiten befähigten ihn ganz besonders zu Plakaten und modernen Reklamearbeiten. Sein Plakat mit dem Blue boy (Akademie-



ABBILDUNG 1

HEINRICH JAEGER
DRUCK: HOLLERBAUM & SCHMIDT, BERLIN

PLAKAT



ABBILDUNG 2

HEINRICH JÄGER
DRUCK: HOLLERBAUM & SCHMIDT, BERLIN

PLAKAT



ABBILDUNG 3

HEINRICH JÄGER
DRUCK: HOLLERBAUM & SCHMIDT, BERLIN

PLAKAT



ABBILDUNG 4 BUCHUMSCHLAG
HEINRICH JÄGER



ABBILDUNG 5 BUCHUMSCHLAG
HEINRICH JÄGER



ABBILDUNG 6 HEINRICH JÄGER
DRUCK: AUGUST SCHERL, BERLIN PLAKAT



ABBILDUNG 7 HEINRICH JÄGER
DRUCK: AUGUST SCHERL, BERLIN PLAKAT

Ausstellung) stammt noch aus der Zeit seines Studiums auf der Kunstgewerbeschule, und war die erste derartige Arbeit, mit der er in die Öffentlichkeit trat. 1908 begann er, 24jährig, seine Tätigkeit im Hause Scherl, wo er sich durch seine Tüchtigkeit und ungewöhnliche Arbeitsfähigkeit bald unentbehrlich machte. Dort hatte eine den Erfordernissen neuzeitlicher Werbekunst zum Glück zugängliche Leitung das zielbewusste Streben nach einer möglichst einheitlichen Ausstattung ihrer Drucksachen, die nun Heinrich Jäger übertragen wurde. So erhielten wir von Jäger eine Reihe ausgezeichneter Plakate, unter denen die ver-



ABBILDUNG 8 HEINRICH JÄGER PLAKAT
DRUCK: HOLLERBAUM & SCHMIDT, BERLIN

öffentlichten, besonders die Werbeanträge für die grossen Romane der „Woche“, und die so bekanntgewordenen drei Soldaten, die in die Lektüre der „Woche“ vertieft sind, wohl die bedeutendsten waren. Aber auch das Plakat für den „Berliner Lokal-Anzeiger“, auf dem er mit sicherem Sinn für Fernwirkung den ganzen Schriftsatz nur als Fläche behandelte, wie auch der Kriegswandkalender des „Berliner Lokal-Anzeigers“ 1915 und der populär gewordene Schriftkopf der „Deutschen Kriegszeitung“ und der Zeitung „Der Staatsbedarf“ sind vortreffliche Leistungen, die sich dem besten, was unsere Zeit auf diesem Gebiete



ABBILDUNG 9 HEINRICH JÄGER
DRUCK: AUGUST SCHERL, BERLIN

PLAKAT



ABBILDUNG 10 HEINRICH JÄGER
DRUCK: AUGUST SCHERL, BERLIN

PLAKAT

hervorgebracht hat, würdig anreihen. Was er als Buchillustrator, der bei aller freien Auffassung doch nie den eigentlichen Zweck, für den er arbeitete, vergass, noch hätte leisten können, zeigte die Ausstattung einer schon im Jahre 1909 erschienen Weihnachtsnummer der „Woche“, in denen das strenge Stilgefühl Jägers in besonders erfreulicher Weise zutage trat.

Sehr originell und reizvoll ist vor einigen Jahren der Lese pavillon der Firma Scherl in Westerland von ihm mit Wandschmuck versehen worden. Ein breiter Fries zieht sich unterhalb der Decke direkt auf den Kalkverputz gemalt um die Wände. – Ornamentwerk mit frischen Farben, dazwischen an prägnanten Stellen einfache flächige Darstellungen, Figuren, Schiffe, alles was Beziehung zum Zweck des Raumes hat – alles flach und einfach hineingesetzt, in einer Art, die an die frühe

Freskomalerei in Tiroler Schlössern und Kirchen erinnert. Der Krieg riss ihn im Sommer 1915 aus seiner auf's äusserste gesteigerten Tätigkeit. Er wurde mit Begeisterung Soldat, und während des knappen Vierteljahres, das er im Felde zugebracht hat, hat er in seinen Briefen fröhliche Schilderungen seines Reiterlebens heimgesandt – dass er sich glücklich fühle, jetzt das zu erleben, was er sich von Jugend auf erträumt habe, als sein höchstes Ideal Ritter- und Landsknechtsfahrten zu erleben.

Nun hat sein Leben ein frühzeitiges Ende erfahren. Nach zehntägiger Krankheit erlag er, im 31. Lebensjahre, in einem Kriegslazarett in Russland der Ruhr.

Wir ehren sein Andenken durch dieses Erinnern.

Karl Karrenbach.



ABBILDUNG 11

HEINRICH JÄGER

ZEITUNGSKOPF

PLAKATWERK VON HEINRICH JÄGER.

- | | |
|--|---|
| 1908 Kgl. Akademie, Ausstellung älterer
engl. Meister | 1913 Die Woche, Heft 19 (Zeitungskiosk) |
| 1909 Bibliothek Scherl (Mann mit Allonge-
Perrücke) | 1913 „ „ 22 (1000 Ostereier) |
| 1910 Gartenlaube-Kalender für 1911 | 1913 „ „ 23 (Dame stehend) |
| 1911 Taschenausgabe Bibliothek Scherl | 1914 Flugdienst nach der Ostsee |
| 1913 Das grosse Heimweh | 1914 König und Kärner |
| 1913 Die Woche: Tirol in Wort und Bild | 1914 Berliner Lokal-Anzeiger |
| 1913 Sport im Bild, Rivieranummer | 1914 Der Fahnenträger |
| 1913 Die Woche, Heft 5 (Dame im Sessel) | 1914 Die eiserne Freude |
| 1913 „ „ 7 (Dame und Herr) | 1914 Wer die Woche liest usw. |
| 1913 „ „ 8 (do an Riviera) | 1914 Lokal-Anzeiger: Kleine Anzeigen, grosse
Wirkungen |
| 1913 „ „ 14 (Herr im Café) | 1914 Der grosse Rachen. |
| 1913 „ „ 16 (Herr im Sessel) | 1915 Trutze von Trutzberg |
| | 1915 Die schöne Ela |
| | 1915 Blockade |

Besprechungen



Wettbewerb
um ein Gedenkblatt der Stadt Wilmersdorf.

DER Gedanke ist hübsch; die Stadt verleiht den Hinterbliebenen ihrer gefallenen Mitbürger ein Gedenkblatt von künstlerischem Werte, in das der Name des Gefallenen eingetragen ist. Nicht weniger glücklich ist der Gedanke, zu solch einem Blatte durch ein Preisausschreiben zu kommen, an dem sich nur die Besten unter einer schon stark gesiebten Künstlerschar beteiligen dürfen. Denn hier ist ja für die Kunst die beste Gelegenheit gegeben, auch — nein, besonders in die Behausungen der Armen und Unbemittelten einzudringen, die ihre Opfer so zahlreich dahergaben! Hier wäre ja die Hoffnung erlaubt, dass die Holzbrandmalerei, die bisher den einzigen Schmuck des bescheidenen Zimmerchens bildete, zu Brennholz geschlagen wird, um der stets lebendigen Erinnerung an den Toten Platz zu machen. Es gibt ja schon Gedenkblätter, wir haben sie seitenweise im letzten Hefte des „Plakats“ aufmarschieren sehen. Was Wilm und Kolb gaben, konnte nur befriedigen, wenig Begeisterung dagegen die aus dem Dürerbundwettbewerb hervorgegangenen Preisarbeiten erwecken, von dem auf allerhöchsten Befehl entstandenen Blatte ganz zu schweigen.

Im April wurde von der Stadt Wilmersdorf der Plan gefasst, der „Kunsthalle“ in Wilmersdorf die Veranstaltung eines Wettbewerbes für ein solches Gedenkblatt zu übertragen, im November lag das traurige Ergebnis vor. Die näheren Bedingungen erfuhren nur wenige Bevorzugte, das Preisrichterkollegium blieb — wie recht hat es angesichts seiner Entscheidung! — im Dunkeln. Mit Mühe und Not hatte man durch Verlängerung der Einlieferungsfrist 75 Entwürfe zusammenbekommen. Unter ihnen wurden fünf glückliche Bewerber ausgewählt, die nun Entwürfe für einen engeren Wettbewerb einzureichen hatten, für den im ganzen die ganz beachtliche Summe von 1300 M. verfügbar war: Hanns Anker, Herbert Arnold, Arno Drescher, Hans Looschen, Elfriede Wendtland. Man tagte, preiskrönte, und — hieb tüchtig daneben. Der V. d. P. entsandte mich zur Besichtigung der ausgestellten Entwürfe. Ein ältliches Fräulein empfing mich, freundlich führte sie den Besichtigungsarren vor die Auslageobjekte. Zwei Entwürfe ragten weit über die anderen drei und hatten nicht den ersten Preis, einer war schlimm und war dementsprechend mit dem ersten Preise ausgezeichnet. Elfriede Wendtland bekannte sich schämig als dessen Verfasserin.

Wir kennen ja ihre Kunstgewerbelei der neunziger Jahre, ihre geleckten und süßgezielten Ansichtskarten, ihre hohlen Exlibris und blümchengeschmückten Ergüsse. Hier wirken sie abstoßend. Der tote Krieger, der da liegt, von „sezessionistischer“ Sonne beschienen, wird zur Nebensache. Wenn nur die lieben faden Englein mit den spillrigen Flügeln und den leeren Augen, den Stupsnäschen und der „lieblich quellenden Flut der Haare“ den Empfänger recht „anheimeln“. „Ein schöner Gedanke“, „ein wirkungsvoller Trost“, „ein liebliches Bild“ zirpte das freundliche Fräulein, das hinter mir stand. Sie passte in die Landschaft. Andere Rührmittel schlägt Hanns Anker an, den englischen Werbeplakaten nicht unähnlich. „Markig und gehaltvoll“, liess sich das Fräulein mit sonorer Stimme vernehmen. Das Markige täuschte der Aermsten wohl das Profil des halbnackten Germanenjünglings mit den aufgerissenen, wie Setzeler herausquellenden Augen vor; das Gehaltvolle empfand sie wohl in der beschwichtigenden Thusnelda oder seinem Schwert oder weiss der Himmel worin sonst! Dass Looschen kein Gedenkblatt schaffen kann, hätte er selbst schon wissen sollen. So sahen Kunstausstellungsplakate der achtziger Jahre aus, aber nicht etwa die guten Ausnahmen. Bließen zwei Entwürfe von Arno Drescher in Dresden. An ihnen konnte man ungetrübte Freude haben. Eine einfache, prachtvoll verteilte Schrift mit Adler und Beiwerk, streng stilisiert, das eine. Ein zusammengeröffter, preussisch kurzer, militärisch straffer Ausdruck als letzter Gruss des Gefallenen an die Seinen. Auf dem zweiten Blatt ein Engel. Freilich, seine Darstellung weicht von der üblichen Schablone ab. Alle Erinnerungen an Neopressionismus, Futurismus, Kubismus tauchen auf, um sofort wieder zu verschwinden angesichts der weichen zarten und versöhnlichen Haltung des Engels. Bewundernswert im technischen Gefühl, frei in der Komposition des Ganzen und doch ein Blatt des Friedens und der Milde. Ich muss wohl lange bewundernd vor dieser Schöpfung gestanden haben. Auch hat mein Verweilen gerade vor diesem Blatte wohl meine Begleitung aus der Fassung gebracht, denn ihre freundlichen Züge hatten sauersüsse Furchen angenommen und aus gepresster Kehle rang es sich hervor: „Ja, in der Tat, ganz schön, sehr originell, seeehr originell und wirkungsvoll und nur für Kenner.“ Da entlief ich, denn gerade diese Eigenschaften hatte ich an meiner Begleitung noch nicht wahrgenommen.

Karl Karrenbach.



Die Karikatur im Weltkriege.

Von Ernst Schulz-Besser.

Mit 115 Abbildungen. E. A. Seemann, Leipzig 1915. Preis 1,80 M.

IN der „Zeitschrift für Bücherfreunde“ (Dezember 1915), die sich durch ihre sachlichen Bücherbesprechungen und sachkundigen Kritiker immer neue Freunde und Anhänger wirbt, bespricht der Verfasser dieses wohlfeilen Büchleins zugleich sein eigenes Werk, wie das unter umgekehrtem Titel — „Der Weltkrieg in der Karikatur“ — in Lieferungen erscheinende Werk von Eduard Fuchs. (Verlag Albert Langen, München.) Die Gefahren, die in solcher Selbstvergleichung am Wege lauern, sind zu deutlich, um nicht den Leser von vornherein misstrauisch gegen das Gesagte zu machen, allzuwohlwollende Empfehlung des eigenen, voreingenommene Beurteilung des Konkurrenzwerkes zu wittern. Und in der Tat findet Schulz-

Besser fast nur Mängel an dem gross angelegten Werke von Fuchs, rügt mit immerhin starkem Schein von Berechtigung gerade das, worin sich jenes Werk von seiner Arbeit unterscheidet. Ich halte es für angezeigt, das Werk von Fuchs erst zu besprechen, wenn es wirklich abgeschlossen vorliegt. Zur Zeit von Schulz-Bessers Besprechung waren kaum drei, heute, Ende Februar, sind erst sieben der angekündigten 30 Lieferungen erschienen. Warten wir also ab, was es uns noch bringen wird, und sehen wir zu, was Schulz-Besser uns bietet.

Im „Waschzettel“ wird gesagt, dass es sich um eine Sammlung von Abbildungen der vorzüglichsten Spottbilder handelt, die in der ganzen Welt über den Weltkrieg erschienen sind. Also nur die lustige und humorvolle Seite der Karikatur soll herangezogen werden! Denn der Begriff des Spottbildes, der Nahrung jeden Witzblattes, deckt sich ja nicht mit dem der Karikatur. „Karikatur ist wohl nur ein Begriff, wo Worte fehlen. Mit der Karikatur allein ist's nicht getan. Nicht Komik herrscht in diesen Seiten, nein, Allgewalt des Geschehens, gebändigt durch Meisterhand des Künstlers. Feterlichkeit vor der Grösse, die den Grenzen menschlichen Erlebens verleihen ist, entspringt dem Studium des Werkes“, sagt J. Bronsch in einer Ankündigung des Werkes von Fuchs und umschreibt damit den ganzen grossen Begriffskomplex des Wortes „Karikatur“, gleichzeitig den weiten Rahmen des Fuchs'schen Werkes andeutend. Nicht so bei Schulz-Besser. Nur selten verirrt sich eine Abbildung in sein Büchlein, in der wir den Krieg als Schrecknis, seine Allgewalt als lähmenden Druck, sein Wirken als Zerstörung empfinden. Was Schulz-Besser gibt, sind wirklich Spottbilder, bissige oder harmlose, verletzende oder neckende Witzeleien von Feinden über Feinde. „Der Weltkrieg in Spottbildern“ würde also den Titel des Buches besser zusammenfassen.

Man merkt es dem Buche ein wenig an, dass grosse Teile von ihm als einzelne Abhandlungen vorher in der „Zeitschrift für Bücherfreunde“ erschienen sind. Beim Umarbeiten dieser offenbar mit zeitlichen Pausen entstandenen Aufsätze hätte man wohl ein strafferer Zusammenfassen der einzelnen Abschnitte, übersichtlichere Zerlegung und Anordnung des Stoffes gewünscht.

Dass dem Verfasser überreiches Material zur Verfügung stand, das kaum zu bändigen war, merkt man seiner Zusammenstellung an. Rühmend ist das Geschick, mit dem er den Weizen von der Spreu gesondert und den Karikaturen des feindlichen Auslandes gegenüber mit grosser Weitherzigkeit begegnet ist, während er an unsre deutschen Erzeugnisse einen auch in künstlerischer Beziehung sehr strengen Masstab angelegt hat. (So streng, dass leider unser trefflicher Walter Trier, den ich für einen der besten politischen Spottbildzeichner halte, bis auf eine ganz kurze Erwähnung ganz vergessen wurde!) Sehr treffend spricht der Verfasser aus, dass zeitgeschichtliche Dokumente von bleibendem Werte auch scharfe und bissige Karikaturen des Feindes sein können, sofern sie nur geistreich sind. „Sie haben tausendmal mehr Wert, als ein fader und süsslicher Kitsch, wenn er sich auch noch so hurrapatriotisch gebärdet. Gerade wir Deutsche als Sieger dürfen im Gefühl unsrer überlegenen Kraft nicht zu empfindlich sein und müssen Humor genug besitzen, auch in der schärfsten Karikatur des Auslandes gegen uns den witzigen Gedanken sehen zu können.“ Nach diesem Grundsatz der Auswahl ist Schulz-Besser auch wirk-

lich verfahren und hat uns eine stattliche Reihe belustigender oder komischer Spott- und Hohnbilder zusammengetragen und mit unterhaltenden Worten aneinandergereiht. Recht verschieden ist natürlich ihr künstlerischer Wert, der eine eindringliche Sprache redet, eine Sprache, die uns nicht neu ist. Es würde zu weit führen, hier Vergleichswerte aufzustellen und weitreichende Schlüsse auf den augenblicklichen Stand der Griffelkunst in den hier vorgeführten Ländern – auch Japan und die Türkei fehlen nicht – zu ziehen. Doch sei des besonders drastischen und ausdrucksvollen Witzes der Holländer gedacht. Sie finden für manches Gefühl, das der Amerikaner mit einem Ueberschwang von Erzählerlust und Zeichenwut mühselig hinkritzelt, einen so natürlichen, knappen Ausdruck, dass wir staunen und – uns einbilden, sie hätten das von uns gelernt. Witzige Anekdoten beleben auch den Text des Buches, dem aber ein Verzeichnis der Abbildungen fehlt. Nichts besseres kann ich schliesslich dem Buche nachsagen, als dass ich es für eine anregende und erfrischende Zerstreuungsmöglichkeit im Schützengraben halte. Sein reicher Gehalt an Humor lässt den Ernst seiner Nahrung fast vergessen.

Sachs.



„Künstlerische Modenentwürfe.“

Ausstellung im Hohenzollern-Kunstgewerbehaus.

IM Hohenzollern-Kunstgewerbehaus, das nun auch eine eigene künstlerische Modenabteilung führt, ist für die Entwicklung des künstlerischen Modenbildes schon viel getan worden. Man versuchte hier schon einmal, durch Gegenüberstellung alter und neuer Modenbilder in der Ausstellung „Galerie der Moden“, die heutigen Modezeichner zu reiferer Arbeit anzuregen. Heute wird dieser Versuch wiederholt und zeigt nun, wieviel inzwischen geleistet wurde. Diesmal kommen die Jungen, teilweise sogar die Jüngsten zu Worte. Und das ist gut so. Wenn auch vieles noch nicht vollkommen ist, so zeigt es doch, wie es überall sprudelt und gärt, und wie man sich ehrgeizig bemüht, auch auf diesem Gebiet der Mode eigene Wege zu bahnen. Mancherlei Kunstgewerbeschulen sind hier vertreten, sie zeigen am ehesten, wie mit den jüngeren kunstgewerblich und künstlerisch gebildeten Lehrern auch die Arbeiten der Schüler an Reife gewinnen. Das verspricht viel für die Zukunft. Da sind Zeichnungen aus den Kunstgewerbeschulen in Wien, Budapest, Hamburg und Berlin, die alle beweisen, wie viel Fortschritte unsere junge Generation gemacht hat.

An der Ausstellung der Schule Reimann, Berlin, kann man die Vielfältigkeit der Techniken studieren: so den sehr wirkungsvollen Linoleumschnitt (Ilse Kowanitz), eine an sich geeignetere Technik, als der oft harte Holzschnitt, schon weil sie mehr stoffliche Weichheiten zulässt. Die Wiener Werkstätten sind durch die Werkzeichnungen ihres Leiters, Architekten Wimmer, reich vertreten, darunter ist viel, was wir in diesem Winter schon ausgeführt gesehen haben. Gabi Möschl, Wien, zeigt Farbenholzschnitte von eigenartigem Reiz, die den Graphik-Verlag (Alfred Marie) stark beeinflusst und zur Nachahmung angeregt haben. Auch die letzte Mappe des Graphik-Verlags ist hier zu sehen. Ein starkes Modetalent, wenn auch keine künstlerische Zeichnerin, ist Fifi Würzweiler, Mannheim, eine Schülerin Eugenie Kaufmanns, die sich um die Modenausstellung in Mannheim sehr verdient machte. Fifi Würzweiler

ist zurzeit in Amerika und arbeitet dort für ein amerikanisches Modenhaus. Und elegant und luxuriös wie die Amerikanerinnen sind auch ihre Entwürfe. Sie weiss das Stoffliche gut herauszuarbeiten und hat viel Verständnis für die neuen Modelinien. Eugenie Kaufmann, Mannheim, ist mit einigen flotten Modeskizzen und Puppen vertreten. Sie verraten einen sicheren Geschmack. Sehr originell sind die Modesilhouetten einer jungen Brünnerin, Helene Reifler. Auf kobaltblauem Grunde werden uns ihre scharf umrissenen Schwarz-Weiss-Modebilder gezeigt. Sie weiss gut zu charakterisieren und hat die Tagesmode richtig erfasst. Ein starkes Talent offenbart auch Frau Irma Rindfleisch-Firle, München, die viel Sinn und Verständnis für Mode hat. Unsere bekannten Modezeichner, wie Deutsch, Krotowsky usw. sind fast alle, meist mit bekannten Arbeiten vertreten. Besonders hübsch und sehr vervollkommen in der Technik sind die graziösen Arbeiten von Mela Koehler, Wien. An erster Stelle steht aber Ludwig Kainer. Seine Arbeiten sind die besten der Ausstellung. Sie zeigen, wieviel der Künstler gearbeitet hat, wie er künstlerisches Können und schneiderisches Verständnis vereinigt. Er zeigt die Blätter eines Modenalmanachs für 1916, handkolorierte Originalphotographien; eins graziöser und gefälliger als das andere. Dann eine Studie der Filmschauspielerin Erna Morena im Pelzmantel, ferner eine Dame im flatternden Pelzmantel, unter dessen wehenden Falten hauchdünne, pelzverbrämte Schleierstoffhöschen hervorschauen. Auf dem Kopf ein rotes Mützchen. Und mit wie wenig Farben ist das alles gemacht! Man freut sich aufrichtig, dass wir auf diesem Sondergebiet schon so viel erreicht haben, dass diese hübschen Dinge während des Krieges entstehen konnten.

Elsa Herzog.

(Abdruck aus der D. Z. am Mittag.)



„Die Sechs“

(Zur Ausstellung im Kgl. Landes-Gewerbemuseum in Stuttgart).

DEN im Oktober im Kgl. Landes-Gewerbemuseum in Stuttgart erstmals vorgeführten, äusserst interessanten Wettbewerbs-Ergebnissen des Vereins der Plakattreue (Luftflotten-Plakate und Gebrauchsgraphik des Vereins der Plakattreue), bei denen die Mehrzahl der Preise auf die einzelnen Künstler der Münchener Plakatgruppe „Die Sechs“ fielen, folgte für Freunde einer neuzeitlichen und künstlerischen Reklame-Graphik im November die Vorführung der Gesamtarbeitsleistung dieser Vereinigung. — Das für Geschäftsleute besonders günstige Arbeitsprinzip dieser sechs Künstler — F. P. Glass, F. Heubner, C. Moos, E. Preetorius, M. Schwarzer und W. Zietara, die sich mit den „Vereinigten Druckerellen“ (G. Schuh und Cie.) G. m. b. H. in München zusammengetan haben, und die für die technisch einwandfreie Reproduktion der Originale besonders einsteht, darf an dieser Stelle als nicht unbekannt vorausgesetzt werden, so dass gleich die Arbeiten der einzelnen — des beschränkten Raumes wegen —, einer allerdings nur kurzen Betrachtung unterzogen werden können. Vorausgeschickt sein möge zwar noch, dass es sich nicht nur um ausgeführte Arbeiten handelt, sondern zum grossen Teil um Originale, die übrigens viel leichter die individuelle Handschrift eines Künstlers zu verfolgen gestatten als das fertige Blatt, wo Wünsche des

Auftraggebers oft das ureigenste Wollen des Künstlers überschatten. Umsomehr sind deshalb die Arbeiten „der Sechs“ zu bewundern, die im allgemeinen durch gesundes und schöpferisches Gestalten ihre künstlerischen Gedanken und Empfindungen in einer feinfühlenden, wenn auch manchmal wieder derben, aber doch mehr oder weniger leicht verständlichen Weise zum Ausdruck zu bringen bestrebt sind. Dass natürlich manches unter den Arbeiten noch unvollständig, ja manchmal ganz flüchtig ist, liegt in der Natur der Sache, handelt es sich hier doch meistens um rohe Skizzen, die nichts mehr als nur ein ungefähres Bild von der Auffassung des zu behandelnden Auftrages geben sollen.

So zeigt Glass, der eine ausserordentlich hoch entwickelte Begabung für die moderne Reklame besitzt, nicht nur in seinen weithin das Auge anziehenden, grosszügigen Plakaten, sondern auch in den Drucksachen verschiedenster Art für geschäftliche oder private Zwecke eine ganz eigenartige Mischung von Sachlichkeit und poetischer Einfühlungsfähigkeit. Wirft man im Besonderen noch einen Blick auf seine Menschen, Tiere, Pflanzen und dergleichen, so empfindet man trotz der manchmal wenigen Striche, die er an sie wendet, dass etwas wirklich Gesundes dahintersteckt. So paart sich ein scharfes Auge mit einer festen Hand und ein lebenswürdiger Humor in seiner Kunst, die darin ihre unverkennbare Meisterschaft beweist.

Nicht minder talentiert ist Zietara, der, wenn er auch die Natur studiert und aus ihr die notwendigen Formvorstellungen holt, am liebsten doch weit ab von ihr sich seine eigenen, oft grotesken, aber höchst originellen Gestalten bildet, die ihrer markanten Zeichnung entsprechend auch kräftig in den Farben sind, ohne aber dabei unharmonisch zu sein. In der Plakatkunst kommt es ja nicht so sehr auf die feine Psyche eines durchgelstigten Gesichtes, das das Entzücken des Kenners bilden würde, an, als vielmehr, auf den schlagenden, gut dargestellten Gedanken. Wenn auch die Bewegung der letzten Jahre, wie mir scheint, nicht ganz spurlos an ihm vorübergegangen ist, so bewahrte ihn doch ein kräftiger Sinn vor Auswüchsen und man freut sich über seinen frischen, lustigen manchmal ziemlich derben Zug seiner originellen bunten Kunst, die ganz abseits von Zimmerlichkeit steht. Auch Schwarzer ist ein fruchtbarer und arbeitsamer Kopf, der einen ausgezeichneten Geschmack besitzt, welcher sich besonders in dem ausgesprochenen Sinn für aparte Farbgebung und in der Art meist klar und einfach, aber verblüffend im Koppinieren äussert, wodurch er sich als ein in die innersten Geheimnisse dieser Kunst Eingeweihter rechtfertigt und zugleich zeigt, dass er sich auf die Mittel versteht, seinen Darstellungen Leben und Ausdruck zu geben.

Preetorius ist Humorist im besten Sinne des Worts. Aus der Mehrzahl seiner mit besonderer Fantasie und künstlerischer Individualität ausgestatteten Arbeiten spricht ein wirklich echter, tief empfundener, aus der Seele quellender Humor. Das Hauptgebiet seines Schöpfens ist allerdings mehr die Illustration und der moderne illustrierte Buchumschlag als das Plakat und die Gebrauchsgraphik im allgemeinen, weshalb auch seine Reklame-Blätter alle mehr auf den diskreten Farbenton, also mehr für die Nähe gestimmt sind, was ja unter Umständen für ein Plakat vorteilhaft sein kann. Was aber in allen seinen Arbeiten vorherrscht, ist die organische Linie, und wer sich darin vertieft, wird bald erkennen, dass die Natur die Anschauung dazu gegeben

hat und sie nicht einer bizarren Künstlerlaune entspringt. Er weiss scharf zu beobachten, ist ehrlich in der Wiedergabe, und das sichert Preetorius heute seinen Platz als einen der ersten auf seinem Gebiet.

Von Heubner ist leider sehr wenig zu sehen, ein paar Plakate und einige wenige Illustrationen, aus denen wohl ein ernstes künstlerisches Empfinden spricht, und die ihn auch zu einer sympathischen Erscheinung auf dem Plakat- und Kleingraphik-Gebiet machen ein vollständiges Bild über seine Arbeitskraft aber leider nicht zu geben vermögen.

Auch von Moos würde man einen falschen Begriff bekommen, wenn man ihn nur nach dem hier vorliegenden Material beurteilen würde, was umsomehr zu bedauern ist, als er gerade in seinen Zirkus- und Sportplakaten, ganz besonders aber in den Schneelandschaften des bayrischen Hochlandes, als ein guter Vertreter der Münchner Plakatkunst erscheinen würde. — Schulter an Schulter haben „die Sechs“ nun seit ihrer Gründung in durchaus künstlerischer Weise geschaffen und mit ihren Leistungen den Geschmack im Publikum und in der Geschäftswelt zu heben versucht und, wie die zahlreichen ausgeführten Arbeiten zeigen, nicht umsonst.

Rapp, Stuttgart.



Schattenbilder.

Zur Silhouettenausstellung von Käte Wolff bei A. Wertheim in Berlin.

IN den Räumen der Kunstabteilung von A. Wertheim in der Leipziger Strasse treiben augenblicklich die Schattenbilder ihr neckisches Spiel. Wie sich da ein blumiger Vorhang, der zum Eintritt in diese „schwarze“ Ausstellung lockt, hinter uns schliesst, haben wir für einige Augenblicke wirklich alle ernstesten Gedanken von uns abgeworfen, die uns unaufhörlich durch die ernste, schicksalschwere Zeit begleiten. In die unwirkliche Welt der Phantasie führen uns die Bilder, von der zarten und geschickten Hand einer Frau mit frauenhafter Feinfühligkeit aus dem schwarzen Papier gezaubert und auf papierne Hintergründe gebannt. Ein geheimnisvoll neckendes Wesen geht von diesen Schattenbildern aus, es ist, als spielten ihre Figuren Haschen mit uns, und wenn wir glauben, sie gefangen zu haben, entfliehen sie uns mit einer graziösen Wendung und lassen ein silbernes Lachen hören. Bald erzählen sie uns melancholisch vom uralten Narrenleid, bald singen sie uns ein rührsames Liebeslied von Küssen unter blühenden Bäumen und Büschen, bald rufen sie uns in Märchenbildern die Zeit der Kindheit zurück. Dann wieder sind sie gemütvoll in traulichen Felerabendbildern oder sie verspotten mit nie verletzendem Scherz die kleinen Eitelkeiten der Menschen. Zierliche Rokokodämchen flitzen an uns vorüber, steife Biedermeierherren mit hohen Vatermördern, Frack und Kniehosen wandeln würdig an uns vorbei. Schliesslich zeigen sie uns in Märchenbildern aus Tausend- und einer Nacht, dass sie auch mit orientalischer Pracht aufwarten können. Und alles geschieht ohne jeden Farbaufwand, nur mit dem eintönigen Schwarz — und trotzdem haben diese Bilder alle etwas Buntes, Schillerndes. Es ist ihre Seele, die ihnen die Farbe verleiht. Käte Wolff, die uns hier von ihrer Kunst ein wechselvolles

und doch harmonisches Bild gibt, ist nur eine der vielen Künstlerinnen, die sich in der „Kunst der Schere und des Schattens“ üben, aber sie ist sicherlich eine von den besten. Gewiss ist die Silhouette (so lautet der historische Name für das Schattenbild) kein Gebiet, das ausschliesslich der Frau vorbehalten ist. Gross ist die Zahl der Silhouettenschneider, die im schwarzen Profil den Charakter, der sich im Gesicht des Menschen widerspiegelt, ausdrücken wollen.

Auch Käte Wolff gibt uns hiervon Proben, und sie ist am besten in reizenden Kinderköpfchen. Von männlichen Silhouettenschneidern sei auch Konewka genannt, dessen Faust-Illustrationen vorbildlich wurden, ferner der Wiener Otto Böhler mit seinen bekannten Musikerbildnissen und der grossen Schattenbild-darstellung „Heut spielt der Strauss“ die uns die berühmten Komponisten im Himmel als Tänzer nach Strauss'schen Weisen zeigt. Aber bezeichnend bleibt doch, dass die Kunst des Schattenschneidens auf das weibliche Geschlecht immer einen starken Anreiz ausgeübt hat, sei es, weil ihr Handwerkszeug die Schere ist, sei es, weil das Unbestimmte, Geheimnisvolle und Spielerische, das über diesen Bildern liegt und ihnen den Reiz verleiht, am besten zum Charakter der Frau passt. Käte Wolffs Arbeiten entzücken durch die Biegsamkeit und Zartheit ihrer Formen und durch eine feinsinnige Auffassung der Natur.

(Abdruck aus der Berliner Volkszeitung.)



Kriegsausstellung in Berlin.

DAS Zentralkomitee vom Roten Kreuz hat mit Unterstützung des preussischen Kriegsministeriums in den Ausstellungshallen am Zoologischen Garten in Berlin eine Ausstellung von erbeutetem Kriegsgeschütz und anderen auf den gegenwärtigen Krieg bezüglichen Gegenständen veranstaltet, die auch Erzeugnisse des Buchdrucks und der graphischen Künste in grosser Anzahl zeigt. So sieht man mehrere hundert Blätter von amtlichen, zumeist in mehreren Sprachen abgefassten Verordnungen, Bekanntmachungen und Aufrufen der deutschen Befehlshaber in besetzten Landesteilen. Die für Festlichkeiten und andere öffentliche Veranstaltungen im Kriegsgebiet hergestellten Drucksachen zeigen oft typographisches Verständnis. Etwas schwach ist die von der Königlichen Bibliothek veranstaltete Ausstellung englischer und französischer Werbepakate für Heer und Marine, deren Gegenüberstellung immerhin ganz interessant ist. Die in knappem nüchternen Tone gehaltenen französischen Blätter sind in ein äusseres Gewand gekleidet, das dem übelsten Kitsch der achtziger Jahre gleichkommt. Die englischen Plakate mit ihrem oft packenden Text dagegen sind nicht immer kitschig. Sie sind aus den bisherigen Ausstellungen meiner eigenen Sammlung sowie unserm Novemberheft 1915 hinreichend bekannt, um hier nicht nochmals über sie sprechen zu müssen. Auch Papiergeld, Wertpapiere, Karten, Brotkarten u. dergl. sind in der Ausstellung zu sehen und verdienen manches Interesse.

Eine besondere Abteilung zeigt in guter Auswahl graphische Kunstblätter, die einen leidlichen Ueberblick über die schon vorhandene Kriegsgraphik vermitteln.

Eine besondere Abteilung hat das österreichische Kriegsministerium eingerichtet, das durch eine grosse Zahl aus-

gegebener graphischer und „kunstgewerblicher“ Erzeugnisse eine ständige Kriegshilfe zur Unterstützung der vom Kriege Betroffenen eingerichtet hat, über die im nächsten Artikel noch gesprochen wird. Von den Postkarten verdient nur ein kleiner Teil, der ebenfalls schon in unserer Zeitschrift besprochen war, Beachtung; fürchterlich dagegen sind Gegenstände wie Uhren und dergleichen, die aus nachgemachten Granaten und zusammengesetzten Sprengstücken aufgebaut sind. Ich bedauerte ihren hohen Preis, sonst hätte ich sie unserm verehrten Ehrenmitgliede, Herrn Professor Pazaurek, für sein Museum der Geschmacklosigkeiten verehrt.

Sachs.



Österreichische Kriegsgraphik.

WIR haben im Märzheft des vergangenen Jahres mehrere Künstlerpostkarten als farbige Beilagen gebracht, die vom „Komitee bildender Künstler im Dienste der Kriegshilfe“ in Wien herausgegeben waren. Da seit diesen ersten Veröffentlichungen des Komitees gerade ein Jahr verflossen ist, erscheint es angebracht, kurz zu berichten, was es geleistet und wie weit es seine hochgesteckten Ziele erfüllt hat. Einem Aufsatz in der „Werkstatt der Kunst“, 1916, Heft 16, entnehme ich zunächst über seine Entstehung, seine Zwecke und geleistete Arbeit folgendes: Im Sommer 1914 war auch über Österreich als eine der ersten Kriegsplagen eine Flut schlechter Kriegs Ansichtskarten hereingebrochen. Den Kampf gegen sie aufzunehmen, schien aussichtslos. Da übernahm es der Bezirksrichter Dr. Stephan Moldauer, mit dessen Namen das Unternehmen noch heute aufs engste verknüpft ist, in Gemeinschaft mit den Künstlern Otto Friedrich und Maximilian Liebenwein an die schier unüberwindliche Arbeit zu gehen, die schlechten Karten durch gute, die unwürdig witzigen durch ernste zu ersetzen, ihnen zum mindesten entgegenzustellen und gleichzeitig dadurch den bedrängten Künstlern Arbeitsgelegenheit zu schaffen. Obwohl Künstlergenossenschaft, Hagenbund und Secession ihre offiziellen Vertreter in das neue Komitee entsandt hatten, war die erste bange Frage: Wer wird die Kosten tragen? Hier galt es ja, auch durch die Masse zu wirken, hunderttausende und aberhunderttausende von Karten auf den Markt zu werfen! Und wer wollte in jenen Tagen Grosses wagen?

Der Leiter des Kriegshilfsbureaus des k. k. Ministeriums des Innern wagte es, Prinz Dr. Eduard von und zu Lichtenstein. Er bedachte sich nicht lange. An der Spitze des „Komitees bildender Künstler im Dienste der Kriegshilfe“ übernahm er die künstlerische, das Kriegshilfsbureau die materielle Durchführung der Aktion. Der langerstrebte Rückhalt war gewonnen, und der Kampf wurde eröffnet.

Das Ergebnis des ersten Wettbewerbes, der ausgeschrieben wurde, waren neun Ansichtskarten in farbigem Steindruck. Schon ihre erste Auflage betrug 450 000 Stück. So gross war der künstlerische und materielle Erfolg, dass bald eine zweite Serie von sechs Karten, gleichfalls in einer Riesenaufgabe, folgen konnte.

Nach kurzer Zeit konnte das Komitee die Bezahlung der Künstlerhonorare selbst auf sich nehmen und so sich weit ungehinderter entfalten, als vorher, da das Kriegshilfsbüro alle

Kosten trug und daher sparsamer mit Aufträgen war. Es wagte sich auch an andere Gebiete heran und hat bisher 15 Ansichtskarten, 42 Vivatbänder, 16 Exlibris, 3 Lesezeichen, 15 eiserne Medaillen herausgegeben. Sie dienen alle der Verherrlichung der Armee und Flotte.

Die Künstlerhonorare sind erfreulich gute zu nennen. Sie betragen für eine Ansichtskarte – Bild- oder Adressenseite –, ein Vivatband, ein Exlibris oder ein Lesezeichen 100 Kronen, für die Vorderseite einer Medaille 300 Kronen, für deren Rückseite 100 bis 150 Kronen.

Bis Ende 1915 haben die Künstler dadurch insgesamt 13 100 Kronen verdienen können.

Hier interessiert nun vor allem, was künstlerisch in diesen graphischen Erzeugnissen geboten wurde. Unter den Ansichtskarten gibt es recht gute von Otto Barth, Wilhelm Dachauer und Grom-Rottmayer. Bei den übrigen mag man den guten Willen für die Tat nehmen.

Was die in Schwarz-Weiss-Zeichnung gehaltenen, meist einfarbig schwarz gedruckten Exlibris betrifft, so haben Offner, Glatz, Sterrer den Hauptanteil am Gelingen. Mir will die Sitte dieser „Vordruck“-Exlibris, in die der Käufer einfach seinen Namen hineinschreibt oder druckt, trotz aller neuerer Bestrebungen nicht in den Kopf hinein. Es gibt heute so wenig wirklich rein individuell gebliebene Dinge der persönlichen Kultur oder des persönlichen Kunstinteresses, dass es schade darum ist, diesem, einem der letzten Vertreter der Griffelkunst mit Persönlichkeitswert, den Hals abzdrehen. Zudem atmen die meisten dieser Blätter solch kriegerische Stimmung, dass sie wohl bald nach Friedensschluss höchst unwillkommene ständige Mahner einer blutigen Vergangenheit sein werden, die man gerade aus seinen Büchern, wenn es nicht gerade Kriegsliteratur ist, gebannt sehen möchte.

Ganz einverstanden dagegen kann man mit den Vivatbändern und Lesezeichen des Künstlerkomitees sein. Sie sind, um es ehrlich einzugestehen, meist glücklicher geraten als die bei uns erschienenen, deren günstige Beurteilung von Zur Westen („Das Plakat“ November 1915 und Mai 1916) ich nicht zu teilen vermag. Die Aufteilung der Fläche ist namentlich bei Offner, von dem die weitaus grösste Zahl stammt, meisterlich geglückt. Die unsrigen malten mehr schlecht als recht ihre Bilder auf ein schmales Hochformat, zu dem das Format des Bandes sie verurteilt hatte, versuchten die Fläche mit allerhand Einzelbildern zu füllen, die unorganisch untereinander gereiht waren. Offner hat den Stil des Vivatbandes (und des Lesezeichens) begriffen. Als ich seine Bänder sah und daneben die gequälten und zusammengequetschten Versuche unsrer deutschen Künstler, fiel mir ein alter Witz aus dem Simplizissimus ein: Ein Clown, der die ganze Höhe des Satzspiegels, aber nur ein sechstel seiner Breite einnahm, stand auf einem Bein, während er das andere über den Kopf hinweg in die Höhe geschleudert hatte und krampfhaft mit beiden Armen umklammert hielt. Und also sprach er: „Die Stellung ist mir ja scheusslich unbequem, aber die Redaktion hat mir ja nicht mehr Platz bewilligt“. –

Die hübschen Lesezeichen sind auf Seide gedruckte Strichätzungen, nicht Radierungen wie die, die Liebermann, Corinth u. a. im Auftrage des deutschen roten Kreuzes entwarfen und die für den gedachten Zweck denkbar ungeeignet sind.

Sachs.



Unsere Plakatsammlungen

ALS der Wonnemonat des Jahres 1915 sich seinem Ende zuneigte, langte gerade das Malheft meiner Plakatzeitschrift an, darin mich der Artikel des verehrten Herrn Dr. Sachs mit der Anregung, die Plakatsammler sollen ihre Erlebnisse und Erfahrungen zu Nutzen und Frommen aller Kameraden niederlegen und erzählen, besonders anzog. So folgte ich gern der Anregung und erzähle hier

Wie ich Plakattfreund wurde!

Eigentlich ist Goethe daran schuld und kein anderer.

Es war noch in jungen Jahren, da Goethe schon mein Lieblingsschriftsteller oder richtiger gesagt Dichter war, so dass ich lieber alles von ihm las und wieder las, bevor ich mich entschliessen konnte, andere Bücher aufzuschlagen.

Ogleich ich nun lange nicht alles verstand, was in der grossen vielbändigen Goethe-Ausgabe stand, so sog ich doch daraus die Liebe zum Schönen in jeder Form. Insbesondere aber lenkten mich die Abhandlungen über die bildende Kunst und die Malerei darauf, Bilder zu betrachten und zu sammeln.

Aus Eckermanns Gesprächen mit Goethe lernte ich die gesammelten Blätter in Mappen aufzubewahren.

Da ich nun schwach bei Kasse war, musste ich bedacht sein, Bilder und Blätter um billiges Geld zu erstehen oder sie gar kostenlos zu erwerben.

Da verdross es mich denn oft, dass sich unter den vielen Plakaten, die angeschlagen waren, und von denen ich erwartete, dass man sie leicht umsonst erhalten könne, nie ein Blatt fand, das mir gefallen hätte und des Aufhebens wert gewesen wäre.

Ja, es kam so weit, dass mir Plakattafeln ein Greuel wurden, an denen ich rasch vorbeizukommen trachtete.

Erst mehrere Jahre später zog mich ein Artikel in einer Zeitschrift an, darin künstlerische Plakate besprochen wurden, und ich begann wieder an den Plakattafeln nach Schönheit und Kunst zu suchen.

Und wieder später erst gelangte das erste gute Plakat in meinem Besitz, nachdem ich an vielen wünschenswerten Blättern hatte vorbeigehen müssen.

Das Blatt war von Cissarz — die neue Renaissance — erschienen bei Eugen Diederichs in Jena.

Ein Freund und Altersgenosse verschaffte mir noch bald

darauf Stucks Ausstellungsplakate, und ausserdem gehörte unter die ersten Blätter meiner Sammlung Th. Th. Heines Ausstellungsplakat mit dem schwarzen Bären und der grünen Dame. Dieses Blatt war nur mittels gewaltsamer Aneignung aus einem Warteraum zu erwerben, ein Verfahren, das ich noch immer in besonders schweren Fällen und bei mangelnder besserer Gelegenheit, aber trotz in mir aufkeimenden Spiessertums in Anwendung bringe. Langsam erwarb ich so eine Rolle, die answoll und unbequem aufzubewahren oder fortzubringen war.

Trotzdem sammelte ich weiter, bestärkt von Sponsels grossem Werke über das Plakat und seine Kunst, das ich zu lesen bekam und trotzdem eine Zeitschrift, ich glaube, es war der Kunstwart, gegen das Aufhängen von Plakaten in den Zimmern mit Recht wetterte. So brachte ich es bis 1912 etwa auf 40 Plakate. Da bemerkte ich in der „Kunst und Dekoration“ eine Anzeige des Vereins der Plakattfreunde.

Ich freute mich, dass nun endlich dieser Kunstzweig ernstlich und zusammenfassend behandelt werden sollte, und wurde bald Mitglied des Vereins.

Die Vereinszeitschrift entzückte mich und verhalf mir meine Sammlung zu mehren. In einem ihrer ersten Hefte wurde dann eine von unserem Vorsitzenden Abhandlung veröffentlicht, wie man Plakate aufbewahren und ordnen sollte.

Ich beschloss sie zu befolgen, stand dann aber wieder davon ab. Als aber meine Sammlung immer mehr anwuchs, musste ich mich doch entschliessen, Ordnung und Fürsorge zu schaffen. Es war eben Winterszeit und ich in Arbeit über Hals und Kopf.

Da hatte meine Frau einmal mit einem andern Engel als mit mir eine Unterredung, und es traf sich, dass dies das Christkindl war.

Dieser Bravling verstand sich nun rasch dazu, mir zum Christfest einen Plakatschrank, wie er in einem Hefte der Vereinszeitschrift abgebildet und beschrieben war, zu bringen (Aufsatz Pazaurek).

Der Schrank ist zum aufklappen, hat Abteilungen und ist praktisch.

Bemalt hat ihn ein Künstler meiner engsten Heimat mit Blumen und Bildern nach Bauernart. Da er ein Künstler im besten Sinne des Wortes ist und Gestaltungskraft besitzt, schuf er Schönheit und Kunst.

Nun galt es Raum zu schaffen für das schöne Geschenk. Und ich fand eine Kammer, darin der Schrank aufgestellt wurde. An den Wänden der Kammer hängen gute Plakate, an der Türe aber Bernhards Vereinsplakat unter Glas. Sie heisst seither „die bunte Kammer“ und bleibt ein Quell der Anregung und Freude.

Um die Blätter in den Schrank einordnen zu können, mussten sie aufgespannt werden.

Nach mancherlei Versuchen wählte ich steife Pappe hierzu die sich vortrefflich bewährt und nicht teuer kommt.

Das Aufziehen besorgte ich nach und nach mit meiner Frau als Gehilfin. Dabei erlernte ich die Kunst des Kleisterkochens. Das ganze Unternehmen hat viel Arbeit gemacht, aber auch viel Freude bereitet.

Nun steht die Sammlung geordnet nach dem A B C da über 300 Blatt stark und unbegrenzt erweiterungsfähig. Mit dem Umfang wächst ihr Wert im quadratischen Verhältnis, da sich langsam Gruppen bilden und viele Vergleichsmöglichkeiten nach allerlei Beziehungen erstehen.

Zur leichteren Handhabung bediene ich mich eines Kartenkataloges, die Karten selbst lieferte der V. d. P.

In der Provinz genügt eine solche Sammlung, um in den Geruch eines *Sonderlings* zu kommen.

Mein Herz, was willst du noch mehr? Meine doppelten Plakate austauschen!

Gottfried Plant, Meran.



Mitteilung zum Thema „Plakat und Plagiat“

DIE Rotochrom G. m. b. H. und der Kunsimaler Fries hatten wegen der in unserm Beilageheft „Plakat und Plagiat“ zum Juliheft 1915 veröffentlichten Drucksache der beiden Brennaborplakate Klage gegen den Reklame-Verlag Ernst Marx wegen unlauteren Wettbewerbs gestellt. Die Klage wurde auf Kosten der Kläger in zwei Instanzen zurückgewiesen. Unsern eignen Standpunkt in dieser Angelegenheit haben wir bereits genügend gekennzeichnet.

Der Herausgeber.



Die Weihnachtsausstellung graphischer Kunst in Brüssel.

INFOLGE mehrfacher Anregung interessierter Kreise aus Brüssel hatte sich der Deutsche Buchgewerbeverein im Oktober v. J. entschlossen, eine graphische Ausstellung in Brüssel zu veranstalten. Der Zweck dieser Ausstellung war, den Einwohnern Brüssels ein friedliches Bild von der Leistungsfähigkeit deutscher Graphik und Buchkunst zu geben; sie sollte eine Verkaufsausstellung sein, um Interessenten, vor allem den zahlreichen deutschen Heeresangehörigen, die Möglichkeit zum Einkauf guter graphischer Blätter und Bücher, die sich zu Weihnachtsgeschenken eignen, zu bieten. Eine diesbezügliche Eingabe bei dem Generalgouverneur in Belgien fand nicht nur volles Verständnis für diese Kulturaufgabe, sondern es wurde auch weitgehende Förderung des Unternehmens zugesagt.

Zur Eröffnungsfeier waren die deutschen militärischen Behörden Brüssels, die Vorsteher der Bildungszentrale beim Generalgouvernement, die Vertreter der politischen und Presse-Abteilung, der deutschen und belgischen Zeitungen, sowie die Vorsteher und Mitglieder der deutschen Kolonie eingeladen worden. Die zahlreich erschienenen Gäste versammelten sich in dem schönen Empfangsraum des neuen Museums, woselbst der erste Vorsteher des Deutschen Buchgewerbevereins, Herr Geheimrat Dr. Ludwig Volkmann, die Ausstellung mit einer Ansprache eröffnete, an die sich ein allgemeiner Rundgang anschloss.

Bei Eröffnung der Ausstellung lag auch ein Katalog, der das Verzeichnis der ausgestellten graphischen Blätter enthielt, gedruckt vor, mit einem von Herrn Geheimrat Volkmann verfassten Vorwort, in dem zum Ausdruck gebracht wurde, dass es nach Lage der Dinge nicht in der Absicht des Buchgewerbevereins liegen konnte, nur das Neueste zu bringen oder sich auf vereinzelte künstlerische Höhepunkte zu be-

schränken. Die Ausstellung sollte vielmehr ein allgemeines Bild der guten Gesamtleistungen deutscher graphischer Kunst geben. Auch ein Plakat war erschienen. Der Entwurf für diese Ausstellung stammte von Hans Alexander Müller, einem Schüler Tiemanns an der Königl. Akademie für graphische Künste und Buchgewerbe in Leipzig, der z. Zt. Heeresdienst an der Front tut. Der junge Künstler war nach Brüssel beurlaubt worden, um das Plakat für die Ausstellung zu entwerfen; er hat es verstanden, ein ausserordentlich wirkungsvolles Blatt, das das Wahrzeichen Brüssels, die wundervolle St.-Gundula-Kirche zeigt, zu schaffen. Der Künstler hat die Arbeit in der Kaiserlichen Regierungsdruckerei in Brüssel fertiggestellt, die dann auch den Druck des Plakates schnellstens ausführte, so dass es bereits am Tage der Eröffnung der Ausstellung in vielen Hundert Exemplaren in Brüssel angeschlagen war. Unserm Verein wurden von der Leitung 40 Exemplare des Plakats in freundlichster Weise zur Verfügung gestellt, die wir in der Plakatlise des Januarheftes unsern Mitgliedern anboten.

Sachs.



Wanderausstellung „Die Kunst im Kriege“.

UNTER obigem Namen veranstaltet das Deutsche Museum für Kunst in Handel und Gewerbe, Hagen i. W., eine Wanderausstellung, die vom Deutschen Werkbunde, der Gesellschaft für soziale Reform, dem Büro für Sozialpolitik, dem Deutschen Käuferbund und der Zentralstelle für Volkswohlfahrt unterstützt wird. Die Ausstellung sieht u. a. Kriegergräber, Kriegsdenkmäler, freie Werke der bildenden Kunst, Erzeugnisse des Handwerks in der Industrie, Werke des Buch- und Druckgewerbes (Kriegsbücher, Zeitschriften, Aufrufe, Bekanntmachungen, Plakate, Packungen) und ähnliches vor und wurde zum ersten Male in Berlin vorgeführt. Eine Besprechung dieser Ausstellung nach dem Urteil sachverständiger Besucher äusserst schwachen Ausstellung erscheint überflüssig.



Ein Gedenkblatt für bayerische Kriegshelden.

KÖNIG Ludwig von Bayern hat verfügt, dass den Angehörigen der im Kampfe um die Verteidigung des Vaterlandes Gefallenen der bayerischen Armee ein Gedenkblatt verliehen werde. Die Anfertigung dieses Gedenkblattes wird nach dem von Professor Fritz Erler geschaffenen Entwurf erfolgen.



Wettbewerb für ein Plakat.

ZUR Erlangung von Plakaten für ihre Nitrallampen veranstaltet die A. E. G. zu Berlin einen Wettbewerb. Einlieferung bis 15. April. Unter den Preisrichtern sind Peter Behrens, Emil Orlik, E. R. Weiss. An Preisen stehen 8000 Mark zur Verfügung.

British v. German Soup Squares



Before the War the English market was flooded with German Soup Squares, which had a very large sale. The Patriotic English public now refuses to buy these German productions, and calls upon British manufacturers to produce goods of equal or superior merit and thus permanently restore the German trade.

The well-known firm of Foster Clark, Ltd., of Maidstone, has succeeded in producing a fine variety of

2d. Soup Squares

which give the housewife better value than was given in any foreign soup squares, so that it is not only patriotic but profitable to buy these British products. Foster Clark's Soup Squares are the most economical, most appealing, and most nutritious soup squares yet produced. Each 2d. square makes 1 1/2 pints of delicious and wholesome soup, boiling water being all that is needed.

A Week's Supply for 1/-

A different kind for each day in the week. On Yell, Tomato, Herb Tomato, Cornish, Green Peas, Mulligatawny.

Enough for four persons at each meal. Try the whole assortment for one week for 1/-.

Ask your Grocer for these or send a Postal Order to FOSTER CLARK, Ltd., (Depo. 10), MAIDSTONE.

Foster Clark's
SOUP SQUARES

Abbildung 1

Ein übler Diebstahl

Vor einiger Zeit erschien in Berlin das „Weissbuch des deutschen Inserenten“, herausgegeben vom Verein von Verlegern deutscher illustrierter Zeitschriften. Das Heft, aus dem wir gelegentlich eines Aufsatzes über Kunst, Politik und Reklame interessante Proben im Maiheft des „Plakats“ geben werden, stellt in fesselnder Weise zusammen, mit welcher Hefigkeit England im Anzeigenteil seiner Zeitungen und Zeitschriften den Kampf gegen deutsche Waren aller Art führt. Mit satirischer Zeichnung und spöttischen Redensarten, mit geschickt gewählten Schlagworten und derben Bildern wird



Abbildung 2

dem Leserkreis der feindlichen Presse immer und immer wieder in das Gedächtnis geprägt, dass mit dem Verbrauch deutscher Waren, ja überhaupt mit den Handelsbeziehungen zu der deutschen Industrie Schluss gemacht werden muss. Unter den zahlreichen Beispielen ist auf Seite 14 dieses lehrreichen Büchleins auch eine Zeitungsanzeige abgebildet, die wir hier in Abbildung 1 wiedergeben. Sie kennzeichnet den Kampf, den der Fabrikant britischer Suppenwürfel gegen deutsche Suppenwürfel aufgenommen hat. Der in der Verkleinerung hier etwas klein geratene Text besagt, dass England vor dem Kriege mit deutschen Suppenwürfeln überschwemmt gewesen sei, dass sich aber das patriotische englische Publikum jetzt weigere, sie zu kaufen und die britischen Fabrikanten auffordere, sie ebensogut oder besser zu

machen. Dies sei nun Herrn Foster Clark gelungen. Eine andere, freilich nicht direkt deutschfeindliche, aber höchst merkwürdige Anzeige bildet das Weissbuch auf Seite 6 ab. (Hier Abbildung 3.) Man sieht den britischen Bullen vor dem bekannten Werbeaufdruck: „Dein König und Vaterland brauchen Dich“, wobei der Bulle nachdenklich sagt: „Die meinen mich“. Die Verwendung des populären Schlagwortes als Anzeigenreklame hat hier also zu einer wohl unfreiwilligen Satire der Bovrilgesellschaft auf die englische Rekrutenwerbung geführt. Diese Art der Reklame scheint nun aber doch auf eine Hamburger Firma einen ungeheuren Eindruck gemacht zu haben. Sie bringt einen Katalog für ihre deutschen Erzeugnisse heraus und schmückt das Titelblatt mit dem durchgezeichneten



Abbildung 3

Ochsen des Engländers, während der Innenteil die Zeichnung des englischen Kochs wiederholt. (Abbildungen 2 und 4) Ja, sie benutzt schliesslich – hier nicht auch noch gezeigt – das in demselben Weissbuch abgebildete Plakat „Kräftnahrung für Invaliden und Genesende“, indem sie den beiden dort englischen Soldaten zwei Kokarden an die Mütze malt und sie dadurch zum deutschen Soldaten umwandelt. Solches geschah im Kriegsjahr 1916 durch die Hamburger Chemische Fabrik G. m. b. H. zu Hamburg. Wer ist imstande einen auch nur ähnlichen Fall von Gesinnungslosigkeit nachzuweisen? Sachs.



Abbildung 4

Wettbewerb für Parfümerie-Flaschen und -Packungen

Die
DEUTSCHE PARFÜMERIE-ZEITUNG
veranstaltet gemeinsam mit dem
DEUTSCHEN WERKBUNDE
und dem
VEREIN DER PLAKATFREUNDE E. V.

einen Wettbewerb zur Erlangung von Entwürfen für Umhüllungen von Parfümerieerzeugnissen. Der Wettbewerb soll dazu beitragen, den Erzeugnissen der DEUTSCHEN PARFÜMERIE-INDUSTRIE die Wege im Kampfe mit den französischen und englischen Fabrikaten zu ebnen und ihre Stellung auf dem Weltmarkte nach dem Kriege zu sichern.

1 Es sollen Entwürfe für Flaschen (Parfüms) und Büchsen (Pomade, Creme und dergl.), ferner für Etiketten und Packungen, Seifen- und Puderschachteln geschaffen werden.

2 Die Entwürfe für Packungen und Etiketten sollen beliebige Aufschriften tragen, die erkennen lassen, in welcher Weise die Vereinigung von Aufschrift und zeichnerischem Schmuck gedacht ist. Die Deutsche Parfümerie-Zeitung (Verlag Alexander Ehrlich, Berlin W 35, Steglitzer Str. 68) verschickt auf Wunsch Muster der bisherigen Packungen und Entwürfe.

3 Teilnahmeberechtigt sind nur Mitglieder des Deutschen Werkbundes oder des Vereins der Plakatfreunde E. V. nach dem Mitgliederstand vom 1. Mai 1916. Die Mitgliedschaft des Deutschen Werkbundes kann nur durch besondere Einladung

von dessen Geschäftsstelle aus, Berlin W 35, Schöneberger Ufer 36a, erworben werden. Zur Erwerbung der Mitgliedschaft des Vereins der Plakatfreunde E. V. genügt schriftliche Anmeldung in der Geschäftsstelle, Berlin-Charlottenburg, Joachimstaler Strasse 1 (Jahresbeitrag 15 Mark, einschliesslich der sechsmal erscheinenden Zeitschrift „Das Plakat“. Probehefte kostenlos.) Ausser Einzelmitgliedern des Vereins der Plakatfreunde dürfen sich auch Unterrichtsanstalten, die als solche Vereinsmitglieder sind, in der Weise an dem Wettbewerb beteiligen, dass sie diesen Wettbewerb unter ihren Schülern besonders ausschreiben und dass ein von dem Direktorium der Schule gebildetes Preisgericht bis zu fünf Arbeiten, als die nach dessen Ansicht besten, unter dem Namen der betreffenden Anstalt sowie des betreffenden Schülers einreicht, im übrigen unter Angabe eines Kennwortes usw., wie es § 7 der Bedingungen verlangt.

4 Die graphischen Entwürfe werden in den üblichen Grössen der allgemein bekannten Parfümerie-Erzeugnisse verlangt, Flaschen und Büchsen möglichst in Modellen natürlicher Grösse.

5 Ein Künstler darf nicht mehr als fünf Entwürfe einreichen. Als ein Entwurf gilt ein geschlossener Satz von Flasche, Büchse, Etikett, Packung und Karton, die möglichst innerhalb des Satzes gleichzeitig durchgeführt sein sollen. Die graphischen Entwürfe müssen druckfähig ausgeführt sein.

6 Die Arbeiten müssen spätestens am 1. Juni 1916 in der Geschäftsstelle der „Deutschen Parfümerie-Zeitung“, Verlag Alexander Ehrlich, Berlin W 35, Steglitzer Str. 68 eingegangen sein, und zwar mit dem Vermerk „Betrifft Wettbewerb“.

7 Die Arbeiten dürfen weder den Namen, noch ein Kennzeichen des Verfassers, sondern nur ein Kennwort tragen. Den vollen Namen und die Adresse, sowie einen Vermerk, ob der Bewerber Mitglied des deutschen Werkbundes oder des Vereins der Plakatfreunde ist, soll ein beigefügter verschlossener Umschlag mit dem gleichen Kennwort enthalten.

8 Preisrichter sind die Herren: Leo Colze, Schriftsteller, Charlottenburg, Emil Dralle, Fabrikbesitzer, Hamburg, Prof. K. Gross, Direktor der K. Kunstgewerbeschule, Dresden, August Hajduk, Kunstmaler, Charlottenburg, Fritz Hellwag, stellvertretender Geschäftsführer des Deutschen Werkbundes, Zehlendorf, Prof. Emil Orlik, Berlin, Dr. Hans Sachs, Nikolasse, Vorsitzender des Vereins der Plakatfreunde.

An Preisen stehen 1000 Mark zur Verfügung. 9 die von der Deutschen Parfümerie-Zeitung, vom Deutschen Werkbund, vom Verein der Plakatfreunde E. V. und von der Parfümeriefabrik Georg Dralle, Hamburg gestiftet sind. Ueber die Verteilung entscheiden die Preisrichter, doch soll keine Arbeit mit weniger als 50 Mk., keine mit mehr als 150 Mk. bewertet werden.

Die mit einem Höchstpreis von 150 Mark 10 ausgezeichneten Arbeiten gehen mit allen Rechten der Vervielfältigung in den Besitz der Deutschen Parfümerie-Zeitung über. An diesen sowie an den übrigen preisgekrönten Entwürfen hat die „Deutsche Parfümerie-Zeitung“ sowie „Das Plakat“ das Recht der einmaligen Abbildung.

Der Verlag der „Deutschen Parfümerie-Zeitung“ behält sich vor, auch nicht preisgekrönte Arbeiten anzukaufen.

Das Preisgericht tritt spätestens eine Woche 11 nach Ablauf der Einlieferungsfrist zusammen und ist unbedingt beschlussfähig; es wählt sich einen Vorsitzenden selbst. Die Beschlüsse werden mit einfacher Stimmenmehrheit gefasst und sind unwiderruflich. Bei Stimmengleichheit entscheidet der Vorsitzende. Das Urteil des Preisgerichtes wird in Tages- 12 Zeitungen, in der „Deutschen Parfümerie-Zeitung“ in den „Mitteilungen des deutschen Werkbundes“ sowie in der Zeitschrift „Das Plakat“ bekannt gemacht.

Alle eingegangenen Arbeiten verbleiben ein 13 Jahr lang zu Ausstellungszwecken in den Händen der „Deutschen Parfümerie-Zeitung“ bzw. des „Vereins der Plakatfreunde“ und werden dann auf Kosten der erstgenannten zurückgeschickt.

WETTBEWERB FÜR EINE HAUSMARKE

DER VEREIN DER PLAKATFREUNDE E.V.

veranstaltet im Auftrage der

CONTINENTAL TIMES

(Deutsche Geschäftsstelle Berlin W50, Augsburger Strasse 38)

einen Wettbewerb zur Erlangung von Entwürfen für eine HAUSMARKE (Symbol, Signet, Schutzmarke). Diese in Berlin erscheinende Zeitung verfolgt den Zweck, der Entente-Pressen in sachlicher und nicht gehässiger Weise ein Gegengewicht zu geben. Ueber dieses politische Ziel hinaus wahrt sie die Handelsinteressen Amerikas und der Centralmächte im gesammten neutralen Ausland. Sie erscheint dreimal wöchentlich in einer Wochenaufgabe von mindestens 80000 Exemplaren.

1 Gewünscht wird eine einfache, aber einprägsame symbolartige Zeichnung, die hauptsächlich im Kopf der Zeitung, dann aber auch in allen Werbemitteln, Drucksachen, Briefpapier usw. der Schriftleitung Verwendung finden soll. Bildliche oder illustrative Darstellungen sind daher nicht erwünscht, doch soll die Beziehung zu den Amerikanern möglichst zum Ausdruck gebracht werden.

2 Teilnahmeberechtigt sind zunächst Mitglieder des Vereins der Plakatsfreunde deutscher, österreichischer und ungarischer Staatsangehörigkeit, soweit sie bis zum Einlieferungstermin den vollen Mitgliedsbeitrag für 1916 bezahlt haben. Nichtmitglieder können die Mitgliedschaft bis zum Einlieferungstermine erwerben. (Jährlich 15 Mark, einschliesslich der sechsmal erscheinenden Zeitschrift „Das Plakat“; Anmeldung bei der Geschäftsstelle, Charlottenburg, Joachimstaler Strasse 1. Probehefte des „Plakats“ kostenlos.) Ausser Einzelmitgliedern des Vereins der Plakatsfreunde dürfen sich auch Kunstgewerbeschulen, die Mitglied des Vereins der Plakatsfreunde sind, an dem Wettbewerb beteiligen, und zwar derart, dass sie diesen Wettbewerb unter ihren Schülern

besonders ausschreiben und dass eine von dem Direktorium der Schule gebildete Jury bis zu drei Entwürfen, als die nach der Ansicht der Jury besten, unter dem Namen der betreffenden Anstalt einreicht, ebenfalls unter Angabe eines Kennwortes usw., wie es § 6 der Bedingungen verlangt. Auch Angehörige der Vereinigten Staaten von Nordamerika sind teilnahmeberechtigt; sie haben anstelle des Nachweises der Mitgliedschaft dem das Kennwort enthaltenden Umschlage eine Quittung beizufügen, dass sie bei einer Buchhandlung auf „Das Plakat“ abonniert sind. Die einzureichenden Arbeiten sollen die Marke 3 einmal in der Grösse von 16 □-cm, d. h. 4×4 cm, zeigen, und zwar mit den Worten „Continental Times“. Ausserdem ist eine Skizze von 36 cm Breite und 7 cm Höhe beizulegen, die zeigt, wie die Verwendung der Marke innerhalb des Zeitungskopfes gedacht ist. Es wird den Bewerbern dringend empfohlen, sich von der Schriftleitung Berlin W50, Augsburger Strasse 38, ein Exemplar der Zeitung kommen zu lassen.

Die beiden eingereichten Arbeiten dürfen nur 4 in schwarz-weiss ausgeführt und müssen mit den Mitteln des Zeitungsdruckes leichtwiederzugeben sein.

5 Die Entwürfe müssen spätestens am 1. Mai 1916, abends 5 Uhr, in der Geschäftsstelle des Vereins der Plakatfreunde E.V., Charlottenburg, Joachimstaler Strasse 1, eingegangen sein, und zwar mit dem Vermerk „Betrifft Wettbewerb“.

6 Die Entwürfe dürfen weder den Namen, noch ein Kennzeichen des Verfassers, sondern nur ein Kennwort tragen. Den vollen Namen und die Adresse soll ein beigefügter verschlossener Umschlag mit dem gleichen Kennwort enthalten.

7 Preisrichter sind die Herren: Vom Vorstande des Vereins der Plakatfreunde: Dr. Hans Sachs, Vorsitzender, Hans Meyer, Reg.-Baumeister a. D., Rudolf Bleistein, Fabrikant. Von Vereinsmitgliedern: Julius Gipkens, Maler, Dr. Johannes Steindamm, Zentralstelle für Auslandsdienst. Von der „Continental Times“: A. M. Cay, künstlerischer Beirat, Erich Harke, Direktor, R. L. Orchelle, literarischer Schriftleiter.

8 An Preisen setzen die Continental Times vier Hauptpreise zu je 75 Mark und für den unter diesen vier Entwürfen zur Ausführung bestimmten ausserdem einen Ausführungspreis von 50 Mark aus. Der Verein der Plakatfreunde E. V. stiftet hierzu aus den Mitteln seiner Kriegsspende weitere 150 Mark, und zwar in drei Nebenpreisen zu je 50 Mark. Ein und derselbe Künstler kann nur einen Nebenpreis erhalten, und zwar nur dann, wenn er keinen der vier Hauptpreise erhalten hat. Die vier Hauptpreise werden in jedem Falle verteilt, die Nebenpreise jedoch nur unter der Voraussetzung, dass sich nach Urteil der Preisrichter wirklich noch weiter auszuzeichnende Entwürfe unter den eingesandten befinden. Die Preisrichter sind berechtigt, die für Nebenpreise ausgesetzte Summe von 150 Mark auch anders einzuteilen.

Die Continental Times verpflichten sich, einen **9** der vier mit Hauptpreisen ausgezeichneten Entwürfe mindestens ein Jahr lang zu verwenden. Ihnen steht das Recht zu, den Entwurf auch weiterhin zu allen ihnen genehmen Zwecken ohne wesentliche Veränderungen zu verwenden. Dieser Entwurf geht mit allen Rechten der Vervielfältigung in das Eigentum der „Continental Times“ über, doch sollen grössere Veränderungen nur von dem betreffenden Künstler vorgenommen und angemessen vergütet werden.

An allen eingesandten Entwürfen hat der **10** Verein der Plakatfreunde das Recht der einmaligen Abbildung in seiner Zeitschrift „Das Plakat“.

Das Preisgericht tritt spätestens eine Woche **11** nach der Einlieferungsfrist zusammen und ist unbedingt beschlussfähig. Den Vorsitz führt der Vorsitzende des Vereins der Plakatfreunde E.V., Dr. Hans Sachs; im Behinderungsfalle wählen die anwesenden Preisrichter einen andern. Die Beschlüsse werden mit einfacher Stimmenmehrheit gefasst und sind unwiderruflich. Bei Stimmengleichheit entscheidet der Vorsitzende.

Das Urteil des Preisgerichts wird in Zeitungen **12** sowie in der Zeitschrift „Das Plakat“ bekannt gemacht. Die preisgekrönten Arbeiten werden in der Zeitschrift „Das Plakat“ abgebildet.

Alle eingegangenen Arbeiten verbleiben ein **13** Jahr lang zu Ausstellungszwecken in den Händen des Vereins der Plakatfreunde E.V. und werden dann auf Kosten des Vereins zurückgeschickt, wenn die Einsender innerhalb dieses Jahres den Wunsch dazu aussprechen und ihre Adresse und Kennwort der eingereichten Arbeit dem Verein angeben. Die nicht eingeforderten Entwürfe bleiben noch ein weiteres Vierteljahr bei dem Verein liegen und können dort gegen Quittung abgeholt werden. Nach dieser Zeit werden sie vernichtet.



Infolge aussergewöhnlicher Schwierigkeiten, die zum Teil durch zahlreiche Einberufungen in unserer Druckerei, zum Teil durch die kostbare Ausstattung hervorgerufen waren, konnte das Januarheft erst Ende Februar erscheinen, dann allerdings, wie man mit Genugtuung hervorheben darf, mit besonderer Anerkennung begrüsst. Zahlreiche Neuanmeldungen von Mitgliedern waren die unmittelbare Folge dieser Festnummer. Die nächsten Hefte werden wieder regelmässig erscheinen, also spätestens bis zum Ende der Monate März, Mai, Juli, September und November.

Beim Ausbleiben oder bei verspäteter Lieferung einer Nummer bitten wir die Mitglieder im Deutschen Reich sich stets nur an den Briefträger oder die zuständige Bestell-Postanstalt zu wenden. Erst wenn die Nachlieferung und Aufklärung nicht in angemessener Frist erfolgen, wende man sich unter Angabe der bereits unternommenen Schritte an unsere Geschäftsstelle.

Unsere fünf neu ernannten Ehrenmitgliedern sind unterdessen die Urkunden ihrer Ehrenmitgliedschaft zugestellt worden, deren Wortlaut von unserm Vorstandsmitglied Hans Meyer stammt, während die Anordnung und Ausführung von Heinz Keune, unserm neuen Ausschussmitglied, besorgt ist. Die Urkunden lauten:

Der Verein der Plakatkreunde E.V. hat Herrn Professor Dr. Gustav Pazaurek, den umsichtigen Leiter des Stuttgarter Landes-Gewerbemuseums und erfolgreichen Schöpfer der grössten öffentlichen Plakatsammlung Deutschlands, den unerschrockenen Vorkämpfer wahrer Kunst und unversöhnlichen Verfolger unechten Scheines, den grossen Anreger und treuen Warner zu seinem Ehrenmitglied ernannt, um die stete Förderung zu würdigen, die auch die Reklamekunst seinem allzeit rastlosen Eintreten in Wort und Schrift zu danken hat.

Der Verein der Plakatkreunde E.V. hat Herrn Professor Emil Orlik, den unvergleichlichen Meister graphischer Kunst, den allzeit tätigen und hilfsbereiten Freund unseres Vereins, zu seinem Ehrenmitglied ernannt, um seine Verdienste für die Reklamekunst zu würdigen, der er als der erste einer schon frühzeitig hervorragende Arbeiten geweiht, als Lehrer die reifsten und tüchtigsten Jünger geschenkt hat.

Der Verein der Plakatkreunde E.V. hat Herrn Paul Scheurich, den Meister der zarten Farbe und des witzigen Stiftes, den Träumer und Spötter, den feinsten Reklamekünstler Berlins zu seinem Ehrenmitglied ernannt, um ihm zu zeigen, dass auch stilles Schaffen beachtet und nach seinem Gehalt, nicht nach seinem Umfang gewertet wird.

Der Verein der Plakatkreunde E.V. hat Herrn Emil Gumprecht, den Inhaber des Hauses Hollerbaum & Schmidt, den Begründer und Leiter der führenden Berliner Kunstanstalt, den Anreger, Gönner und Förderer unserer besten Künstler, den langjährigen, allzeit bewährten Freund des Vereins zu seinem Ehrenmitglied ernannt, um seine Verdienste für die Reklamekunst zu würdigen, der er einst weitblickend und opferbereit die Wege geebnet hat und nun bald zwanzig Jahre eine sichere Heimstätte gewährt.

Der Verein der Plakatkreunde E.V. hat Herrn Gerhard Lang, den Inhaber des Hauses Reichhold & Lang, den Begründer und

Leiter einer der ersten Münchner Kunstanstalten, den Anreger, Gönner und Förderer so vieler hervorragender Künstler, den allzeit treuen und zuverlässigen Freund des Vereins zu seinem Ehrenmitglied ernannt, um die grossen Dienste zu würdigen, die er, kunstbegeistert und opferwillig, zielbewusst und treffsicher, der süddeutschen Reklamekunst geleistet hat.

Unsere Tätigkeit im Ausschuss für gute deutsche Werbesprache haben wir niedergelegt. Die Art des Betriebes im Zweigverein Gross-Berlin des Allgemeinen deutschen Sprachvereins entspricht so wenig den Grundsätzen, mit denen wir derartige Arbeiten zu betreiben pflegen, dass wir uns schweren Herzens zur Niederlegung der Arbeit entschlossen haben. Wir hoffen, der deutschen Sprache auch ohne diese amtliche Vertretung zu ihrem gebührenden Rechte verhelfen zu können und bitten hier besonders unsere Mitarbeiter, in ihren Aufsätzen dem Grundsatz getreu zu bleiben „Kein Fremdwort für das, was deutsch gut ausgedrückt werden kann!“

Auf den vorgehenden Seiten dieses finden unsere Leser die Bedingungen zweier neuer Wettbewerbe abgedruckt. Auch hier versuchen wir, wie bereits in den vorigen Wettbewerben, durch Zusatzpreise aus den Mitteln unserer Kriegsspende unsere Künstlermitglieder in dieser schweren Zeit zu unterstützen.

Das Ergebnis des in unserm Januarheft veröffentlichten Plakatwettbewerbes für die Zeitschrift „Deutsche Politik“ konnte in diesem Hefte noch nicht veröffentlicht werden. Das Maiheft wird den Bericht über die Sitzung der Preisrichter, die am Sonntag, den 5. März stattfand, sowie die Abbildungen der preisgekrönten Arbeiten bringen.

Am 22. Februar fand eine **Vorstands- und Ausschuss-Sitzung** statt, an der ausser dem Unterzeichneten die Herren Friedmann, Dr. Helman, Keune und Dr. Tauber teilnahmen. Die Besprechung galt allgemeinen Verwaltungsangelegenheiten, sowie neuen, demnächst zur Ausführung kommenden Plänen.

Auf Einladung des **Kunstmuseums in Essen**, das zurzeit eine Ausstellung der „Sechs“ in seinen Räumen veranstaltet, hielt der Unterzeichnete am 11. März daselbst einen Vortrag über „Deutsche Plakatkunst“, der von 160 farbigen Lichtbildern, darunter 20 nach wertvollen neuen Kriegsplakaten, unterstützt war.

Am 15. März fand wieder ein **geselliger Arbeitsabend** der Berliner Mitglieder statt, über dessen Verlauf im nächsten Hefte berichtet werden wird.

Unsere Mitglieder machen wir noch einmal darauf aufmerksam, dass die Erwerbung der lebenslänglichen Mitgliedschaft gegen einmalige Zahlung von 150 M. nunmehr auch in die bei Gericht eingetragenen Satzungen aufgenommen worden ist, und bitten, entsprechende Anmeldungen an unsere Geschäftsstelle zu richten. Bis zum 1. April wird der etwa schon gezahlte Jahresbeitrag für 1916 angerechnet. Nachdem es die Hauptversammlung vom 5. Januar dem Vorstande überlassen hat, über die Eingänge aus der Erwerbung der lebenslänglichen Mitgliedschaft zu verfügen, hat der Vorstand beschlossen, aus ihnen das bisher fehlende Vereinsvermögen zu schaffen, das nur bei besonderen Gelegenheiten angegriffen werden soll.



Wir machen, nochmals auf die beiden Druckstöcke aufmerksam, mit denen sich Mitglieder auf ihren Drucksachen als solche kennzeichnen können. Ein kleiner Vorrat dieser beiden Druckstöcke, die wir hier abdrucken, ist noch vorhanden und wird kostenlos abgegeben.

Sach s.

Papierhaus Berth. Siegismund Inh. Metzner, Berlin SW 68

BSB

-PAPIERE

*Apart, bewährt
und preiswert*



*Proben jederzeit
bereitwilligst*

LEO BÄCKER ⚙ **BERLIN W35**

AM KARLSBAD 16A

**Ständig grosses Lager in Papieren
für vornehme Buch- und Katalog-Aus-
stattung, Propaganda und Prospekte**

EDLE DEUTSCHE PAPIERE

für Lithographie - Radierung - Holzdruck - Lichtbildkunst

