

## E I N L E I T U N G

**D**ER Krieg ist nach Clausewitz die Fortsetzung der Politik mit veränderten Mitteln. Also erscheint umgekehrt die Politik als Vorläuferin des Krieges. Die Vermutung liegt nahe, dass diese Wesensverwandtschaft zwischen Krieg und Politik auch auf ihre Ausdrucksmittel übergreifen wird. Im Novemberheft 1915 dieser Zeitschrift wurde gezeigt, in wie verschiedenartiger Weise der Krieg sich der Reklame und ihrer Ausdrucksmittel bedienen muss. Wir sahen dort, wie der englische Staat für das Geschäft der Rekrutenanwerbung zum Plakat greift, wie Liebestätigkeit sich gleichfalls des Plakates bedienen muss, um ihre hochgesteckten Ziele zu erreichen.

Auch die Politik der Friedenszeiten konnte die Reklame nicht entbehren. Es ist wenig bekannt, dass hierbei auch die künstlerische Reklame zu ihrem Recht gekommen ist. Darum erschien es dem Herausgeber verlockend, einen Ueberblick über dieses Sondergebiet zu geben. Der Ausführung des Gedankens stellten sich mancherlei Hemmnisse in den Weg. Sie werden in erster Reihe durch die Schwierigkeit der Deutung bezeichnet, wenn es sich etwa um Plakate für schwedische, belgische, französische, englische innerpolitische Kämpfe usw. handelt, die oft zwei und mehr Jahrzehnte zurückliegen. Dennoch gelang es in den meisten Fällen, das reiche zu Gebote stehende Material unter gewisse Gesichtspunkte einzuordnen. Den politischen und geschichtlichen Schriftstellern, die bei der Arbeit behilflich waren, sei an dieser Stelle gedankt. Besonderer Dank gebührt aber Herrn Paul Westheim, der trotz Militärdienst den verbindenden Text zu dem hier veröffentlichten Material verfasst hat, schliesslich Herrn Dr. Ottokar Mascha in Wien, der aus seinen Sammlungen die interessanten belgischen und englischen Blätter – Abbildungen 10 bis 31 – beigesteuert hat. Mit Ausnahme dieser, ferner der Abbildung 88 (Sammlung von Zur Westen) sowie der Abbildungen 6, 7, 74, 84 bis 87, die einem französischen Werke entnommen sind, lieferten die Sammlungen des Unterzeichneten das gesamte Abbildungsmaterial. Seine Zusammenfassung geschah nach Ländern bzw. nach dem betreffenden politischen Zwecke (Wahlplakate, sozialpolitische Plakate usw.), während der Text dieser Anordnung oft nicht folgen konnte. Namen der Künstler sind, soweit bekannt, vermerkt. So hoffen Herausgeber und Verfasser ein übersichtliches Bild von der Kunst in der politischen Reklame geben zu können. Für Ergänzungen und Berichtigungen sind beide dankbar.

Der Herausgeber.