

Busch, eine bis dahin unbekannte Grösse. Nun hat aber dieser selbe Busch für das Jahr 1916 ein neues Blatt geschaffen, das an dieser Stelle hier gar nicht aufrichtig genug – heruntergerissen werden kann. Inmitten einer grossen weissen Fläche steht klein und vereinsamt ein schwarzes Dreieck. Man kennt es in guter Form und Art von Batschari, hält es für eine neue Reklame der alten Firma und geht achtlos daran vorüber. Wenn man dann zufällig einmal das Plakat ganz nahe vor sich sieht, wenn man etwa gerade an einer Haltestelle der Strassenbahn steht – sonst hat man ja in Berlin nicht Zeit zum Stehenbleiben – dann kann es sogar vorkommen, dass man in dem schwarzen Dreieck mit spielerisch dünnen, beinahe unwirklich schmalen weissen Buchstaben die Worte „Grosse Berliner Kunstausstellung“ entdeckt. Man denkt sich sein Teil, wendet den Blick von einer so elenden Reklame weg und sieht noch gerade im Weggehen einen kreisrunden schwarzen Schatten um das ganze Dreieck laufen, wie er etwa infolge Durchschimmerns eines darunter klebenden anderen Blattes manchmal auf weisser Fläche durchdringt. Neulich behauptete ein ganz schlauer, der schwärzlich-schmutzige Ring gehöre als Schlagertext zu dem Plakat und hiesse „Kriegsausstellung“. Es sei aber „fein gerastert oder gespritzt“ und daher für den Mob nicht zu enträtseln.

Scherz beiseite. Ich frage die Herren vom Vorstande der Grossen Berliner Kunstausstellung: Schämt Ihr Euch nicht, Ihr, die Ihr über Kunst redet und richtet, selbst malt und pinselt, dass Ihr blind geblieben seid für Eure Umwelt? Wisst Ihr nicht, dass Ihr mit solchen Schülerarbeiten keinen Menschen mehr in Eure ohnehin immer schlechter besuchte Kunstausstellung lotsen werdet? Machte irgendein Käsehändler oder Knopffabrikant heute solche Reklame, man würde den Stümper in Ruhe lassen oder belehren und vielleicht sogar ein williges Ohr finden. Euch aber müsste man erst in die Anfangsgründe der Reklamekunst einweihen. Oder trautet Ihr Eurem eigenen Urteil so wenig, dass Ihr Herrn Busch den Auftrag wiederum übergabt, weil er mit

einem Entwurf, der ein altes Motiv in nicht einmal besonders neuer oder origineller Form wiederholte, einen ersten Preis im Wettbewerb der AEG erhielt? Dann wehe dem armen Schüler, der Euch als seine berufenen Kritiker anerkannte, wehe über den Grössenwahn, dem der Ärmste anheimfallen muss!

Karl Karrenbach.

Zeitfragen

nennt sich die Beilage der „Deutschen Tageszeitung“, die in ihrer Nummer 6 vom 23. März 1916 einen Aufsatz über „Deutsche bildende Kunst und ihre Zukunft“ brachte. Albrecht Haupt, dessen Name allen Plakattreunden als Verfasser dieses köstlichen Aufsatzes eingepägt sei, führt da einen Don Quichote-Kampf gegen unsre arme Kunst, der hier zum heiteren Ergötzen abgedruckt sei:

„So wird es den Künstlern selber Erkenntnis, stümpfern und pfuschen zu müssen. Früher ernste und gewissenhafte Arbeiter kehrten sich um, gingen unter die Neuen, wurden jenes Geistes. Selbst Hodler war einst von anerkennenswertem Streben; seit ihn die Sucht nach Aufsehen und Gold wandelte, malt er keine Bilder mehr, nur noch Plakate.

Die unglückliche Plakatmacherei trägt schwere Schuld. Jede Anschlagsäule weist dem Künstler den Weg, wie Aufsehen zu erregen ist. Der Händlergeist der Zeit hat daraus eine eigene „Kunst“ zu machen versucht, während es sich nur um ein Gewerbe handelt, um eine Abkürzung und Verrohung der wirklichen Kunst. An Stelle der künstlerischen Bewegung trifft die verfrätzte Geste, alles in eine dem Zerrbilde nahestehende, möglichst auffallende Gestalt zusammendrängend; die Hieroglyphe, die uns anschreit, sucht alles zu überschreien.“ Eine Auseinandersetzung mit Herrn Haupt lohnt nicht, doch sei, um der Wahrheit die Ehre zu geben, folgendes bemerkt: Hodlers „Plakatwerk“ umfasst zwei (!) Arbeiten: die erste entstand 1897 für die Ausstellung der österreichischen Sezession, die zweite im Jahre 1915 für die des Vereins schweizerischer Maler und Bildhauer.

Sachs.

KLEINE MITTEILUNGEN

Berichtigungen

Die Firma Gebr. Fretz in Zürich bittet uns mitzuteilen, dass das auf Seite 106 des Märzheftes wiedergegebene Plakat von Walther Koch in ihrer Anstalt, nicht in der von J. C. Wolfensberger gedruckt wurde.

Im Beilageheft zum Maiheft 1916 muss es auf Seite 27 nicht „Holländische“, sondern „Dänische“ heissen.

Schliesslich erhielten wir von unserem langjährigen Mitgliede, Herrn Rechtsanwalt Dr. Levinger in München noch folgende interessante Ergänzung zu dem im Maiheft erschienenen Aufsatz von Herrn Westheim:

„In dem kenntnisreichen Aufsatz „Politik, Kunst, Reklame“ von Paul Westheim im Maiheft Ihrer Zeitschrift hat sich ein Irrtum eingeschlichen. Die Angabe, dass das Plakat zur bayerischen Landtagswahl 1912 niemals bis an die Strasse gelangt sei, trifft nicht zu. Ich habe an jener Landtagswahl tätigen Anteil genommen und weiss daher ganz bestimmt, wie freudig überrascht wir am Vorabend der Wahl waren, von allen Plakatwänden den tapferen

Stierkämpfer grüssen zu sehen, wie er den schwarzen Stier mutig bekämpft. Der Irrtum des Herrn Westheim mag daher rühren, dass das Plakat nur sehr kurze Zeit an den Wänden hing. Es wurde wohl nach kluger Berechnung erst am Abend vor dem Wahltage angeschlagen, um Gegenmanövern der angegriffenen Partei besser vorbeugen zu können. An Versuchen, das rasch auf der einen Seite populär, auf der anderen bestgehasst gewordene Plakat durch Abreissen, Überkleben oder auch durch Anrufen der Zensur unschädlich zu machen, hat es ja nicht gefehlt. Da in Bayern Bestimmungen ähnlich dem preussischen Plakatgesetz von 1849 nicht bestehen, hatten diese Versuche aber wenig Erfolg und das Plakat bewährte sich als eines der wirksamsten Aufklärungsmittel in jenem hitzigen Wahlkampf.“

Verfasser und Herausgeber In eigener Sache.

Das Januarheft der in St. Gallen erscheinenden „Schweizer Graphischen Mitteilungen“ brachte den Angriff eines ungenannten Mitarbeiters (diese Herren pflegen ihre Namen stets