

in Dunkel zu hüllen) gegen die künstlerische Ausstattung der Titelseiten der beiden Zeitschriften „Das Plakat“ und „Mitteilungen des Vereins Deutscher Reklamefachleute“. Obwohl des Aufsatzes wesentliches Merkmal Oberflächlichkeit und mangelndes Verständnis für Graphik waren, und er vom einseitig typographischen Standpunkt aus geschrieben war, hielt der Vorstand des Vereins der Plakafreunde es doch für angebracht, in derselben Zeitschrift dem Verfasser zu erwidern, um die Leser der „Schweizer Graphischen Mitteilungen“ nicht durch einen an erster Stelle des Blattes stehenden Artikel irreführen zu lassen. Unser Vorstandsmitglied, Regierungsbaumeister Hans Meyer, schrieb also eine kurze Erwiderung, die wir dem Herausgeber, Herrn August Müller in St. Gallen, honorarlos, aber mit der ausdrücklichen Bedingung überliessen, dass er diese Erwiderung ungekürzt erscheinen lasse und uns vorher Korrektur einsende. Die Korrektur erhielten wir auch, jedoch wurde ihr die Urschrift des Verfassers nicht beigelegt, wie es sonst üblich ist. Der Grund war leicht zu erkennen: Der Herausgeber hatte den ihm unbequemen Satz: „dass seine Zeitschrift sich als Schützerin des gesamten graphischen Kunstgewerbes vor solchen Entgleisungen in Acht nehmen solle“, selbständig geändert und daraus gemacht: „vor solchen Entgleisungen sollten sich die Buchdrucker in Acht nehmen.“ Wir forderten infolgedessen die Urschrift zur Vergleichung zurück und wiederholten, als wir keine Antwort erhielten, unsere Aufforderung mit der ausdrücklichen Erklärung, dass wir eine Druckerlaubnis nicht eher erteilen würden, als bis die Korrektur durch Vergleichung von uns richtiggestellt wäre.

Herr August Müller hielt es nicht für notwendig, diese selbstverständliche Forderung zu erfüllen, sondern druckte die Antwort in der Aprilnummer seiner Zeitschrift ab. Dabei liess er sich neuerdings einen schweren Uebergriff dem Verfasser gegenüber zu schulden kommen, er änderte den betreffenden Satz nochmals, indem er schrieb: „vor solchen Entgleisungen sollten sich die Buchdrucker und ihre Presse in Acht nehmen.“

Wir verzichteten darauf, Herrn August Müller auf Grund des Pressgesetzes zu einer Erklärung zu zwingen, denn Herr August Müller ist uns mit seiner ganzen Zeitschrift nicht wichtig genug, um auf die Angelegenheit weiteren Zeitverlust zu verwenden; aber an dieser Stelle sei diese Fälschung festgestellt, damit alle Verfasser von Aufsätzen in graphischen Zeitschriften ausdrücklich auf dieses Gebahren hingewiesen seien.

Sachs.

Vorträge und Ausstellungen

Der Unterzeichnete erhielt von der akademischen Stelle für Werkkultur in Wien, die dem österreichischen Werkbund angegliedert ist, eine Einladung, in Wien einen grösseren Lichtbildervortrag über neuzeitliche Plakatkunst zu halten. Die gleiche Einladung erging an ihn von Prag aus, u. z. durch das kunstgewerbliche Museum der Handels- und Gewerbekammer. Letztere hat gleichzeitig aus seinen Sammlungen eine umfangreiche Plakatausstellung zusammenzustellen, wie dies vor 2 Jahren auf der Bugra geschehen war, und stellte hierfür den Prachtbau des Rudolfinums in Prag zur Verfügung. Gleichzeitig forderte ihn das internationale Institut für das Hotelbildungswesen in Düsseldorf auf, daselbst 2 oder 3 Vorträge über Gasthausreklame zu halten und diese durch Lichtbilder und Ausstellungen zu unterstützen. Der Unter-

zeichnete wird den Einladungen zu Beginn des Winters Folge leisten.

Schliesslich veranstaltete unser Verein zum ersten Male in Berlin eine Ausstellung unsrer Zeitschrift, u. z. in den Räumen der Buch- und Kunsthandlung von Reuss und Pollack. Eine Einladung von Kurt Szafranski forderte zum Besuche dieser Ausstellung auf, die ausser an unsre Gross-Berliner Mitglieder noch an etwa 1000 Personen verschickt wurde; damit auch unsre auswärtigen Leser die hübsche Einladung kennen lernen, bringen wir sie in diesem Hefte als Beilage (Rückseite der Lesezeichenbeilage). In dem nicht sehr grossen, aber um so intimeren Ausstellungsraum sah man rings an den Wänden die 40 Umschläge, die wir im Laufe der 6 Jahre, die „Das Plakat“ jetzt hinter sich hat, herausgebracht hat, u. z. in besonders guten, gerahmten Drucken, während die Originale hierzu wie auch andere für „Das Plakat“ gezeichneten Arbeiten wie Zierbildchen usw. in besonderen Mappen besichtigt und gekauft werden konnten. Auf den ringsherum laufenden Tischen lagen verschiedene Hefte unsrer Zeitschrift aus, ebenso die dekorativen goldnen Anmeldekarten für die Mitgliedschaft, und als eine Art Fries, der den oberen Abschluss gab, konnte man an 20 besonders charakteristischen Plakaten, die den Jahren 1896 bis 1916 entstammten und den Sammlungen des Unterzeichneten entnommen waren, die Entwicklung der deutschen Plakatkunst während dieses Zeitraumes kennen lernen. Mit Otto Fischers „Alter Stadt“ begann diese Miniaturausstellung, die über die Klassiker Hans Unger (Nikodé-Konzerte), Th. Th. Heine (Freie Gemeinschaft), Edmund Edel (Marcell Salzer) zu den neueren (Bernhard Klinger, Hohlwein) und den allerneuesten und modernsten (Max Schwarzer) führte. Ein ursprünglich in Aussicht genommener Eröffnungsvortrag unterblieb mit Rücksicht auf die vorgerückte Jahreszeit, doch entschloss sich der Unterzeichnete, einer an ihn ergangenen Bitte folgend, zu Beginn des Winters im Deutschen Lyzeumklub zu Berlin einen grösseren Lichtbildervortrag über das Thema „Das Künstlerplakat, ein Kind der Strasse“ in Aussicht zu stellen, zu dem alle Besucher unsrer Ausstellung noch besondere Einladungen erhalten werden.

Sachs.

Reklame-Prüfungsstelle

Das deutsche Museum für Kunst in Handel und Gewerbe (Hagen i. W.), dessen Gründung und Bezeichnung einst so herrliche Verheissungen weckte, das aber heute nur teils in den Kellern des Folkwangmuseums, teils auf einem Briefbogen besteht, hat sich jetzt zu einem entscheidenden Schritte aufgerafft, seinen Zweck zu erfüllen, nachdem seine etwas dürftigen Wanderausstellungen offenbar die Wanderlust verloren haben. Einem uns zugegangenen Merkblatt entnehmen wir, dass das Museum eine Reklame-Prüfungsstelle in Berlin ins Leben gerufen hat. Die Auswahl der Persönlichkeiten, die in diese Stelle berufen wurden, zeigt das deutliche Bestreben, dem verderblichen Einfluss kunstbegeisterter Laien, die nichts von Reklame verstehen, die grössere Sachkenntnis des Werbeanwalts, der Rechtsgelehrten, der Qualitätsarbeiter und des Händlers entgegenzustellen. Hoffentlich erzielt das neue Unternehmen recht bald so grosse Erfolge in der Hebung der Kunst in Handel und Gewerbe, dass unser Verein die Lehren daraus ziehen und sich auflösen kann.

Meyer.