

(Seite 12) und das die Abbildung 8 wiedergibt, lässt sich nicht viel sagen: Es steht jenseits von gut und böse. Mit zwei kleinen Plakaten, die nicht für die Säulen bestimmt sind, sei die Reihe unsrer Nagelungs-Plakate abgeschlossen. Das Blatt von Viktor Schufinsky in Znaïm, einem besonders im Holzschnitt ausgezeichneten leistenden Künstler, das nur auf die Schwarz-Weiss-Wirkung abzielt, ist eine gute, stilvolle Arbeit (Abbildung 14). Wahrzeichen, Umrahmung und Schrift klingen hier gut zusammen. In seiner zurückhaltenden Wirkung hat sich dies Plakat selbst die Grenzen seiner Grösse vorgeschrieben. In mehrfacher Vergrößerung an der Säule würde es sicher einen weniger starken Eindruck machen. Das letzte der Nagelungsplakate, von dem wir zu sprechen haben, ist Jacoby-Boys Schriftplakat, das wir im Novemberheft des „Plakats“ bereits gezeigt haben, das aber jetzt des Zusammenhangs wegen noch einmal wiedergegeben sei (Abbildung 15). Die Schrift ist gute sachliche Arbeit. Die Umrandung gehört zu den Dingen, die man weder loben noch tadeln möchte. Sie passt gut zur Schrift doch fehlt ihr irgend ein belebender Zug. Weit mehr aber lässt sich über Text und Zweck des Plakates sagen. Auch die Worte dieses Plakates sind ein neuer Beweis dafür, dass man vor der Herstellung jedes Plakates erklären müsste: „Unberufenen ist die Abfassung des Textes streng verboten.“ Die Aufforderung: „Eiserne Nägel seien in eiserner Zeit ein Zeichen Eures Opfersinnes!“ ist eine plumpe Wendung, die für den Mann oder die Frau aus dem Volke nicht sofort verständlich ist. Klanglich unschön ist auch die Häufung von fünf „ei's“ in dem kurzen Satze. Auch die Mitteilung, dass man gegen eine Spende von 50 Pf. das Recht erwirbt, einen Nagel zu schlagen, ist wiederum keine ganz klare und zutreffende Erläuterung, denn es handelt sich nicht um eine Spende, sondern um das Einschlagen eines bezahlten Nagels. Ausserdem, verehrter Herr Verfasser dieses sinnreichen Textes, heisst es nicht das Schild, sondern der Schild. Es ist deutscher Sprachgebrauch zu sagen: „das Ladenschild“, aber „der Wappenschild“. Nun ist dieses Plakat aber kein gewöhnliches, sondern es ist ein Wirtshausplakat. Denn das Nageln hat in seinem kurzen Leben bereits so sehr Schule gemacht, dass es nicht nur in die Rathäuser und auf die öffentlichen Plätze, dass es sogar in die rauchgeschwängerten Wirtsstuben gedrungen ist. Ich kann nicht gerade behaupten, dass der Gedanke, dass „ein Teil der Dankesschuld gegen unsre tapferen Toten“, wie man es nennt, gerade hier abgetragen wird, etwas anheimelndes für mich hat. Man kann es sich mit geringer Phantasie leicht vorstellen, wie das Nageln hier betrieben wird.

Eine allgemeine Forderung muss noch erhoben werden, zu der weniger diese Nagelungsplakate als die weitaus überwiegende Mehrzahl der während des Krieges entstandenen Aufrufe zu Spenden und Wohltun Anlass geben. (Wenn wir nur für die Worte „Wohltun“ und „Wohltätigkeit“ einen andern Ausdruck prägen würden! Es liegt soviel Anmassung darin, zu sagen: Ich tue wohl.) Diese Aufrufe haben fast alle den Fehler, dass sie zu viele Worte machen. Die, welche diese Aufrufe erlassen und verfassen, werden natürlich von den besten Absichten geleitet. Wem das Herz voll ist, dem läuft der Mund über. Aber der langatmige Text muss in den meisten Fällen seine Wirkung verfehlen. In der Grosstadt gibt es nur wenige Menschen, die die Zeit haben oder sie sich nehmen, durchzulesen. Und ehe sie damit anfangen, sich durch die Menge der Sätze hindurchzuarbeiten, lassen sie es lieber ganz sein. So werden dem guten Zweck, dem diese Aufrufe und Plakate dienen, sehr viele Summen entzogen. Ein anderer Fehler dieser wortreichen Aufrufe ist es auch, dass sie immer dieselben bleiben. Man kennt sie schon vom Ansehen und geht achtlos an ihnen vorüber. Man sollte hier mit Text und Ausführung von Zeit zu Zeit wechseln. Das würde immer wieder die Aufmerksamkeit und Neugier erregen. Auch die Kunst muss bei dem überreichlichen Text zu kurz kommen, der sich gar nicht anders machen lässt, als dass ihn der Drucker aus seinen Setzkästen zusammensetzt. Nur im knappen, vom Schriftkünstler geschriebenen Text lassen sich künstlerische Zwecke erreichen. Aus diesen hier nur angedeuteten Bemängelungen der Werbetätigkeit für das öffentliche Wohlfahrtswesen geht hervor, dass seine Leiter es mit laienhafter Eigenmächtigkeit betreiben. Den Werbefachleuten ist dieses Gebiet so gut wie ganz verschlossen. Es ist eine im Interesse aller Wohlfahrtsvereine zu erhebende dringliche Forderung, dass sie ihre Werbetätigkeit in die Hände der berufenen Werbefachleute legen. Der Grund, weshalb sie das bisher nicht getan haben, wird wohl der sein, dass sie sparen wollen und jede nur mögliche Tätigkeit von Ehrenbeamten ausführen lassen. Aber man spart nicht, wenn man etwas schlecht macht, sondern man schadet dem Zwecke, dem diese Wohltätigkeit zugute kommen soll.

Es ist hiermit wie überall, bei den Wohltätigkeits-Vereinen wie beim Hurrakitsch, beim Hurrakitsch wie bei den Nagelungswahrzeichen: Die Regellosigkeit und die Unzulänglichkeit, mit der das alles behandelt und in die Welt gesetzt wird, rührt nicht daher, weil es uns an Menschen fehlt, die es besser machen können, sondern weil diese, die es verstehen, nicht gefragt und