

welche Schwierigkeiten im Berichtsjahre zu überwinden waren, um die Zeitschrift nach ihrem Umfange wenigstens auf der gleichen Höhe zu halten, inhaltlich auf noch grössere zu bringen, als bisher. Der Vorsitzende glaubt dieses Ziel erreicht zu haben. Der Umfang ist, an der Zahl der Seiten gemessen, gleich geblieben, an der der Abbildungen und farbigen Beilagen gemessen, wieder gewachsen. Die Beilagenhefte „Kunst, Politik und Reklame“ und „Werbemittel für Tabakwaren“ trugen nicht weniger dazu bei, uns neue Freunde zu werben als das Januarheft, dessen kostspieliger Druck in Gold und drei weiteren Farben allgemein als eine besondere Kriegsleistung angesehen wurde. Neu eingeführt wurde als ständige Spalte eine Berichterstattung „Aus anderen Blättern“, der sich vom neuen Jahre an eine solche über den „Briefwechsel des Vereins“ anschliessen soll, aus dem allerlei, was in irgend einer Beziehung Interesse für die Mitglieder haben kann, mitgeteilt werden soll. Mehr noch als bisher wurde den Grenzgebieten künstlerischer Reklame Beachtung geschenkt — Architektur, Graphik, Mode, Reklametechnik usw.

Besondere Schwierigkeiten bot in diesem Jahre die Beschaffung der Beilagen. Kleinere Betriebe lagen infolge Arbeitermangel u. dgl. ganz still, grössere hatten mit denselben Schwierigkeiten zu kämpfen oder waren mit Arbeiten überhäuft. Es muss daher besonders anerkannt und hervorgehoben werden, dass Firmen wie Dumont Schauberg in Köln, Emil Hochdanz in Stuttgart, Hollerbaum & Schmidt in Berlin, Julius Jahl in Mannheim, Richard Labisch & Cie in Berlin, Nauck & Hartmann in Berlin, Schupp & Nierth in Dresden und andere, die nicht alle aufgezählt werden können, auch in diesen schweren Zeiten der Material- und Lohnsteigerung uns jede nur mögliche Unterstützung durch kostenlose Lieferung farbiger Beilagen angedeihen liessen.

Der buchhändlerische Vertrieb war mit Beginn des Jahres 1916 an den Verlag Arthur Collignon in Berlin übergegangen. Bei ihm gestaltete sich der Absatz von Abonnements und Einzelheften äusserst rege, wie bei der Kassenübersicht deutlich zum Ausdruck kommen wird. Auch kaufte er den gesamten Restbestand unserer noch vorhandenen Hefte und Jahrgänge zu annehmbarem Preise an. Durch Anzeigen usw. tat er das seinige zur Weiterverbreitung des „Plakats“.

Neben der Herausgabe der Zeitschrift war es im Berichtsjahre hauptsächlich die Veranstaltung von Wettbewerben, die uns in Anspruch nahm, gleichzeitig aber sich wieder als ausgezeichnetes Mittel zur Mitgliederwerbung und Verbreitung unserer Ziele erwies. Nicht weniger als dreimal wurde uns im Jahre 1916 von Kaufleuten oder Verlegern der Auftrag zuteil, ihnen durch einen Wettbewerb geeignete Entwürfe zu verschaffen, ein viertes Mal beteiligten wir uns mit der Stiftung von Preisen an einem solchen Wettbewerb. Dem Wettbewerb für ein Plakat für eine politische Zeitschrift in Weimar folgte einer für Parfümeriepackungen, ein weiterer für einen Zeitungskopf und schliesslich wieder ein Plakat für Gummierzeugnisse. Man hat uns mehrfach angegriffen, weil wir diese Wettbewerbe fast stets nur auf unsere Mitglieder beschränkten. Die Gründe, warum wir das taten, hat Hans Meyer ausführlich in seiner Besprechung des verfehlten A. E. G.-Wettbewerbes*) dargelegt. Hier sei nur nochmals betont, dass der Erfolg uns recht gegeben hat: Fast in allen Fällen konnten dem Auftraggeber wirklich gute und brauchbare Arbeiten als preisgekrönte überreicht werden. Wo einmal der Erfolg nicht gut war, lagen die Gründe in der Schwierigkeit der Aufgabe und der dieser nicht entsprechenden Höhe der Preise. Der Verein stiftete in allen Fällen Zusatzpreise. Hierfür wurden Teile der Kriegsspende verwendet, die der Vorstand nicht besser verwerten zu können glaubte, als durch diese Gelegenheit den jüngeren, vom

*) Juliheft 1916.

Kriege besonders stark betroffenen Künstlern Mittel zuzuweisen. Wie schon erwähnt, haben diese Wettbewerbe sich als ausgezeichnetes Mittel zur Mitgliederwerbung erwiesen. Lässt sich auch nicht in jedem einzelnen Falle nachweisen, welcher Grund jemanden bewog Mitglied unseres Vereins zu werden, so haben wir doch in über 100 Fällen zweifelsfrei feststellen können, dass der Wunsch, sich an diesen Wettbewerben beteiligen zu können, der unmittelbare Anlass zur Anmeldung gewesen war. Erfreulicher noch als diese Tatsache darf ja von uns verbucht werden — und dies sei denen, die uns so oft angreifen, besonders gern mitgeteilt — dass von diesen 100 sich nur 3 für das folgende Jahr wieder abgemeldet haben, die übrigen 97 haben auch an unserer Zeitschrift so viel Gefallen gefunden, dass sie dem „zwangsweisen“ Eintritt anlässlich ihrer Wettbewerbsbeteiligung gern nachträglich ein freiwilliges Verbleiben im V. d. P. folgen lassen.

Weitere Werbetätigkeit wurde im Berichtsjahre wiederum durch Anzeigen ausgeübt. Mit der „Hilfe“ wurde ein Anzeigentauschabkommen geschlossen, die „Deutsche Politik“ brachte zum Dank für unsere Mitarbeit an ihrem Wettbewerb entgegenkommenderweise drei ganzseitige Anzeigen unseres Vereins mit wechselndem Text, im „Berliner Tageblatt“ zeigten wir die letzte Wettbewerbsveranstaltung an usw. In der Schweiz eröffnete unser bewährter Vertrauensmann, Herr Direktor C. Vogelsang in Zürich, einen förmlichen Werbefeldzug bei allen grossen Firmen, die noch nicht Mitglieder unseres Vereins sind, und schliesslich muss die Versendung zahlreich verlangter Probehefte usw. unter das Kapitel „Werbetätigkeit“ eingereiht werden. Aus vielen Krankenhäusern im Heimatgebiet, Lazaretten in der Etappe, Kasinos und Unterständen an der Front gingen uns Bitten zu, die kahlen Wände durch Plakate und Beilagen zu schmücken, die flauere Stimmung durch Farben zu beleben, den Gesunden oder Verletzten Anregung und Abwechslung durch unsere Hefte zu bieten. Es bedarf kaum der besonderen Erwähnung, dass diesen Bitten in weitestem Masse entsprochen und viel Dank damit geerntet wurde. Auch wurde unsere Zeitschrift mehrfach an Lazarettschulen zum Unterricht für Kriegsbeschädigte zur Verfügung gestellt.

Der Weiterverbreitung unserer Bestrebungen galten auch die Ausstellungen, die wir zur Belebung des Absatzes unter den Buchhändlern veranstalteten. Hier wurde nur die Zeitschrift selbst, Beilagen, Umschläge, Originale, Drucksachen des Vereins usw. ausgestellt. Ueber die erste derartige Veranstaltung bei der Buchhandlung Reuss und Pollack in Berlin berichtet das Juli- und das September-Novemberheft 1916; es folgten ebensolche Veranstaltungen in Stockholm und Hamburg; der Erfolg konnte in der Anmeldung neuer Mitglieder und im Verkauf von Heften leicht zahlenmässig festgestellt werden. Er stärkte ausser dem moralischen Erfolge unsere Kasse fast um 200 Mark. Im Kassenbericht kommt diese Summe nicht gesondert zum Ausdruck.

Die Arbeiten, die anlässlich unserer Wettbewerbe eingegangen waren, wurden, wie üblich, in Stuttgart und Hannover ausgestellt. Mittelbar dienten der Werbetätigkeit auch Sitzungen, die sich durch besondere Vorführungen auszeichneten und zahlreiche Gäste anzogen. Erinnerung sei an die vorige Hauptversammlung (Ausstellung von Wettbewerbsarbeiten*) sowie an den „Geselligen Arbeitsabend“ vom 15. März**) und an die Sitzung vom 17. Oktober (Ausstellung von Kriegsplakaten***).

Uebersaus häufig wurde die Tätigkeit der Auskunftsstelle des Vereins in Anspruch genommen. Es lässt sich kaum zahlenmässig nachweisen, wie oft mittel- oder unmittelbare Anfragen, Empfehlungen von Künstlern oder Kunstanstalten, jetzige oder spätere Aufträge zur Folge hatten. Eine Berliner und eine Züricher Weltfirma veranstalteten engere Wettbewerbe unter 6 bzw. 15 von uns

*) Januarheft 1916, Seite 78. **) Maiheft 1916, Seite 158. ***) Seite 76.