

## Das Firmenschild. Eine kleine Aufmunterung.

Der Architekt, dem seine Kunst die Mutter aller Künste ist, liebt natürlich auch die Plakatkunst. Mit zunehmender Freude, ja mit Begeisterung und wahrer Anteilnahme sieht er, wie sich das Plakat entwickelt und aus der Kindheit, da es als Lithographen-Plakat noch recht ausdruckslos war, über die Flegeljahre, da wir es als grobschlächtiges Radauplatat kannten, den Weg gefunden hat, auf dem es – durch die Schule des Expressionismus vielleicht – sich zu künstlerischer Vollwertigkeit durchringen wird: das Plakat zuguterletzt als echter Sprössling der Wandmalerei!

Freilich, das Plakat ist von unstetem Wesen und ist damit ein wenig aus der monumentalen Art der Mutter Wandmalerei geschlagen. Als Reklamedienlerin – das bringt der Beruf so mit sich – kommt und geht das Plakat in täglich neuer Gestalt. Die alte Wandmalerei hatte es so viel, viel besser. In manchen Häusern schien sie wie für alle Ewigkeit geborgen. Aber eine Zwillingeschwester hat das Plakat, dem eine etwas dauerhaftere Natur gegeben ist. Das ist das Firmenschild.

„Firmenschild“ – bereits in seinem beinahe ein wenig altmodisch klingenden Namen liegt etwas Geruhfameres und Gediegeneres! An die „Schildereyen“ frommer Altarmaler und an die „Schilde“ und Wappenbilder stolzer Ritter längst vergangener Zeiten erinnert es uns fast. Das Firmenschild ist eine durchaus gediegene Person und auch nicht mehr so jung an Jahren wie das Plakat, allerdings – wie das so geht – in aller Ehrbarkeit bereits ein wenig auch versauert. Es fehlt an Leben und Bewegung. Kein Wunder freilich! Die Schwester mit dem neumodischen Namen hat es leicht: die lustigsten und fecksten der Kunstbesessenen machen ihr den

Hof, während sie, das Firmenschild, noch immer den trocknen Tröpfchen von Firmenschreibern ausgeliefert ist. Ach – und wie gern sähe es der Architekt, wenn sich auch ihrer jene anderen munteren Liebhaber ein wenig annehmen wollten! Das Firmenschild ist es wirklich wert! Bei ein wenig Umgang mit jenen Malkünstlern würde es sicherlich aufblühen und seiner Herkunft von einer so hohen und ehrwürdigen Mutter, wie es die alte Wandmalerei ja ist, sich bald würdig erweisen. Ja noch mehr als die – gestehen wir's – oft etwas lockere Schwester würde das Firmenschild schon seiner dauerhafteren Natur wegen bald Züge wirklich monumentaler Art entwickeln. Man denke sich das Firmenschild nur etwa in einer so „gehobenen“ Stellung wie vielleicht an einem hohen Brandgiebel! Einmal erst der Buchstabenweisheit jener Firmenschreiber entwachsen wird es in solcher Lage unter der Hand der Malkünstler ganz „Schilderey“ werden und sicherlich alle Vorzüge seiner alten und edlen Herkunft hervorkehren. Es wird sich nicht begnügen, kümmerliche Worte zu buchstabieren; es wird ganze Geschichten erzählen und schildern. Statt der dürren Worte wie etwa „Wolle en gros“ wird es uns froh sich tummelnde Schafe auf grüner Aue mit dem Schäfer blicken lassen oder, wie es früher schon einmal war, statt „Tabake, Zigarren“ uns den rauchenden „Wilden Mann“ vorführen. Und das Haus, dem das Firmenschild dient, wird bunt und lustig werden – dem Architekten und allen kunstfrohen Menschen zur Augenweide.

Auf denn, ihr Jungen, die ihr „Wände sucht“! Das Firmenschild bringt sie Euch als Morgengabe mit.

WILHELM JOST, BÖBLINGEN.

## Vom Wesen und Unwesen der Schilderei.

Bis zum Überfluß redet man heute von einer neuen Anschauung, von der Durchdringung des Alltags mit dem Geiste einer neuen Schönheit, und es handelt sich im letzten Grunde doch nur um ziemlich einfache Dinge, die mit dem Verlangen nach ehrlicher, einfacher und zweckentsprechender Lebensweise in sozialer und hygienischer Beziehung übereinstimmen. Wir versuchen, eine leichtere und farbenfrohere Ausgestaltung unserer Umgebung zu erlangen, weil uns feinere Beziehungen zu ihr drängen, die Menschen und die Dinge selbst vor einem neutralen Hintergrund in klarer Darstellung zu sehen.

Menschen, die hellhörig den Grundkräften unserer Zeit lauschen, wissen daher, daß es für sie in jeder Beziehung, mögen sie lediglich eine Befriedigung ihres nach Harmonie suchenden Gefühls dabei verspüren, oder wollen sie in durchaus richtiger Bewertung der herrschenden Zeitströmung nur ihre Geschäfte fördern, lohnenswert ist, klar erkannte Kulturbedürfnisse der lebendigen Stunde in eine echte Form zu bringen.

Das muß in dieser stark bewegten Zeit besonders der Geschäftsmann begreifen. Er vor allen muß den Aufgaben der gegenwärtigen und der künftigen Wirtschaftszeit rechtzeitig Verständnis entgegenbringen. – Dazu gehört, daß er auch von dem zurzeit immer noch sich breit machenden Unwesen der Schilderei loskommt.

Der diesen Darlegungen vorangehende kleine Artikel über „Das Firmenschild“ läßt unschwer erkennen, daß gegenwärtig allerlei Bestrebungen im Gange sind, die das gleiche Ziel zu erreichen trachten.

Um das Wesen des Firmenschildes begreifen zu können, genügt es nun schwerlich, einfach zu glauben, daß der im heutigen Geschäftsleben so offensichtlich zutage tretende Zweck der Bekanntmachung einer bestimmten Firma etwa über dem bestimmten Geschäftslokal der alleinige sei, daß es demnach also genüge, wenn durch die nackte Angabe, daß der oder jener hier oder dort wohne, das oder jenes feilhalte, die Aufgabe erfüllt sei, die zu erreichen trachtet, einen größeren Abnehmerkreis zu erwerben. – Vielmehr