

Werte einen schweren Stand. Wir geben einige Proben aus diesem Heft wieder (Abb. 23 und 24.) Mayer hat für eine große Anzahl Kölner Firmen geschmackvolle Werbedrucksachen geschaffen, darunter ganz entzückend schöne Arbeiten. Es fehlt nur noch an einer gewissen Ausgeglichenheit, denn nicht alles ist gleichmäßig gut, wenn auch seine Inserate eine eigenartige persönliche Note aufweisen.

Wie der Reklameaufdruck von Papierproben in Verbindung mit den nötigen Angaben über Qualität usw. in geschmackvoller Weise gestaltet werden kann, zeigt Alexe Altenkirch in ihren Arbeiten für die Papierfabrik I. W. Zanders. Da das Papier voll zur Geltung kommen muß, ist der Künstlerin hier eine gewisse Beschränkung auferlegt. Alexe Altenkirch weiß aus der Not eine Tugend zu machen durch geschickte Aufteilung der Fläche, sparsame Ornamentierung und eine ausdrucksvolle kräftige Schrift. Plakatmäßig dekorativ wirken das stilisierte Bild einer

Maschine und das durch einen nicht ganz neuen Kunstgriff als Fernansicht dargestellte Bild der Fabrikanlagen.

Nicht alle Kölner Großfirmen entwickeln in ihren Reklameäußerungen solches Verständnis wie Feinhals, Tietz, Cords und andere. Wenn man die Masse der von Gebr. Stollwerck, der bekannten Schokoladenfirma,

verschleuderten großen und kleinen Reklamedrucksachen mit der künstlerischen Qualität in Beziehung bringt, so bedauert man unwillkürlich das hierfür aufgewandte Kapital. Stollwercks Drucksachen sind fade und süßlich, und das eine Bernhardplakat kann an dem Urteil nichts ändern.

Es ließe sich eine kleine Monographie schreiben über die Verwendung eines ebenso dankbaren wie für Köln begreiflichen und natürlichen Plakatmotivs, die Kölner Domtürme. Dutzendweise kehren sie auf Plakaten, Umschlägen, Anzeigen, Katalogen, Reiseführern usw. wieder. Deiker macht aus ihnen auf einem Blatt für das Internationale Wettfliegen den Mittelpunkt einer Luftkirmes, Daenert ist zu bunt, Schwartz läßt sie als Folie des Karnevalstreibens dienen, erst einigermaßen verständlich schauen die Türme drein auf Hermann Coßmanns Plakat Verkehrswoche (Abb. 20) Das Beste aber, was ein Plakatkünstler bisher in der Verwertung dieses Motivs geleistet hat, ist Coßmanns zum Aus-

ORIENT-TEPPICHE

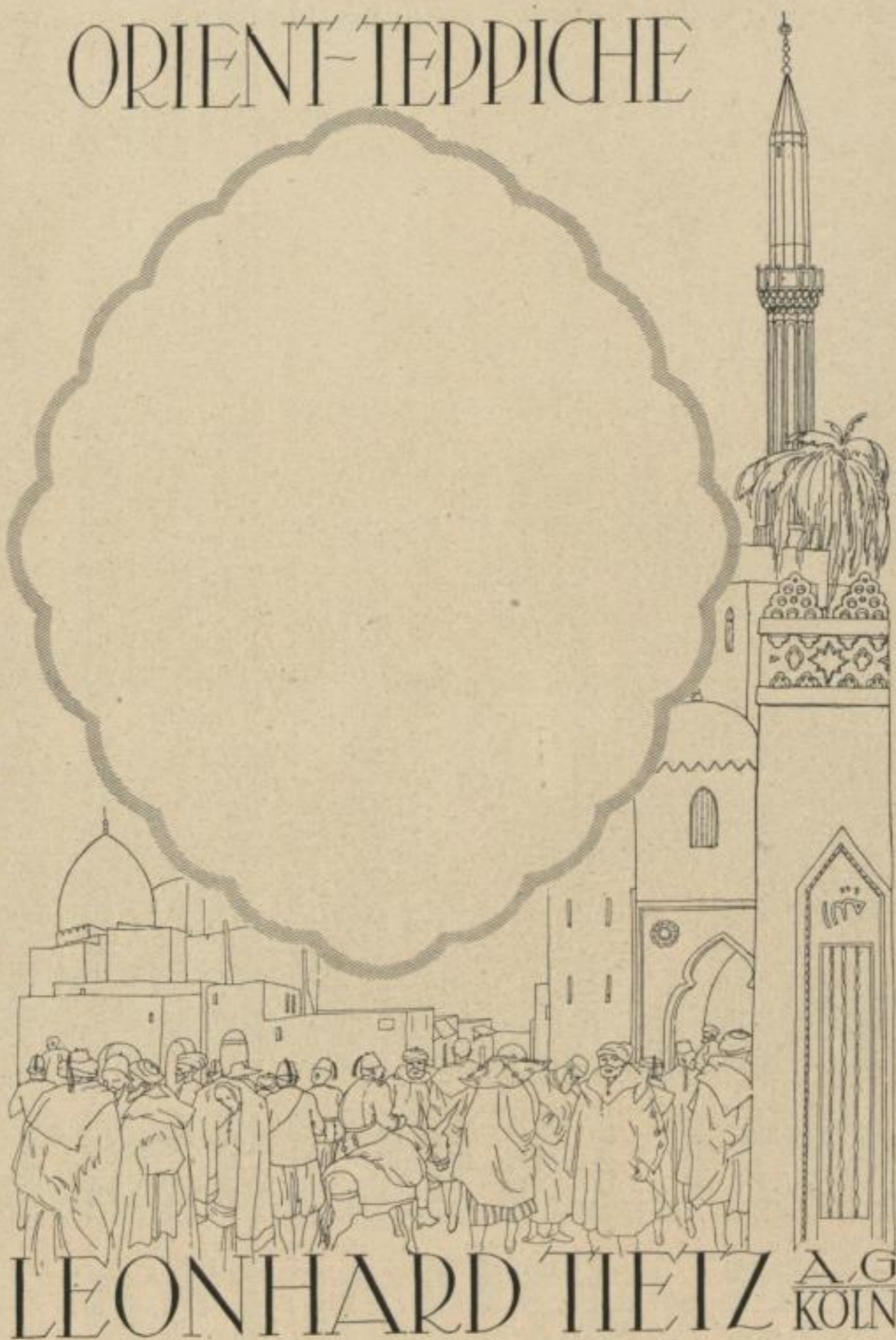


Abb. 22 ADOLF UZARSKI / Anzeige

hang in England bestimmt gewesenes Plakat „Cologn old and new“ für die Ausstellung Alt- und Neuköln (1912). Wie hier als Symbol der neuen Zeit die stark seitlich gesehene Hohenzollernbrücke neben die frontal gezeichneten Türme gesetzt ist, und der Rhein als unzeitliches Element beides verbindet, das ist gedanklich