

Den Franzmann vermöbelt,  
Den Briten geknebelt,  
Den Russen verdroschen,  
„Heraus mit den Groschen!“

Schließlich sei an dieser Stelle noch das vom Bild- und Filmamt an Hans Rudi Erdt in Auftrag gegebene Plakat genannt, das für den „feldgrauen Groschen“ zu werben bestimmt war, und dessen Druck Hollerbaum & Schmidt in Berlin besorgte. Die Farbewirkung ist bestechend und anziehend, was allerdings bei der Verwendung von sechs Farben unschwer zu erreichen ist. Aber diesem Plakat haftet jene quälende Unruhe an, die neuerdings mehr und mehr Erdt'sche Gewohnheit geworden ist, und die er schleunigst abtun sollte, wenn er nicht seinen wohlverdienten Ruf ernstlich gefährden will.

Soviel über die Plakate zur 6. Kriegsanleihe! Der „Erlersche Mann im Stahlhelm“ wurde auch in einer sehr großen Auflage in Form von Postkarten herausgegeben, wobei die verschiedenartigsten technischen Verfahren zur Anwendung kamen. Teils wurde vierfarbiger Steindruck, also originalgetreue Wiedergabe des Plakats gewählt, teils wurden die Karten in einfarbigem, teils in mehrfarbigem Kupfertiefdruck hergestellt. Künstlerisch am wertvollsten waren wohl die einfarbigen Kupfertiefdruckkarten. Die Erlers-Postkarten waren vornehmlich dazu bestimmt, vom Heer nach der Heimat geschickt zu werden; ein kleiner Teil gelangte überdies in den Schulen zur Ausgabe. Am Druck nahmen folgende Firmen teil: Selmar Bayer-Berlin, Hollerbaum & Schmidt-Berlin, Arnold Weylandt-Berlin, Eckstein & Stähle-Stuttgart, Fritz Maison-München, Dr. C. Wolf & Sohn-München. Die ein- und mehrfarbigen Kupfertiefdruckkarten entstammten der Münchener Graphischen Gesellschaft Pick & Co. in München.

Ebenso wie das Feldheer, wurde auch die Marine mit

Postkarten versehen. Leider wurde dieser Entschluß erst so spät gefaßt, daß der bekannte Marinemaler Hubert vor die wenig dankbare Aufgabe gestellt werden mußte, innerhalb 24 Stunden ein Original zu schaffen. Daß der Künstler dies bewältigte, und daß auch die Vereinigten Kunst-Institute Aktiengesellschaft vorm. Otto Troitzsch in Schöneberg die Millionenaufgabe innerhalb weniger Tage fertigstellen konnten, beweist, wie erheblich sich die geographische

Lage des Landes der unbegrenzten Möglichkeiten verschoben hat.

Auch die Klein-Graphik machte sich die Reichsbank für ihre zwei Flugblätter dienstbar, durch die in Riesenaufgaben über ganz Deutschland geworben wurde. Beide Flugblätter, das einfarbige mit dem Text „Helft zum Siege“, das zweifarbige mit dem Stichwort „Die Engländer“ sind von Louis Oppenheim-Berlin, illustriert. Ersteres zeigt als Stirnzeichnung ein die brandenden Wogen durchschneidendes U-Boot. Ganz einfache, schlichte Striche vertragen vorzügliches Können. Am Fuß der Rückseite steht Michel, geschützt von Wehrmann und Matrosen und legt die Hände auf schwere Geldsäcke. Auf dem zweiten Flugblatt stellt Oppenheim den geschwächten englischen Löwen, ebenfalls in einfachster Schwarz-weiß-Manier mit farbiger Kontur, dar. Den Löwen umlauern U-Boote und ein Zeppelin.

Ueber den Text dieses Flugblattes, ebenso über Text

und Inhalt sämtlicher Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften zu sprechen, verbietet mir meine angeborene Bescheidenheit; sie stammen von mir, und es sieht schlecht aus, wenn ich sage, wie gut sie mir gefallen.

Dagegen darf ich das von den Zigaretten-Tüten der Firma Manoli behaupten, deren Vorderseiten eine würdige Reklame für die Firma, deren Rückseiten Sinnsprüche und Gedichte bringen, die sich mit der Kriegsanleihe beschäftigen.



Abb. 15 A. GUGGER / Kalenderblatt  
Druck: Hubacher & Co. A.-G., Bern