



Abb. 16 PAUL BÖSCH / Erinnerungsblatt

Diese Art freiwilliger Mitarbeit ist überhaupt äußerst dankens- und nachahmenswert; sie ist bei dieser und auch schon bei früheren Anleihen von vielen Firmen in mehr oder minder ausgedehntem Maße geübt worden. So haben vor allen Dingen sehr viele Hauszeitschriften großer Industriefirmen sich in den Werbedienst der Kriegsanleihe gestellt und unter anderm eine Anzahl der zu den Werbevorträgen gehörigen Oppenheim'schen statistischen Bilder veröffentlicht.

Die nahezu 100 Bilder, die Oppenheim für die drei Werbevorträge geschaffen hat, und die sowohl in Gestalt von Lichtbildern, wie in Form von Bildertafeln zur Vorführung gelangten, gehören zum besten, was jemals auf diesem Gebiet geleistet worden ist. Es ist bewundernswert und erfreulich zugleich, mit welchem sicherem Instinkt, mit welcher vortrefflicher Technik und nicht zuletzt mit welchem sonnigem Humor dieser Künstler die überaus trockene, statistische Materie zu meistern verstand.

Weniger erfreulich als die freiwillige Mitarbeit der Industriellen, die in wirklich uneigennütziger Weise der Sache zu dienen bestrebt sind, ist die freiwillige Mitarbeit gewisser „Kunstanstalten“. Weil beim besten Willen nicht alle Kunstanstalten und Druckereien in Deutschland Aufträge erhalten können, bleibt stets eine Reihe von Firmen übrig, die nichts bekommen. Da sind nun jedesmal etwelche darunter, die Rache schnauben. Die setzen sich flugs hin und machen selbst Flugblätter und Werbeschriften, und da ihnen am Vaterlande weniger liegt, als am Kriegsgewinn, so bieten sie

sie den Banken, Kommunen usw. zu recht gepfefferten Preisen zum Kauf an. Die aber glauben vielfach, es handle sich um amtliches Werbematerial, und kaufen das bedruckte Papier. Nun wäre daran ja nicht allzuviel gelegen, und die Käufer würden auch gute Miene zum bösen Spiel machen, wenn die Flugblätter nicht in völliger Unkenntnis der Sachlage, aber auch in völliger Verkennung der Werbebedürfnisse abgefäbt wären. Was da an minderwertigem, unrichtigem, zum Teil sogar gemeinschädlichem Zeug in die Welt gesetzt worden ist, läßt sich nicht beschreiben, und es ist nur bedauerlich, daß sich keine Möglichkeit bietet, diesen Piraten gründlich das Handwerk zu legen oder sie wenigstens zu zwingen, die Texte vorher auf ihre Richtigkeit prüfen zu lassen. Die Illustrationen dieser Flugblätter entsprechen meist ihrem geistigen Inhalt. Daß sich mitunter Künstler von Ruf an diesen Entgleisungen beteiligen, macht den Brei nicht schmackhafter.

Da hier von der künstlerischen Werbefähigkeit die Rede ist, darf auch die Filmreklame nicht unerwähnt bleiben. Der Film hat sich im Laufe der Jahre zu einer solch außerordentlichen, technischen und künstlerischen Vollendung emporentwickelt, daß er ohne Skrupel in die Rubrik „Kunst“ aufgenommen werden darf. Die offiziellen Werbefilme zur 6. Kriegsanleihe waren, ebenso wie bei den früheren Anleihen, dem Vaterländischen Filmvertrieb Julius Pinschewer-



Abb. 17 F. GILSI / Erinnerungsblatt