



Abb. 35 WILHELM KÄGE / Plakat
Druck: A. B. Kopla, Stockholm

oft aber etwas temperamentlos. Und dann in jedem Hefte ein paar Scheurichsche Zeichnungen, Silhouetten, prickelnde Federzeichnungen mit köstlichen Typen aus der männlichen und weiblichen Lebe- und anderen Welt, oft mit guten Witzern darunter! Auch andere Künstler – Orlik, Christophe, Niczky seien genannt – beleben mit ihren Zeichnungen die Hefte der „Dame“, bei denen die schmissigen Modezeichnungen nicht das schlechteste sind.

Und da vom Geschmackvollen zum Geschmacklosen leider oft nur ein Schritt ist, so sei hier auf das Gegenstück der „Dame“ verwiesen, auf die neue Modezeitschrift, die sich „Arbiter der Eleganz“ nennt und als deren Herausgeber Erich Harke zeichnet. Schon das Motto dieser Zeitschrift „Maximum von Chic – Minimum von Ausgabe“ zeugt von wenig sprachlichem Gefühl und im Zeichen der Fremdwörterreinigung von wenig Takt. Aber das möge noch hingehen, wenn nicht die ersten Nummern in ihrem bildlichen – und auch in ihrem textlichen Teil, auf den ich hier nicht eingehen will –, als ein Musterbeispiel des gesellschaftlichen Kitsches bezeichnet werden könnten. Ich weiß nicht, inwieweit Herr Harke hiermit dem Geschmack seines Publikums, für das sein Blatt berechnet ist, entgegenkommt, aber eine Entschuldigung ist das nicht für ihn, weder für die widerlich süßlichen Umschlagzeichnungen, die man gleich auf Vorder- und Rückseite „genießen“ muß, und deren weibliche Gestalten manchmal einen unangenehm erotischen Einschlag haben, noch für die zahlreichen von „Arbiter“ entworfenen Zeichnungen im Innern, die uns wie die ganze Zeitschrift im Zeichen des Burgfriedens lieber hätten

erspart bleiben sollen. Nur ein Beispiel für die durch den Arbiter verbreitete Geschmacklosigkeit: Ein Umschlag mit einer jungen Dame mit sehr schlanken Beinen und sehr dünnen Strümpfen in einer in eine – Herzform gestellten Winterlandschaft. Ueber dem Dämchen ein deutscher Flieger, unter ihr ein Stacheldrahtzaun, um das ganze herum eine Bandverzierung, deren vier Ecken die Gestalt des Eisernen Kreuzes nachbilden. Und das nennt man dann zeitgemäß!

Weit vorteilhafter, wenn auch das Kitschig-Süßliche nicht völlig ausgeschaltet ist, und wenn auch pariserische Anklänge nicht fehlen, mutet die von dem Herrenbekleidungs-Geschäft Herrmann Hoffmann herausgegebene „Zeitschrift des Herrn“ an, die bis zum Kriege acht Hefte herausbrachte und die, zu ihrer Ehre sei's gesagt, ihren Untertitel „Fashion“ schon vor dem Kriege aufgegeben hat. Auch hier sieht man wechselnde farbige Umschläge, die u. a. Rolf Niczky, Finetti und Krotowski entworfen haben, Künstler, die auch mit hübschen Zeichnungen im Innern des Blattes vertreten sind.

Eine solche Zeitschrift aus vorkriegerischer Zeit zu durchblättern, löst natürlich heute ein eigenes Gefühl aus. Wie wichtig erschien uns damals vieles, was heute so nichtig geworden ist. Wie wird's damit nach dem Kriege aussehen? Was werden wir von der „großen Zeit“ gelernt haben? An den deutschen Zeitschriften – und auch an den Modezeitschriften – wird es dann liegen, zu zeigen, inwieweit das Erleben dieser Tage mehr gewesen ist als ein Strohsfeuer.



Abb. 36 BRITTA STENSTRÖM / Plakat
Druckerel unbekannt