

Wer dabei gleichzeitig ermessen will, aus welchem Tiefstande unsere Druckerkunst sich in fünf Jahrzehnten hochringen mußte, um ihren heutigen Stand zu erreichen, der betrachte die Abbildungen von Schrift- und Satzbeispielen, die der von Heinrich Schwarz verfaßten Aufsatzreihe „Ein Streifzug durch 50 Jahrgänge des Archivs für Buchgewerbe“ (beginnend im März-Aprilheft 1917 des „Archivs für Buchgewerbe“) beigegeben sind. Und doch galten alle diese Beispiele damals als vorbildliche Musterleistungen. Die Aufsatzreihe ist übrigens recht lehrreich, sie zeigt uns auch den großen technischen Aufschwung, den das Buchgewerbe seit dem Jahre 1864 genommen hat.

In derselben Zeitschrift befindet sich ein sehr fesselnder Aufsatz, der uns auf ein bis jetzt wenig ausgebeutetes Gebiet der graphischen Forschung führt. Eine fleißige, auch historisch belangvolle Arbeit hat Arthur Dobsy über „Alte und neue Notentitel“ geschrieben (1917, Seite 125). Zahlreiche Abbildungen alter, künstlerischer Notentitel vom 16. Jahrhundert an bis auf unsere Zeit begleiten den Aufsatz. Wenn, wie nicht anders zu erwarten ist, die Notentitel der früheren Jahrhunderte von einem künstlerischen Reichtum zeugen, so betrachtet man mit freudiger Ueberraschung, daß auch die Neuzeit trotz gerade auf diesem Gebiete überwiegend geschmackloser Leistungen hier nicht wenige künstlerische Arbeiten aufzuweisen hat. Das ist zum Teil das Verdienst von Künstlern, die in der Plakatkunst und der angewandten Graphik bestens bekannt sind (Edmund Edel, H. R. Erdt, Ludwig Hohlwein, Lucian Bernhard, Emil Orlik, J. V. Cissarz, Emil Preetorius, E. R. Weiß, Hugo Steiner-Prag).

Ueber „Grundsätzliches zur Buchgestaltung der Gegenwart“ schreibt Geheimrat Seliger in der „Zeitschrift für Bücherfreunde“ (Heft 10, 1917/1918). Der Verfasser führt einleitend einen Brief eines Gymnasialprofessors an, der sich über Uebelstände beklagt, die bei der Anfertigung von Druckwerken immer mehr hervortreten, so über die Unsitte, Titel, Namen, herausgehobene Stellen usw. nur in großen Buchstaben zu drucken, ferner über die Gewohnheit, Titel, Hervorhebungen usw. in Abständen auseinanderzuziehen, die für eine schnelle Uebersicht wenig nützlich sind. (Vgl. Heinz Keune, Wohin? „Plakat“ Juli 1916). In seinen Ausführungen, die in der Hauptsache den Bücherfreund angehen, versucht Seliger einen Ausgleich zu finden zwischen der großen Schicht derer, die vom Buche vornehmlich den guten, leicht und schnell lesbaren Inhalt verlangen, und derer, die vor allem das schöne Druckwerk fordern, also einseitig ästhetische Gesichtspunkte vertreten und sich nicht um die Lesbarkeit kümmern. Sehr beachtenswert erscheint mir in der Arbeit Seligers das Beispiel für die Unklarheit von Zeilen, die in Antiqua-Versalien gedruckt sind.

Wenn ich sage, daß der unermüdliche Schatzgräber der angewandten Graphik, Geheimrat Walter von zur Westen,

in der „Zeitschrift für Bücherfreunde“ über „Festkarten des 18. Jahrhunderts“ berichtet, so genügt wohl dieser Hinweis, um die Freunde dieses Gebiets zum Lesen des Aufsatzes, sowie zur Betrachtung der entzückenden Abbildungen zu veranlassen.

Zum Schluß den Lesern des „Plakats“ noch die hochwichtige Mitteilung, daß im „Kontor“ Herr Ernst Growald seine Artikelreihe über das Thema „Was jedermann von der Reklame wissen muß“ trotz der Papierknappheit unentwegt fortsetzt. Der Titel hätte wohl besser gelautet „Ich und die Reklame, überflüssiges Zeug über Dinge, die jeder weiß“. Damit erübrigt es sich, daß auch wir hier über die Growaldschen Ausführungen Papierverschwendung treiben. Als „Chefredakteur“ zeichnet für das Kontor Herr Jacques Albachary. Konnte der Verband Berliner Spezialgeschäfte sich für sein Verbandsorgan keine besser beleumundete Persönlichkeit aussuchen? Wir verweisen zu seiner Charakteristik auf unsere kleinen Artikel im Märzheft 1917, Januarheft 1918 sowie im vorliegenden Hefte auf Seite 151. Hiermit aber seien über die Zeitschrift „Das Kontor“ die Akten solange geschlossen, als sie sich auf der jetzigen Stufe mangelnder Anregung bewegt.

\* \* \*

Ein Blick auf die Anzeigenseiten der Tageszeitungen ergibt die betrübende Feststellung, daß die unvornehmen und geschmacklosen Anzeigen noch immer nicht verschwunden sind. Daß sie besonders verletzend wirken, wenn sie irgendwelche kriegsgemäße Anspielung enthalten, ist selbstverständlich. Selten aber wird dies in so hohem Maße der Fall sein, wie bei der Anzeige, deren sich ein an sich so ausgezeichnetes und volkstümliches Blatt wie die „Welt-Literatur“ bedient hat, die in kräftiger Fraktur über die Anzeige ein

#### Vermißt

setzt, um dann fortzufahren:

wird die erste Nummer des 2. Vierteljahrs usw.

Daß dies gerade eine Zeitschrift tut, die in derselben Anzeige ankündigt, daß sie erzieherisch und bildend wirken will, ist umso peinlicher.

Wenig sympathisch wirkt auch die Anzeige des Berliner Weinrestaurants von Richards, die von 5 bis 6 Uhr eine Heitere Dämmerstunde und von 6 Uhr ab „deutsche Kleinkunst im Kriege“ ankündigt. Zu den unausrottbaren Anzeigen-Geschmacklosigkeiten gehört scheinbar auch der widerliche und unnatürliche Typ des schicken Leutnants (mit Einglas im Milchgesicht), wie ihn Rolf Niczky für ein Pelzhaus gezeichnet hat. Widersinnig ist es auch, wenn ein Hörapparat angeboten wird, und ein blitzsauberes Dämchen mit diesem Hörapparat flüstert „Ach bitte, nicht so laut sprechen, mit dem X-Apparat verstehe ich Sie ganz vorzüglich!“ Wäre nicht eine alte Dame da eher am Platze gewesen? Das sind nur ein paar Beispiele, die sich leider noch um viele vermehren ließen. Ernst Collin, Berlin-Steglitz.