

# Besprechungen und Berichte

B H D

## Kriegsnachlese.

Drei ausländische Bücher über Kriegsgraphik.

Emilio Grego: *Come si lancia un Prestito di Guerra.* Milano, „L'Impresa Moderna“ 1918. 105 Seiten, zahlreiche Bilder. 16 Frs.

Joseph Pennell's Liberty-Loan poster. Philadelphia and London: Lippincott's 1918. 14 Seiten, 9 Bilder. 4 sh 6 p

Clément Janin: *Les estampes, images et affiches de la guerre.* Paris, Gazette des Beaux-Arts 1919. 92 Seiten, 35 Bilder. 15 Frs.

Italienisch, englisch und französisch: und alles in geschlossener Front wider uns! Es ist für den Berichtersteller keine angenehme Aufgabe, sich dieses Ansturms zu erwehren und von den Siegern im ungleichen Kampfe zu erfahren, was sie alles taten und wie sie es taten, um den Gegner niederzuringen. Die ganze Welt des Hasses steht noch einmal vor uns auf, die gesammelte Energie vieler Rassen und Völker stürzt über den Leser hin, giffschwer und wutschäumend zieht die breite Flut der Schmähungen und Verdächtigungen noch einmal am Beschauer vorüber. Da heißt es: Schweig still, Herz! Begehre nicht auf und mache dem Kritiker sein Amt nicht noch schwerer. Uns sollen bei der Beurteilung dieser drei Feindesbücher nur sachliche Erwägungen leiten. *Sine ira et studio*: das sei die Losung!

Da ist zunächst das italienische Werk. Reklametechnisch bietet es das meiste Interesse. Wir haben hier einen Beitrag zur angewandten Psychologie vor uns, der zwar in seinem allgemeinen Teil dem durch Münsterbergs Arbeiten Geschulten und mit der einschlägigen amerikanischen Literatur Vertrauten nichts neues bringt, dafür aber durch seine Enthüllungen über die Vorarbeiten und den Hergang bei der Werbung für die dritte und vierte italienische Kriegsanleihe entschädigt. Wertvoller als der textliche ist der bildliche Teil. Es werden nicht nur alle zur Anwendung gelangten Werbemittel: Plakate, Werbeschriften und Zettel, Zeitschriftenumschläge und Abbildungen, Buchillustrationen und Vignetten gezeigt (auch seltene Formen wie Werbeplastiken und Werbebänder, die auf dem Grunde der Nationalfarben suggestiv gehaltene Texte über die Breite einer Straße spannten), sondern es wird auch – und das ist das Reizvollste an dem Buche – in ganzen Landschafts- und Straßenausschnitten nachgewiesen, wie man diese Außenreklame eindringlichster Prägung und gewaltigsten Umfangs in Szene setzte. Das geschah oft meisterlich, oft recht stümperhaft. Leider sind die Photographien, die uns darüber unterrichten sollen, nur zu einem Teil als geglückt und überzeugend anzusprechen. Allermeist stellen sie sich als ziemlich kümmerliche und unsorgfältige Leistungen wenig interessierter Photographen dar, denen es ganz gleich ist, ob eine Porta Venezia windschief auf die Platte kommt und ob für eine Straßensicht ein schlechter Blickpunkt gewählt ist. Ebenso weisen die Druckstöcke oft erhebliche Mängel auf und lassen jede kritische Nachprüfung vermissen. Im übrigen ist die Druckausführung anzuerkennen.\*)

\*) Dr. Emilio Grego, der Verfasser des Buches und Herausgeber der „L'Impresa Moderna“, erhielt übrigens einen Lehrauftrag für Reklamewesen an der Handelskammer in Mailand.

Umgekehrt ist bei dem amerikanischen Buch die graphische Ausführung der typographischen erheblich überlegen. Wenn die benutzte Druckerwärze auch nicht so minderwertig ist, wie in manchen heimischen Kriegserzeugnissen, so macht sich hier ein störendes „Schmierer“ der Druckfarbe doch recht unangenehm bemerkbar. Auch wirkt es unschön, wenn die „J“-Versalien allzu sperrig und fett im Satzbilde stehen. Um so besser wirken die Beilagetafeln. Oder richtiger: die Beilagetafel. Denn eigentlich ist ja nur ein und dasselbe Bild – Joseph Pennell's Plakat zur vierten amerikanischen Freiheitsanleihe – das da in neun (und mit dem Umschlagtitel in zehn) verschiedenen Zuständen vorgeführt wird. Pennell entwarf es als flüchtige Skizze im Expresszug New-York-Philadelphia auf der Heimreise von einer Sitzung des Committee of Public Information. Dann wurde es zu Hause auf Umdruckpapier von ihm übertragen, und wir erleben nun Stufe für Stufe weiter in den beigegebenen, vom Künstler eigenhändig erläuterten Tafeln den technischen Werdegang dieses Plakates. New York wird von feindlichen See- und Luftstreitkräften bombardiert, in Brand geschossen und in die Luft gesprengt. Dieser Idee sucht der Künstler hier Leben und Gestalt zu geben. Vom plakatistischen Standpunkt aus nicht gerade mit sonderlichem Erfolg. Immerhin: die Zustimmung der beiden Preisrichterkollegien in New York und Washington blieb ihm nicht versagt. Mit dem Treasure Committee in Washington gab es freilich noch allerhand Unstimmigkeiten wegen der Schriftanbringung und Farbe und wegen des Wortlauts. Das gleitet alles anekdotenhafte im Plauderstil vorüber. Man erfährt dabei auch allerlei aus der Entstehungsgeschichte einer amerikanischen Kriegsanleihe. Von allgemeiner Bedeutung ist dann noch eine in nuce verarbeitete Geschichte der Plakatkunst, die Pennell seiner Studie mitgibt. Sie holt reichlich weit aus, preist umständlich und ein wenig eigenläufig die alten Assyrer und Ägypter als die größten Plakatmeister und verehrt nach der Gegenwart zu in ein leichtes und leichtes Geplätscher, das nur einmal noch in einem kurzen Strudel kraftvoll aufschäumt, als Pennell auf die Mangelhaftigkeit der Ausbildung bei den amerikanischen Lithographen und auf die Unvertrautheit der amerikanischen Künstler mit dem Handwerklichen der Lithographie zu sprechen kommt. Er beklagt vor allem, daß es wohl eine Menge von Schulen gebe, welche die Plakatkunst als Lehrfach in ihrem Unterrichtsplan führen, daß diese aber keine Pressen für praktische Versuche besäßen und daß Amerika nur eine einzige Anstalt aufzuweisen habe, an der die lithographische Technik gründlich gelehrt werde. Man müsse eine National School of Graphic Arts mit Staatsunterstützung gründen, wie sie jedes andere Kulturland habe. „This is a necessary for the art of America, as West Point for the art of war“. Solange man noch nicht so weit sei, daß jeder die Lithographie verwendende Künstler seinen Entwurf selbst auf den Stein zu bringen vermöge, müsse wenigstens das innigste Zusammenwirken zwischen Künstler und Drucker angestrebt werden.

Während sich das amerikanische Buch auf nur eine (die vierte) und das italienische auf zwei Anleihen (die dritte und vierte) beschränkt, berücksichtigt das französische Werk in umfassender (und da es erst 1919 erschienen ist, auch in abschließender) Weise nicht allein die Gesamtheit der französischen Kriegsanleihegedruckten, sondern über-