



ZEITSCHRIFT DES VEREINS DER PLAKATFREUNDE EV. FÜR KUNST IN DER REKLAME
ELFTER JAHRGANG HEFT 3 MÄRZ 1920

CARL STROHMEYER

Von Wilh. Haase-Lampe, Lübeck

Wer in der Gebrauchsgraphik Bescheid weiß, der wird mit Entsetzen an den Tiefstand zurückdenken, den sie noch vor etwa zwanzig Jahren einnahm, und der wird es heute kaum begreifen können, daß wir uns dabei durchaus behaglich fühlten. Die Anregungen, die sich aus anerkannter Künstlertätigkeit in die Werkstätten verirrten, in denen unser Buch- und Blattschmuck entstand, fanden noch nicht den Boden, auf dem sie hätten fruchtbringend wirken können. Wohl hatte die emsige Tätigkeit der Typographischen Gesellschaften, gebildet von Deutschlands Schriftsetzern und Druckern, Wege gezeigt, die zu einem gesunden Formengefühl führen mußten. Aber es war noch nicht die Kraft da, diese Wege in Geschlossenheit und ohne Kompromisse zu gehen. Und es muß, da wir ehrliche Leute sind, gesagt werden, daß wir auch heute diese Kraft noch nicht haben.*)

Die Gebrauchsgraphik ist in hohem Maße abhängig von der Kultur ihrer Auftraggeber, und darin sieht es mitunter fürchterlich aus. Der Kaufmann, der mit einer Drucksache einen bestimmten, wie er glaubt, nur

ihm bekannten Zweck erreichen will, begeht sehr häufig die Unvorsichtigkeit, dem Graphiker, der ihm bei der Übertragung seiner Werbegedanken auf das Papier behilflich sein soll, einen gebundenen Auftrag zu geben. Der Graphiker, dem es darauf ankommt, sich in seiner künstlerischen Eigenart zu behaupten, wird versuchen, die Gedanken seines Auftraggebers und die Auffassungen der künstlerischen Graphik zu vereinigen. In der Regel führt dieser Weg ins Leere. Es ist noch heute in weiten

Kreisen der deutschen Geschäftswelt eine Abneigung gegen die Nutzbarmachung unserer graphischen Fortschritte vorhanden. Immer wieder haben wir darauf aufmerksam gemacht, daß es nur eins gibt, was Kaufmann und Industriellen und den ausübenden graphischen Künstler zusammenbringen kann: Das ist die Freiheit des künstlerischen Entschlusses. Was heißt das? Der Auftraggeber versuche, den ausübenden Graphiker mit dem Gebiet, für das er werbend tätig sein soll, innig bekannt zu machen, und er versuche außerdem, ihn in den Kreis einzuführen, der von der Werbearbeit erfaßt werden soll. Der Auftraggeber soll nichts unterlassen, was geeignet



Bild 1

CARL STROHMEYER / Katalogzeichnung

*) ? (D.H.)