

Rücken zuzuwenden. Es war noch „Feuersnot“ an allen Ecken und Enden. Das empfand eine Anzahl Männer, die sich im „Heimatsdienst Bayern für Ordnung, Recht und Aufbau“ zusammengeschlossen hatten, mit brennender Sorge, und sie beschlossen, nicht zu ruhen in der beständigen Alarmierung des unter der Last der Alltagsorgen stumpf gewordenen Publikums. Gassen auf, Gassen ab sollte der Weckruf „Feurjo!“ erschallen und alle beherzten Männer und Frauen zur Wehr aufrufen gegen den gemeinsamen Feind. Aber was tat man immer schon, wenn man eine solche öffentliche Sendung hatte oder zu haben glaubte? Man gründete eine Zeitschrift. Die tausend und erste zu den schon bestehenden tausend. Immerhin. Aber man gründete. Und so entstand also auch die Wochenschrift „Feurjo!“, herausgegeben vom Heimatsdienst Bayern.

Es lag in der Natur dieser Zeitschrift als eines Kampfblattes gegen den Bolschewismus in jeder Form, daß sie auf keinen großen Abonnententamm rechnen konnte. Die Zahl der festen Bezieher betrug nur etwa 2000. Doch darf das, gerade bei der Eigenart des Blattes, auch nicht unterschätzt werden. Die Gesamtauflage aber war meist 100000 Stück, was der Auflage einer mittelgroßen Tageszeitung ungefähr gleichkommt. Nun dünkte wohl jeder, der geeignetste Weg zur Verbreitung einer solchen periodischen Flugschrift müßte doch eigentlich der Straßenverkauf sein. Aber damit war in diesem besonderen Falle so gut wie nichts zu machen; denn die Verkäufer, männliche und weibliche, fürchteten

die Rache der in dem Blatt ständig Angegriffenen. So blieb denn nichts anderes übrig, als die Zeitschrift nach einem sorgfältig ausgearbeiteten Plane sozusagen unter der Hand an geeignete Persönlichkeiten in Stadt und Land zu schicken und an Stellen aufzulegen, wo sie voraussichtlich vielen vor Augen kam. Das ist denn auch, und zwar in wirksamster Weise, geschehen. Aber wer auch nur eine leise Ahnung von den Kosten der Herstellung und des Vertriebs einer Zeitschrift in den Zeiten der Papiernot und der täglich steigenden Stundenlöhne hat, der wird begreifen, daß es, sollten nicht Unsummen geopfert werden, auf die Dauer nicht möglich war, das Blatt zu halten. Und so war man denn gezwungen, nach der 16. Nummer sein Erscheinen einzustellen.

So fesselnd nun auch das alles als Ausdruck einer fiebernden Zeit in jedem Falle ist, so wird man doch verstehen, daß die Tatsache des Bestehens dieser Zeitschrift im „Plakat“ noch nicht einmal erwähnt zu werden brauchte, wenn nicht ein besonderer Umstand dazu Anlaß böte. Dieser Umstand aber ist die Ausstattung des „Feurjo!“ Es ist ja möglich, vielleicht sogar wahrscheinlich, daß er seine politische Sendung auch erfüllt hätte, wenn er sich auf eine rein zeitungsmäßige Aufmachung beschränkt hätte, also auf das Schwarz-Weiß von Druckbuchstaben und Papier. Aber unter den Männern des „Heimatsdienstes“ waren welche,

die aus langjähriger Erfahrung auf den verschiedensten Gebieten den Wert der angewandten Kunst als eines der allerbesten und erfolg sichersten Propagandamittel zu schätzen wußten. So kam man auf den glücklichen Gedanken, nicht nur die Schrift, sondern auch die bildliche Darstellung auf die Gemüter der Empfänglichen wirken zu lassen. Und da die Leiter des Unternehmens, wie gesagt, Leute waren, die auf diesem Gebiet Bescheid wußten und auch mit geeigneten Künstlern Fühlung hatten, so war von vornherein die Gewähr dafür gegeben, daß der Zweck der Zeitschrift mit wahrhaft künstlerischen Mitteln erreicht werde. Ja, man kann sagen, daß die in diesem Falle ganz besonders berechtigten Erwartungen sogar noch übertroffen wurden; es kam nämlich etwas zustande, das, mit geringen Ausnahmen, recht beträchtlich über dem Durchschnitt steht und darum in jeder Bezie-

hung verdient, weitesten Kreisen, vor allem aber den besondern Freunden guter angewandter Graphik, bekannt zu werden.

Die künstlerische Ausstattung des Blattes, das in Quartformat im Umfang von acht Seiten erschien, beschränkte sich auf einen möglichst wirksamen Umschlag und ein ganzseitiges Bild im Text. Dieses letztere ist durchweg schwarz gedruckt gewesen. Für die Gestaltung des Umschlages aber war der Titel „Feurjo!“ insofern bestimmend, als die Farbe des Feuers, die ja auch unmittelbar zur Revolution in Beziehung steht, unbedingt eine Rolle spielen mußte. So ergab es sich beinahe von selbst, daß ein knallendes Rot den Umschlägen ihr Besonderes gab. Und es ist vielleicht nur ein Zufall, daß auf diese Weise vierzehn von den

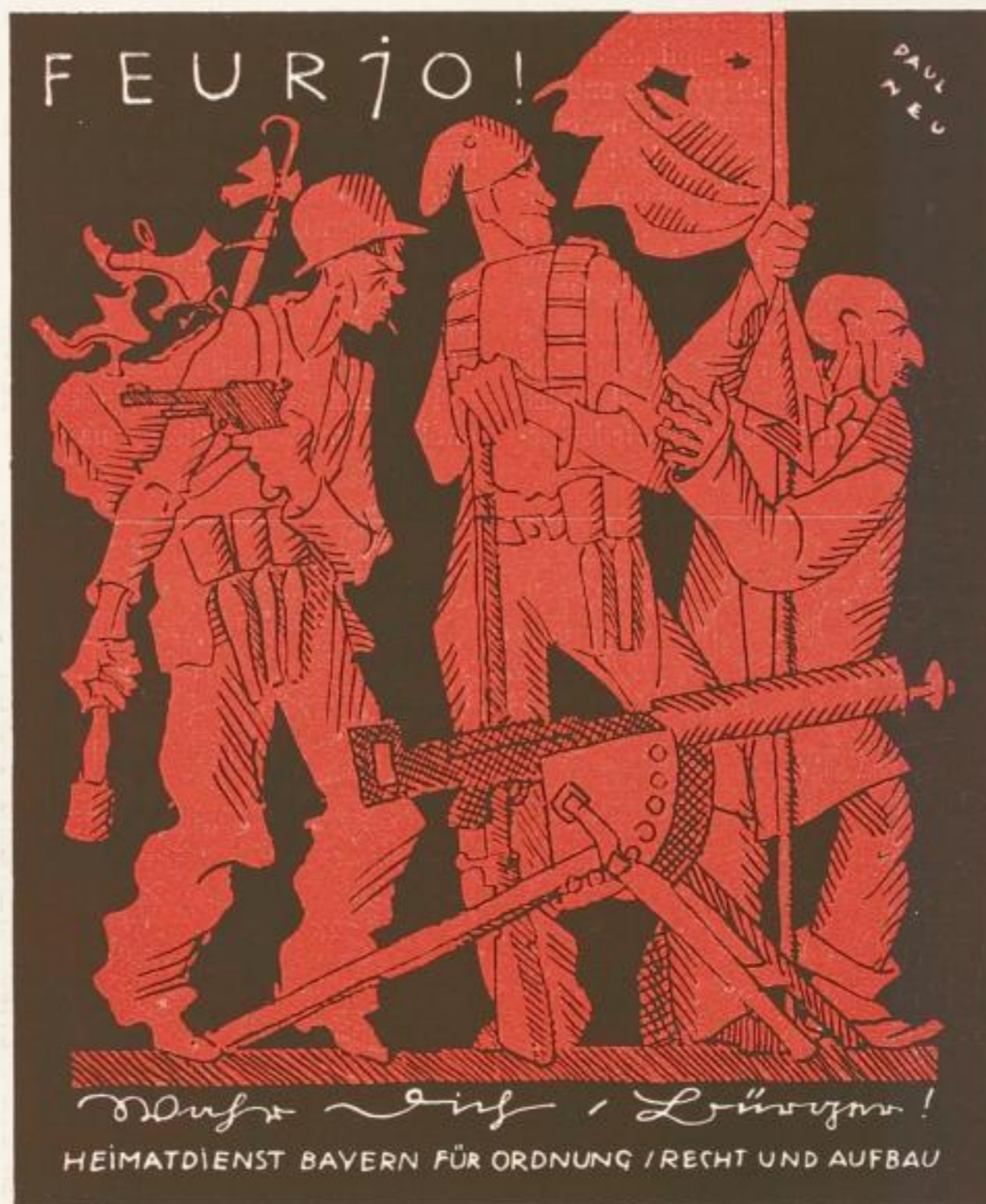


Bild 2 / PAUL NEU / Zeitschriftenumschlag