

# Besprechungen und Berichte

B H O

## Zum Fall Deffle.

Wir erhalten aus Cöln die nachstehende Zuschrift, die wir bei der Wichtigkeit der hier angeschnittenen Frage unverändert abdrucken wollen. Die Gelegenheit sei zu der Mitteilung benützt, daß durch Beschluß des Vorstandes und Ausschusses die Mitglieder W. S. Deffle und „Wilhelmwerk“ wegen ihrer, den Verein herabsetzenden, zur Veröffentlichung bestimmten Äußerungen, die wir im Novemberheft 1919 auszugsweise abgedruckt haben, aus dem Verein der Plakatreunde ausgeschlossen worden sind.

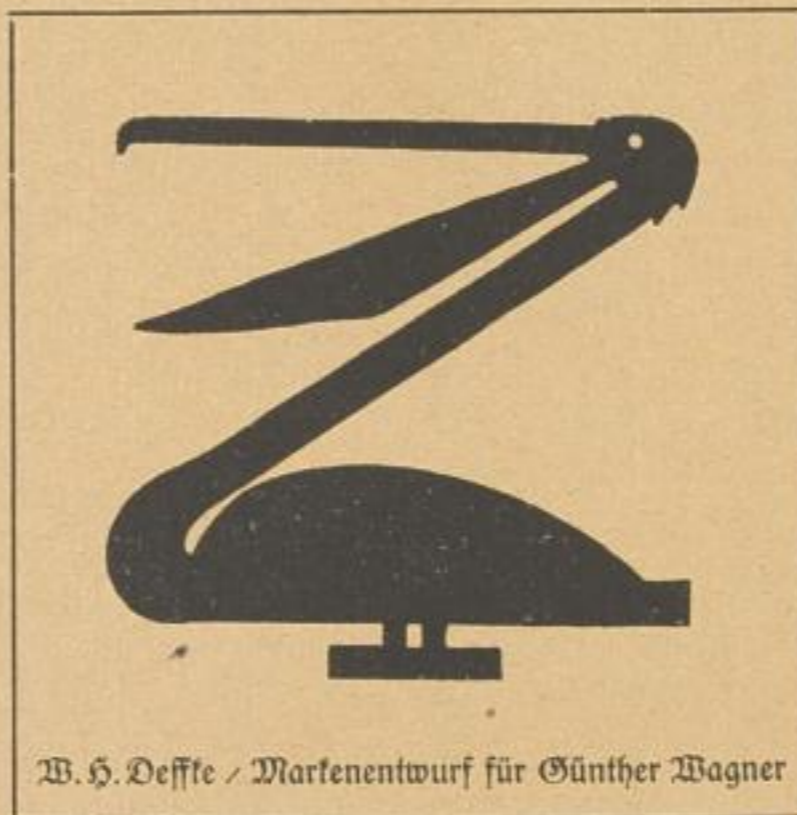
„Herr Deffle scheint aus der Veröffentlichung in Heft 6 vom November 1919 nichts gelernt zu haben, oder aber er dünkt sich so hoch über den Parteienstehend, daß ihn solche Feststellungen nicht erreichen. Ich sehe mich moralisch gezwungen, heute den Lesern des „Plakats“ ein neues Selbstplagiat Deffles aus meiner eigenen Praxis vorzuführen. Ich sage ausdrücklich moralisch gezwungen, denn ich halte das Vorgehen Deffles, das nach all den Proben wohl nun als bezeichnend für ihn gelten kann, für eine große Gefahr für das Werbewesen. Wenn man bedenkt, wie lange Jahre es gebraucht hat, um Kaufleuten und Gewerbetreibenden ein gewisses Vertrauen zu der Mitarbeit der Künstler in der Reklame bei zubringen, so muß man es für unverantwortlich halten, wenn heute ein Künstler dieses Vertrauen in der größten Weise mißbraucht, ja sich noch auf den Standpunkt stellt, als wäre er vollkommen berechtigt, so zu handeln. Ich, als Mittelsmann zwischen Reklamekünstlern und Reklameverbrauchern, lege ganz entschieden Verwahrung gegen die Auffassung Deffles ein, denn ich weiß mit Bestimmtheit, daß mehr Künstler dieses Schlags dem Kaufmanne und Gewerbetreibenden einen panischen Schrecken vor der Reklamekunst einflößen würden. Wo soll es hinführen, wenn der Auftraggeber nicht im guten Glauben den Entwurf, der ihm gefällt, annehmen kann, sondern sich vorher mit dem Künstler in langatmigen und verzwickten rechtlichen Erörterungen herumstreiten soll? Ich bin der Meinung, daß der Fall Deffle weit über die Betroffenen hinaus Bedeutung hat und daß sich die führenden

Kreise im Reklamewesen grundsätzlich mit ihm und seiner Handlungsweise auseinandersetzen müssen. Wenn auf der einen Seite alles versucht wird, die Reklame in ihrer Gestaltung künstlerisch und wissenschaftlich zu heben, wenn große Bewegungen eingeleitet werden, um die Reklamesachleute künstlerisch und wissenschaftlich auszubilden, dann darf man nicht dulden, daß ein Künstler das Vertrauen untergräbt, das die ernsthaften Mitarbeiter am Aufbau der Reklame bei Kaufleuten und Gewerbetreibenden genießen.

Zur Sache selbst: Die Firma Werner & Merz in Mainz besitzt als eingetragene Marke einen Pelikan. Um eine Abwechslung in die Ausgestaltung der Drucksachen dieser Pelikanmarke zu bringen, beschloß ich, von einigen deutschen Reklamekünstlern Abwandlungen des Pelikanmotivs entwerfen zu lassen. Unter denen, die mir wegen ihrer schlagkräftigen und grotesken Art geeignet erschienen, war auch Deffle. Er sandte denn auch drei Entwürfe ohne Begleitschreiben, dafür aber unter Nachnahme von 200 Mark. Keiner dieser drei Entwürfe kam als Marke oder als Dosenbild oder zu Verpackungszwecken in Frage. Aber besonders der eine Entwurf war so originell und grotesk, daß ich beschloß, ihn für andere Reklamewecke zu erwerben. Ich schrieb deswegen am selben Tage in diesem Sinne an Deffle. Am nächsten Tage fiel mir zufällig Nummer 24 der Zeitschrift „Der kleine Pelikan“ der Firma Günther Wagner in Hannover vom Oktober 1919 in die Hand, und ich fand auf Seite 235 zwei der eingesandten Entwürfe von Deffle beinahe vollkommen originalgetreu wieder (vgl. die Abbildungen)\*. Ich wandte mich sofort an Deffle um Aufklärung und schrieb gleichzeitig an Günther

Wagner, da mir wegen der „Pelikanmotive“ fraglich erschien, ob Günther Wagner alle Rechte an diesen Zeichen erworben habe. Daraufhin sandte mir Günther Wagner den folgenden Briefwechsel

\*) Die neuen Entwürfe können wir aus rechtlichen Gründen nicht abbilden. Sie haben uns vorgelegen und sind denen für Günther Wagner tatsächlich getreu nachgezeichnet.  
Die Schriftleitung.



W. S. Deffle / Markenentwurf für Günther Wagner



W. S. Deffle / Markenentwurf für Günther Wagner